

**ОБЩЕСТВО «ЗНАНИЕ» САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ  
ОБЛАСТИ**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ИНСТИТУТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ  
СВЯЗЕЙ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

## **ОСНОВЫ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА**

**Ред.-сост. С.Г. Корконосенко**

**Рекомендовано Министерством образования Российской Федерации в  
качестве учебника для студентов высших учебных заведений,  
обучающихся по специальности «Журналистика».**

**СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000 г.**

В учебнике рассматриваются основные темы базового профессионального курса по специальности «Журналистика». Дана характеристика профессиональной квалификации современного работника СМИ, методов и форм его деятельности, отражения действительности в тексте, правовой и этической культуры журналиста. Анализируется роль технологического фактора в практике редакций. Для студентов и преподавателей по специальностям «Журналистика» и «Связи с общественностью» вузов России.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ (С.Г. Корконосенко)

Глава 1. СЛАГАЕМЫЕ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ. (С.М. Виноградова)

Информационно-коммуникационная деятельность у истоков мастерства  
Журналистский профессионализм: вехи становления  
Журналистика: призвание, ремесло, профессия  
Журналист: профессиональные особенности личности  
Журналистика: профессия в зеркале модели мира

Глава 2. ЖУРНАЛИСТСКОЕ ПОЗНАНИЕ МИРА. (Г.В. Лазутина)

Особый статус познавательной деятельности журналиста  
Формы и ход познавательного процесса  
Ориентация в информационной среде  
Методы познавательной деятельности  
Итог познавательной стадии

Глава 3. МЕТОДИКА СБОРА ИНФОРМАЦИИ. (Б.Н. Лозовский)

Работа с источниками информации  
Способы получения информации  
Этические нормы в работе с источниками информации

Глава 4. ОТРАЖЕНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ТЕКСТЕ. (Б.Я. Мисонжников)

Журналистский текст и его функции  
Диалектика текста и диалектика отражения мира  
Создание текста – процесс творческий

Глава 5. СИСТЕМА ЖУРНАЛИСТСКИХ ЖАНРОВ. (Л.Е. Кройчик)

Жанр или текст?  
Оперативно-новостные тексты  
Оперативно-исследовательские тексты  
Исследовательско-новостные тексты  
Исследовательские тексты  
Исследовательско-образные тексты

## Глава 6. ПРАВОВАЯ И ЭТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА. (С.Г. Корконосенко)

Право на информацию и обязанности журналистов

Система права СМИ в России

Информация ограниченного доступа в СМИ

Методика применения правовых норм

Журналистская этика

## Глава 7. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА. (С.А. Михайлов)

Особенности работы в печатных СМИ

Особенности труда на радио

Особенности работы на телевидении

Особенности работы для информационных агентств

Особенности труда в компьютерных сетях и базах данных

Глобальная коммуникация

Универсальная подготовка к работе в системе СМИ

## Глава 8. СОТРУДНИЧЕСТВО РЕДАКЦИИ С АУДИТОРИЕЙ. (Т.Д. Орлова)

Адресаты журналистских выступлений

Двусторонняя природа массовой коммуникации

Формы вовлечения аудитории в журналистский процесс

Профессиональная культура работы с почтой

Организационно-массовая работа с аудиторией

## ВВЕДЕНИЕ

Как принято считать, во всяком деле труден первый шаг. Те, кто обучается и обучает практической журналистике, убеждаются в истинности этого суждения на собственном опыте. Начинающему журналисту приходится осознать, что эта профессия сформировалась задолго до его приобщения к редакционному труду, что в ней есть строгие стандарты и незыблемые правила, что авторские идеи, фактический материал и форма произведения связаны между собой законами гармонии, которые нельзя переступить без риска сочинить нечто непригодное к публикации, хотя и яркое по форме. А ведь лист бумаги или магнитная лента так, казалось бы, снисходительны к любым экспериментам с методами работы или стилем изложения... Однако вся эта пугающая масса непривычных студенту понятий и требований вполне постигаема, доступна. Правда, восхождение к полноценному знанию и умению процесс долгий, поэтапный, исполненный ошибок и сомнений. При этом главные преобразования должны произойти в строе мышления и психологии самого студента. Прежде чем стать журналистом по должности, нужно стать журналистом по мироощущению, способу восприятия окружающей жизни, профессии и себя в профессиональной среде. Эта идея – стержневая для нашего учебника.

До сих пор университетские библиотеки выдают студентам пособия, изданные в прежние десятилетия. В большинстве своем это обстоятельные и полезные книги. Но, во-первых, их историческое и, образно говоря, методическое время давно ушло, другими стали и общественная обстановка, и система СМИ, и методика репортерского труда, да и характер вузовского образования. Во-вторых, в наиболее распространенных учебниках приоритет отдавался формам материалов, в частности жанрам публикаций. С этой традицией сегодня приходится спорить. Кроме того, что эталонных текстов, своего рода шаблонов в творческом деле существовать не может (а ведь еще недавно издавались сборники таких жанровых «эталонов»), надо признать, что форма – это следствие конкретного содержания и методики журналистского труда в каждом отдельном случае. Схематизм в подаче разнородного, всегда неповторимого жизненного материала способен лишь погубить творчество в зародыше, какими бы технологическими преимуществами он ни обосновывался. Всякий, кто знаком хотя бы с недавней историей печати, помнит ежедневное мелькание фотопортретов «на производственную тему», выделанных как бы по лекалу: если медсестра, то сосредоточенно разглядывающая поднятый над головой шприц, если токарь, то подобным же взглядом изучающий свежевыточенную деталь, если физик, то похожий на токаря и медсестру, но только в руках у него некая загадочная пластина... Бесплезно спрашивать – кто автор снимка, ибо он уничтожен безликостью «правильной» формы, равно как и его герой. Между тем именно автор является ключевой фигурой журналистской деятельности на всех ее этапах, включая выбор темы, поиск и сбор фактического материала, его осмысление и истолкование для аудитории, включая, между прочим, и целенаправленный выбор формы произведения.

Значит, и в смысловом центре дисциплины «Основы творческой деятельности журналиста» должен находиться корреспондент, носитель профессиональной квалификации, психологии и этики. Авторы учебника исходят из того, что в высшей школе формируется не специальность с «прилагающимся» к ней выпускником, а специалист, обладающий разносторонней и в каждом случае уникальной квалификацией.

Учебник предназначен студентам младших курсов, где, согласно образовательному стандарту и практике обучения, закладываются начала профессионализма. В дальнейшем они будут развиваться в форме узкой специализации (отраслевой, жанровой, по средствам информации и т.п.), но на первых порах все студенты должны овладеть универсальным комплексом знаний и умений, необходимым для успешного дебюта в редакциях.

Ни одна из глав учебника не претендует на исчерпывающе полное раскрытие своего предмета (возможно ли оно вообще – исчерпывающе полное знание?). В специальной научной литературе и в лекциях преподавателей пытливым студент найдет и ответы на возникшие у него вопросы, и разнообразный дополнительный материал.

Несомненно, в каждом регионе деятельность СМИ отличается местными традициями и колоритом, которые уточняют, «приземляют» общие профессиональные истины и правила. Наконец, книги для журналистов, даже учебники – особенно по дисциплине, имеющей дело с творческой практикой, – не должны строиться как свод окаменевших, вечных истин. Во-первых, в силу критичности журналистского мышления все равно ни один профессионал не поверит в их несокрушимость. Во-вторых, он будет прав, потому что время и опыт ставят под сомнение даже самые бесспорно верные взгляды и технологии труда. По этой причине в учебнике не надо искать догматизированных положений: материал предполагает не только дополнение и обогащение учебного процесса, но и его полемическое, дискуссионное прочтение.

Базовой организацией для создания учебника послужил факультет журналистики Санкт-Петербургского государственного университета. К написанию отдельных глав привлечены также авторитетные специалисты из других учебно-научных центров. Это сделано как для того, чтобы использовать лучшие авторские силы, так и для того, чтобы отразить в содержании книги возможно более широкую картину опыта СМИ, теоретических школ и направлений, методики преподавания, имеющихся в настоящее время. С этой же целью кроме российского материала рассматриваются идеи, концепции и эмпирические данные, накопленные в теории и практике зарубежной журналистики.

Авторы разделов: введение – доктор политических наук, профессор С.Г. Корконосенко (Санкт-Петербургский государственный университет), «Слагаемые журналистской профессии» – доктор политических наук, профессор С.М. Виноградова (Санкт-Петербургский государственный

университет), «Журналистское познание мира» – кандидат филологических наук, доцент Г.В. Лазутина (Московский государственный университет), «Методика сбора информации» – кандидат филологических наук, доцент Б.Н. Лозовский (Уральский государственный университет), «Отражение действительности в тексте» – кандидат филологических наук, доцент Б.Я. Мисонжников (Санкт-Петербургский государственный университет), «Система журналистских жанров» – доктор филологических наук, профессор Л.Е. Кройчик (Воронежский государственный университет), «Правовая и этическая культура журналиста» – С.Г. Корконосенко, «Технологический фактор в труде журналиста» – кандидат филологических наук, доцент С.А. Михайлов (Санкт-Петербургский государственный университет), «Сотрудничество редакции с аудиторией» – кандидат филологических наук, доцент Т.Д. Орлова (Белорусский государственный университет).

## ГЛАВА 1

### Виноградова С.М. СЛАГАЕМЫЕ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ

Информационно-коммуникационная деятельность у истоков мастерства  
Журналистский профессионализм: вехи становления  
Журналистика: призвание, ремесло, профессия  
Журналист: профессиональные особенности личности  
Журналистика: профессия в зеркале модели мира

Что такое профессия? В самом общем виде это род трудовой деятельности человека, владеющего теоретическими знаниями и обладающего практическими навыками. Взаимосвязаны понятия профессии, профессионализма и профессиональной культуры, которая представляет собой совокупность материальных и духовных образований, всего того, что называется технологией труда.

В области средств массовой информации профессиональная культура – это не только хранилище стандартов, стереотипов, «памяти» журналистского сообщества, но и творческое своеобразие, индивидуальность мастера, умение ломать привычные нормы и создавать новое. В конечном виде профессиональная культура переплавляется в весь образ жизни журналиста, его мировосприятие, поведение, в то, как он исполняет социальные роли в системе информационных структур.

Профессионализм предполагает овладение мастерством, т.е. достижение такого уровня совершенства, которое позволяет наиболее полно выполнять конкретные функции в определенной сфере общественной практики.

Профессионализм и мастерство одновременно индивидуальны и социальные.

Они реализуются во времени и пространстве, наполняясь конкретным содержанием в зависимости от определенных исторических условий, социокультурных обстоятельств, национально-этнических факторов, от особенностей неповторимой личности специалиста. В этом убеждает исторический экскурс, позволяющий глубже понять истоки журналистского профессионализма, – те девять десятых айсберга, которые находятся под водой и придают ему не только плавучесть, но и устойчивость.

Классическое представление о журналисте-профессионале не случайно, оно складывалось долго. Знание о тех, кто тебе предшествовал, обогащает жизненный опыт и помогает расширить творческие горизонты сотрудника СМИ.

## **ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: У ИСТОКОВ МАСТЕРСТВА**

Проблема мастерства (а в дальнейшем и профессионализма), конечно же, возникла задолго до появления журналистики. Нас интересует эволюция информационно-коммуникационной деятельности. Уже ранние стадии становления человеческого общества продемонстрировали, что она развивалась в процессе общения индивидов.

Эпохе дописьменной культуры был свойствен мифологический способ самоорганизации культуры. Синкретизм (слитность, нерасчлененность, характеризующие первоначальное состояние чего-либо) пронизывал восприятие реальности. В период, предшествовавший возникновению исторического сознания и формированию представлений о линейном времени, информационно-познавательные и коммуникационно-управленческие аспекты освоения мира тесно переплетались между собой, а первые носители знания – племенные вожди, шаманы, знахари – выступали одновременно и как руководители, и как идеологи.

Важнейшим средством передачи достижений человеческого познания и мышления становилось слово, благодаря его способности фиксировать единое для всех членов общности значение, выразить смысл, необходимый для совместной деятельности, для защиты, для сохранения социального опыта.

Универсальность слова с особой интенсивностью проявилась в эпоху письменной культуры, объединившей в тексте традицию мифа и веру в «сказанное, произнесенное, переданное всем и каждому Слово»[1]. Возникновение текста имело исключительное значение: именно слово и текст окажутся связующим звеном на разных этапах становления информационно-коммуникационной деятельности. Текст (первоначально священный) явится системообразующим элементом культуры, и будет оставаться таковым практически до наших дней. Владение Словом, Логосом приобретет особое социальное признание и даже будет соотноситься с высоким социальным статусом человека. Этому будет немало способствовать разделение труда, породившее новые общественные группы, а также расширение практически-познавательной активности человека. Мастерства требовали «каменные газеты» Древнего Египта – изображения, читавшиеся на стенах храмов: об этом свидетельствуют письменные тексты, носившие общественно значимый характер и отразившие авторскую оценку происходящего. Более того, уже тогда встречались письменные отклики на «отраженную реальность». Известен относящийся к XV–XIV вв. до н.э. отзыв об описании путешествия на Восток: язвительный тон этого «литературно-критического» произведения, вызванный некомпетентностью рассказчика, позволяет говорить о наличии определенных критериев литературного мастерства, предъявляемых к тем, кто взял на себя ответственность сообщать о фактах реальной жизни.



Одной из предшественниц журналистики была риторика (часто это слово употребляется как синоним ораторского искусства). Она продемонстрировала важность и необходимость подлинно высокого профессионализма в тех видах деятельности, которые связаны с убеждением и побуждением людей к действию, с их информированием. Две необходимые составляющие профессионализма – специальные знания и практические навыки – уже наличествовали в представлении древних греков о вершинах ораторского мастерства. Любопытно название первого трактата о красноречии: «Красноречие есть работница убеждения». Здесь не только схвачена суть риторики – концепт убеждения, но и отмечен ее практически прикладной характер, ее, говоря современным языком, деловое предназначение. Да, риторика наряду с философией составляла сердцевину системы образования в Древней Греции, без нее были немыслимы культура и воспитание, воспринимавшиеся в ту пору в неразрывной взаимосвязи. Будучи неотделимой от политики, она участвовала в формировании общественного деятеля, сочетавшего государственное мышление с даром оратора. Риторы тогда входили в круг людей «свободных профессий» вместе с софистами, философами, математиками, поэтами, драматургами. Риторика получила и достаточно прозаическое, хотя и социально востребованное выражение в труде логографов – лиц опытных в произнесении судебных речей и обладавших даром слова. Они, разобравшись в существе дела, готовили за плату речи своих клиентов, предназначенные для выступления в суде. Использование слова (прежде всего устного) в общественно важных целях породило и профессии, с ним связанные. Формировался свод правил, которыми должен был руководствоваться говорящий публично, чтобы убедить своих слушателей. Обучение риторике стоило дорого, и не всем было по карману.

В трудах тех, кто учил риторике, содержались нормативы, отражавшие представления общества о компонентах ораторского мастерства. Исократ (436–338 гг. до н.э.), создавший крупнейшую в Элладе школу красноречия, – считал слово квинтэссенцией культуры, средством совершенствования человека, залогом существования и процветания полиса. В его трудах был представлен даже «имидж» политического оратора. Исократ утверждал: «Репутация почетного и порядочного гражданина увеличивает доверие слушателей к словам выступающего». Ту же мысль мы встречаем у Аристотеля, который писал, что тому, кто вызывает уважение, легче убедить своих слушателей, так как больше доверия вызывает человек хороший.

В аристотелевской «Риторике» дано обоснование ораторского искусства как особого вида человеческой деятельности, нацеленной на достижение максимальной убедительности. Аристотель выявляет средства и методы эффективного убеждения, рассматривает способы составления речей, способных привести к завоеванию умов. В «Риторике» содержится комплекс знаний, имеющих как практическое, так и теоретическое значение для совершенствования ораторского профессионализма. Опыт древних доказал, что успех предопределялся не только прирожденными данными и талантом, но и огромным трудом. Выявилась и социальная обусловленность публичной речи: так, в Древнем Риме ритор рассматривался скорее как чиновник, состоящий на службе у государства и выражающий его интересы.

«Риторическая ветвь» происхождения журналистики имела еще одну характеристику, которая в дальнейшем станет общей и для искусства устного, и для искусства письменного слова: индивидуальность автора. Публично выступавший человек, как правило, был яркой личностью, обладал незаурядным жизненным опытом; ему были присущи слабости, но одновременно он оказывался способным и на гражданский подвиг; он мог претендовать на признание, почет, славу, но вместе с тем был обязан достойно встретить поражение в благородном состязании с сильнейшим. Обусловленный историческим временем, географическими и социокультурными обстоятельствами идеал оратора (ритора), однако, не предполагал жестко одинаковой модели мастера слова, унифицированности творческого почерка.

Стал хрестоматийным пример подвижничества выдающегося политика Древней Греции, возглавившего одну из политических партий, – Демосфена (384–322 гг. до н.э.), начавшего самостоятельную карьеру с произнесения судебных речей. Путь к ораторской славе для Демосфена был сопряжен с преодолением немалых трудностей: ему не могли простить скифское происхождение, он вынужден был исправлять врожденные недостатки внешности и дефекты произношения. Постоянное стремление к самосовершенствованию сочеталось с обучением у известного мастера Исея, с упорной работой над содержанием и формой публичных выступлений. Демосфен создал стройную систему подготовки выступления, подбора доказательств, способов придания речи выразительности и завершенности. Недоброжелатели иронизировали, замечая, что от речей Демосфена «пахло лампадным маслом», так как он готовил их долго и засиживался дотемна, когда приходилось зажигать лампаду. Но даже противники признавали убеждающую силу его речей. И хотя риторическое мастерство для Демосфена постепенно стало средством политической борьбы, а не источником дохода, оно всегда несло на себе отпечаток подлинного профессионализма.

Если риторика обогатила журналистику стремлением автора выразить свое мнение, то историография дала прессе уроки честности в освещении фактов (хотя римляне признавали, что историографу не вредно украшать свой труд цветами красноречия). Кроме того, журналистика вобрала в себя потоки деятельности хотя и далекой от творческих взлетов, но способствующей информационному обмену в обществе. Постепенное расширение информационно-коммуникационной нагрузки письменного слова, увеличение числа людей, посвятивших себя созданию хроникально-документальной литературы, мемуаров, появление тех, кто сделал частную переписку предметом общественного интереса, а также тех, кто стал специализироваться на сборе новостей, – все это готовило возникновение журналистики как определенного социокультурного феномена, как вида общественного служения и особой профессиональной деятельности. Этому же способствовало развитие публицистики, унаследовавшей не только политизированность риторики, но и богатейший арсенал ее выразительных средств.

В эпоху Возрождения, максимально приблизившую Западную Европу к возникновению журналистики, «вызревание» литератора-публициста шло под влиянием процесса становления интеллигенции. В то время усилилась связь между духовным творчеством и практической деятельностью. Человек старался глубже осмыслить состояние общества (отсюда повышенный интерес к морали, этике, эстетике, историографии) и точнее воплотить собственное духовное состояние в практическом поведении и в изобразительном искусстве. Развитие социальной информации и коммуникации давало простор для духовно-практической активности людей, особенно если они принадлежали к формирующейся интеллигенции, призванной удовлетворять потребность в распространении знаний и общезначимых ценностей.

Отечественный ученый И.С. Кон связывает появление интеллигенции с ломкой сословных перегородок, с возникновением у интеллектуалов возможности существовать за счет своего труда, с формированием культурной аудитории. Он подчеркивает, что непременным условием, при котором складывается этот автономный слой общества с особым самосознанием, служит наличие достаточно стабильных средств коммуникаций: «Хотя интеллектуальная деятельность в высшей степени индивидуализирована, она требует постоянного обмена мыслями и каких-то общих норм формирования»[2]. Конечно, нельзя утверждать, что журналистская профессия формировалась исключительно в одном русле со становлением интеллигенции, но и не замечать взаимосвязь того и другого тоже неверно.

Выступая в качестве хранителя духовных ценностей, принадлежащих истории человечества, ренессансная интеллигенция исключительное внимание уделяла Слову, как в устной, так и в письменной его ипостасях (правда, и здесь были исключения: Леонардо да Винчи не признавал пустой риторики, книжного знания, призывая опираться на опыт и разум). Событие, не зафиксированное в Слове, а значит и в тексте, могло стереться из исторической памяти, оно как бы не существовало без своего текстового отражения. Имя человека, его деяния нуждались в сохранении, так как он претендовал не только на пожизненную, но и на посмертную славу.

Сотканная из противоречий эпоха Возрождения содержала в себе зародыш противопоставления человека образованного (*Homo litteratus*) человеку производящему (*Homo faber*). В определенной степени это справедливо и для протожурналистики. С одной стороны, время Ренессанса выдвинуло на первый план литератора-публициста типа Франческо Петрарки (1304–1374), который с пафосом, присущим гражданскому гуманизму, откликался на злобу дня, предвосхищая толстовский девиз «Не могу молчать!». Но политическое насыщение риторики и риторическое наполнение литературы происходили неоднозначно. «Протожурналисты» были детьми своего времени. По отношению к ним справедливы слова исследователя: «Интеллигенция была явлением совершенно новым... Средние века знали рыцаря, который был призван защищать общество, знали духовное лицо, обремененное заботами о душе, а иногда и о теле человека. Но светского ученого, светского

проповедника, светского учителя не знали. Он явился вместе с новой культурой, чтобы служить ей и пропагандировать ее. Это был гуманист, и не сладко было на первых порах его существование, ибо ему приходилось на своем хребте выносить тяжесть первой борьбы за интеллигентский труд... Унижаясь перед королями, князьями, вельможами, попрошайничая у пап и прелатов, пресмыкаясь везде, где звенело золото, гуманисты вбивали в сознание имущих и командующих, а через них и всего общества, идею важности и великого значения интеллигентского труда»[3].

Это высказывание вполне применимо к ренессансному «антигерою» Пьетро Аретино – поэту, художнику, памфлетисту XVI в., литературный дар которого заставил власть имущих не только прислушиваться к голосу социальной критики, но и платить деньги тому, кто пишет критические произведения (возможно, не столько за его творчество, сколько за его молчание). Сатирические сюжеты Аретино, сборники писем (их он одним из первых начал распространять в печатном виде) носили откровенно публицистический характер, а пародийные гороскопы предавали гласности реальные факты из жизни вельмож. В чем-то деятельность Аретино напоминала труд торговцев новостями, ставший в Риме обычным промыслом. Не все написанное Аретино становилось предметом купли-продажи, но эффект многих его произведений был сродни действию печатного слова.

Исследователи отмечают: «Аретино весь свой расчет строил на неограниченной и абсолютной публичности: в определенном отношении он – праотец журналистики»[4]. Добавим, что он – один из первых профессионалов формирующейся прессы. Его профессионализм характеризуется не только литературным мастерством и образованностью. Аретино был прекрасно осведомленным человеком, обладал хорошо налаженной службой поиска информации. Очевидно, что он стал одним из тех, кто был способен влиять на общественное мнение (тогда еще очень слабое). «Чувство действительности», разоблачительный пафос составляли особенность его дарования, которое может быть оценено лишь в соответствии с нравами той эпохи, с «социальным заказом» времени. Аретино, заняв сторону нарождающейся буржуазии, фактически отстаивал свою позицию. Публицистичность становится характерной чертой журналистики.

«Публицистическая ветвь» журналистики получает новый импульс в период Реформации широкого общественного движения в Западной и Центральной Европе XVI в., носившего антифеодальный характер и принявшего форму борьбы против католической церкви. Тогда политический текст окончательно перестает быть исключительной привилегией риторики и с помощью печати получает широкое распространение. Страстность борца, проповедника, идеолога, несущего людям Слово, откровение, истину, надолго останется составляющей образа мастера политической публицистики. Так, позднее, в годы английской буржуазной революции памфлетное творчество обретет не только относительно массовое распространение, но и станет выражением гражданского мужества, стойкости. Среди публицистов в то время встречались

и политики, и литераторы. Случалось, что в одном человеке сочетались дарование государственного деятеля и гений литератора; это касается, например, Джона Мильтона (1608–1674) – великого английского поэта и политика. «Непрерывная цепь сражений со злом» отличала политическую и публицистическую активность Джона Лильберна (1615–1657), которого не могли сломить ни пытки, ни позорный столб, ни тюрьма.

Проповедническое начало войдет в плоть и кровь мастеров слова разных стран и народов. Множество тому примеров можно найти в истории Восточной Европы. Хотя ее социокультурное развитие шло особыми путями, мы и здесь сталкиваемся с апелляцией к профессионализму, понимаемому как сочетание знаний и опыта. Так, для ведения богословного диспута хазары попросили византийского императора прислать к ним «книжного» человека. Выбор пал на знаменитых создателей славянской азбуки – братьев Кирилла (827–869) и Мефодия (ок. 815–885). Внимание привлекли их образованность и опыт публичной полемики.

«Архетип мастера» был не чужд и русской публицистической традиции. Речь идет не только о тех монахах XI–XII вв., которые «грамматику и риторику умеют», но и о первых русских литераторах-публицистах, чья книжность и бунтарский дух были неразрывно слиты; ради истины эти люди готовы были претерпеть гонения, заточение, ссылку. Эти литераторы не стояли особняком от общего потока европейской культуры. Так Максим Грек (ок. 1475–1556) был знаком с итальянским печатником Альдо Мануцием, гуманистами Пико делла Мирандола и Марсилио Фичино. Светский русский публицист Иван Пересветов (XVI в.) в своем творчестве отразил международный политический опыт и русское еретическое вольномыслие.

Но литератор-публицист не был единственным прототипом журналиста-профессионала. По мере того как формировалась журналистика, она вбирала в себя представителей различных видов деятельности. Происходило своеобразное притяжение-отталкивание компонентов, которые в дальнейшем обусловят журналистское разделение труда. Например, первый печатник, типограф сам создавал шрифты, выполнял обязанности редактора, издателя, продавца. Его активность казалась чисто технической, но именно типограф в Западной Европе получал преимущественное право на создание газеты: в 1540 г. венскому типографу Гансу Зингринеру была дана привилегия «оглашения всех новостей, касающихся города», а в 1615 г. его соотечественник Грегор Гельмбаар начал публиковать «ординарные и экстраординарные известия и все, что их касается». В 1605 г. в Антверпене типограф Авраам Вергевен получил право печатать и гравировать, а также продавать новости о победах, взятии городов. Создателями газет становились книгопродавцы, а также почтмейстеры. Первые венецианские рукописные газеты издавали профессиональные собиратели новостей, объединенные в специальный цех. Рукописные газеты распространял банкирский дом Фугтеров (Германия, г. Аугсбург), пользовавшийся сетью агентов, собиравших деловую информацию. Таким образом, в журналистику входили и те, кто владел словом, и те, кто обладал новостью, и те, кто имел возможность новости распространять.

## ЖУРНАЛИСТСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗМ: ВЕХИ СТАНОВЛЕНИЯ

Несмотря на то, что круг первых газетчиков был пестрым по составу, уже в XVII в. выпуск периодического издания налагал серьезные профессиональные обязательства на того, кто брался за это ответственное дело. Например, во Франции существовал корпоративно утвержденный статус, гласивший, что печатники и книгоиздатели должны получить хорошее образование, знать латынь и греческий. Нужен был и сертификат, дающий право заниматься издательской деятельностью. Конечно, до появления понятий «журналистская профессия» или «журналистский профессионализм» было еще далеко, но некоторые профессиональные характеристики здесь, конечно, налицо.

Важные изменения произошли в Европе при ее вступлении в «век Просвещения» – так называют период конца XVII–XVIII вв. Они были связаны с серьезной модификацией культурной обстановки эпохи. Священный текст с его сакральным отношением к слову постепенно уступал первенство тексту научному, опирающемуся на разумное постижение действительности, на опыт, помогающий познавать законы природы и общества. Считается, что именно в это время знание приобретает информационную форму, перестает быть чем-то априорно данным человеку, который, следуя ренессансным традициям, начинает читать мир как книгу, но не просто читать: появляется ощущение того, что действительность можно усовершенствовать.

Развитие журналистского профессионализма происходило столь же динамично в этот период, как и становление самой прессы. Журналист-профессионал начала XVIII в. в странах Западной Европы существенно отличался от своего собрата, жившего в Америке конца XIX в.

Если попытаться определить ведущую тенденцию, характеризующую изменения в профессии журналиста, произошедшие в XVIII–XIX вв., когда повсеместно формировалась система прессы и обмен информацией начал приобретать международный характер, то ее можно обозначить словами «усложнение» и «дифференциация».

Действительно, такое явление как персональный журнализм требовало от человека профессионального универсализма. Например, журнал «Ревью», который выпускал знаменитый английский писатель Даниель Дефо (1660–1731), был исключительно продуктом труда, таланта и подвижничества этого литератора-публициста. Дефо сам писал материалы на политические, коммерческие и социальные темы, будучи одновременно репортером, правщиком, комментатором. Он считал своими журналистскими достоинствами умение отбирать факты и использовать их, а также владение богатым словарным запасом, способность критически оценивать собственную работу. Дефо был не чужд и политической активности, которая принесла ему серьезные неприятности, а затем вынудила стать главой секретной службы английского премьер-министра (принять это предложение писателя побудило тяжелое материальное положение его семьи). Ричард Стил (1672–1729), также

считающийся одним из основателей английской журналистики, был не только редактором, но и основным автором своего еженедельника «Татлер» («Болтун»). Исследователи, изучавшие историю Англии начала XVIII в. (именно тогда здесь наблюдался расцвет персонального журнализма), отмечают, что в число профессиональных литераторов наряду с поэтами, писателями, памфлетистами входят и журналисты. Ядром профессионализма и тогда считалось владение словом, неотделимое от политической ангажированности.

Французские просветители-энциклопедисты в середине XVIII в. также обратились к проблеме специфики журналистского труда. По их мнению, есть два типа журналиста: один светит «отраженным светом», обозревая и комментируя новинки литературы, науки, искусства и т.п.; другой обладает достаточным талантом и смелостью, чтобы служить прогрессу.

Служение истине становится лейтмотивом творчества тех французских журналистов, которые создавали свои произведения в годы Французской революции 1789 г., когда взлет персонального журнализма наиболее ярок. Жан-Поль Марат (1743–1793), издавая за свой счет знаменитую газету «Ами дю пепль» («Друг народа»), выступал и как редактор, и как автор, и как корректор, и как метранпаж. Столь разносторонняя деятельность стала возможной благодаря литературному мастерству и ораторскому пафосу Марата.

История подтверждает, что звездными часами персонального журнализма стали периоды наивысшего общественного подъема, когда необычному времени требуются исключительные личности. Такой личностью был англичанин Томас Пейн (1737–1805) – участник нескольких революций, государственный деятель, философ, журналист, чьи памфлеты расходились огромными тиражами, и их резонанс в Европе и Америке был исключительно велик. Пейн прославился не только как политический публицист, но и как организатор периодики, завоевавшей огромную аудиторию и снискавшей прочный авторитет.

Просветительские идеалы нашли отражение и во взглядах на прессу М.В. Ломоносова, который видел в журналистской работе особый род деятельности – творческой и нацеленной на служение истине. Любопытная антитеза возникает при сопоставлении взглядов на общественное предназначение журналиста, высказанных в полемике русского просветителя Н.И. Новикова и Екатерины II. Для Новикова главная задача журналиста заключается в критическом изучении действительности, исправлении ее, воспитании полезного члена общества, а Екатерина II требует от сочинителя верности государю, миролюбия, добронравия.

Сходство русской журналистики с мировой прессой века Просвещения выразилось в том, что с возникновением частной периодики в ее работу все активнее включались писатели. Слова «писатель», «сочинитель», «литератор», «журналист» воспринимались как синонимы. Отношение к журналистике как словесности и соответственное понимание роли журналиста было присуще

многим российским авторам конца XVIII – начала XIX вв. Эта ситуация будет постепенно меняться – как в России, так и в Западной Европе.

По-разному воспринималось соотношение слова и политики. А.Н. Радищев, еще в 1798 г. назвавший журналистов «историками своего времени», подчеркивал связь слова и дела в борьбе за народоправие; в представлении декабристов словесность была неотделима от гражданского подвижничества, представители официальной идеологии видели в развитии словесности результат благотворной деятельности государства. Здесь проступает дилемма общемирового значения: либо журналист выступает как тот, кто поддерживает status quo и содействует сохранению стабильности социальной системы, либо он выступает как ее критик, противник, способствуя не только изменению существующего положения дел, но и разрушению этой системы. Отсюда проистекает и разное понимание профессионализма.

К началу XIX в. журналистика представляла собой сложную, многопрофильную структуру. Усложнялась технология газетного дела, становилось более разветвленным редакционное разделение труда. Увеличение объема рекламы (объявлений) создавало основу для коммерциализации прессы. XIX столетие выявит две концепции, отразившие разные представления о назначении журналиста. Согласно одной, журналист – политический борец, социальный философ, литератор, призванный освещать и всесторонне раскрывать наиболее важные проблемы действительности, отстаивать свою точку зрения, не испытывая страха перед преследователями, не боясь нищеты и голода. Согласно другой, журналист – нечто вроде предпринимателя, исходящего прежде всего из соображений выгоды, рассматривающего газету или журнал по преимуществу в качестве источника дохода. Каждая из концепций подразумевала свои требования к журналисту-профессионалу, и каждая находила воплощение в редакционной практике.

История стран Западной Европы изобилует примерами исключительной журналистской самоотверженности, преданности идеалам, полной самоотдачи. Англичанин Уильям Коббет (1763–1835), посаженный в тюрьму за публикацию острых критических выступлений, проявил невероятную творческую активность, находясь в заключении: там он написал и опубликовал 364 письма и эссе на политические темы[5]. За публикацию трудов Томаса Пейна были арестованы другой англичанин Ричард Карлайль (1790–1843), а затем его жена и сестра. Итальянец Сильвио Пеллико (1790–1854) за свою журналистскую деятельность был заточен на 15 лет в одну из самых мрачных австрийских крепостей, где написал автобиографические записки. Этот перечень можно было бы продолжить.

Польза отечества, героический подвиг во имя народа и его блага – эти понятия во многом определяли журналистское кредо российских декабристов. «Сословием людей государственных» называл журналистов А.С. Пушкин. Стройная система представлений о журналистском профессионализме просматривается в трудах В.Г. Белинского, который связывал особенности



деятельности человека с требованиями времени, подчеркивал роль личностных характеристик, способностей, склонностей, призвания. Так, говоря о Н.А. Полевом, Белинский неоднократно подчеркивает неутомимость журнальной природы, восхищаясь его призванием, одаренностью, способностями. Личность журналиста, его философско-эстетические и литературно-критические взгляды интересуют Н.Г. Чернышевского. Он полагал, что мировоззрение ведущего автора периодического издания определяет партийную направленность последнего. Акцентирование идейно-политической линии публицистического творчества не умаляло значимости литературного мастерства, способствующего усилению эстетической нагрузки текста.

Но рассматриваемый период дает немало примеров иного рода. С газетно-журнальным делом, с распространением новостей связывают себя люди, далекие от литературного творчества. Многие из них начинают занимать ключевые посты в расширяющейся информационно-коммуникационной системе.

Был далек от журналистики первый издатель «Таймс» – газеты, олицетворяющей английский образ жизни, – Джон Вальтер. Фабрикант, галантерейщик и банкир стали учредителями газеты «Скотсмен» (она до сих пор выходит в Шотландии). Что же касается тех, кто стоял у истоков служб новостей, то о Поле Джулиусе Рейтере – создателе ныне мирового агентства Рейтер – английский автор Д. Рид пишет: «Живи Рейтер двумя поколениями раньше, в Англии XVIII века, он стал бы продавать хлопок – самый главный товар индустриальной революции. Если бы он занялся бизнесом в начале XX века, то с успехом мог превратиться в нефтепромышленника. Он отдал предпочтение новостям, потому что рыночный спрос возрос на них как никогда раньше»[6].

Западноевропейская литература, чутко реагирующая на события современной жизни, не оставила без внимания и факт появления на социальной арене особого типа журналиста – человека, любой ценой добивавшегося личного успеха или признания, власти, денег.

В трудах, посвященных прессе и увидевших свет в XIX в., финансовая зависимость журналиста рассматривалась как фактор, ограничивающий свободу печати. Стало знаменитым высказывание В. Вейтлинга о том, что «люди пишут для того, чтобы жить, потому что без денег нельзя жить, чтобы писать»[7]. «Торговое направление» укоренилось и в русской журналистике. Предметом дискуссий стала проблема оплаты авторского труда. Одни видели в этом естественное влияние времени и способ повышения профессионального качества изданий, для других сама идея купли-продажи литературного труда была неприемлема.

В XIX в. не только четко разграничились функции издателя, редактора и пишущего журналиста, но и усилилось размежевание между журналистом-борцом и журналистом-предпринимателем. Дифференциация социальных

ролей журналиста в XIX в. происходила весьма интенсивно. Например, в Америке начала XIX столетия вместе с развитием партий и расширением партийной борьбы возникает «ругательная журналистика», в контексте которой процветает вполне определенная разновидность репортеров – людей, способных отстаивать свою правоту не только в словесной, но и в кулачной драке. Набор профессиональных качеств сотрудника газеты и журнала изменился и в ходе формирования «нового журнализма».

Одним из отличительных признаков нового журнализма (в частности, в его американском варианте) явилось то, что фундаментальной функцией газеты признавалось распространение информации. Преобладающее место стало принадлежать не прежней газете, содержащей главным образом «взгляды и мнения» (viewsraper), а новой – являющейся газетой «новостей» (newspaper). «Глагол», призванный «жечь сердца людей», уступил место факту, откровенно партийный публицист – внешне беспристрастному репортеру, профессиональное мастерство которого оказывалось в прямой зависимости от умения «чувствовать» сенсацию, находить «горячие» новости и своевременно доставлять их в редакцию. Погоня за сенсацией не была изобретением XIX столетия: например, немецкие «летучие листки» XV–XVI вв. изобиловали историями о чудесах, эпидемиях, исцелениях. Но только на рубеже XX в., когда пресса начинает становиться массовой, предельная оперативность, готовность на репортерский подвиг, требующий иногда большого риска, а иногда и столь же немалой беспринципности, тиражируются в качестве эталона мастерства. Конечно, было бы непростительной ошибкой полностью приравнять репортаж к «журналистике замочной скважины», к тому же именно детективные приемы газетной работы не раз помогали раскрытию истины. Но негативные черты нового журнализма (равно как и персонального) напоминают о себе и по сей день.

Противостояние «публицистики мнения» и «журналистики факта» в их предельно заостренном, чистом виде отнюдь не исчерпывает проблему профессионализма. Между этими плюсами помещается огромное срединное пространство, в котором существуют многочисленные возможности каждому определить свое место в системе редакционного разделения труда, найти свою нишу в отражении действительности и свой способ творческого самовыражения.

XIX столетие придало дифференциации журналистского труда отчетливо выраженные формы. Во многих странах было закреплено размежевание собственно журналистской деятельности и административного руководства прессой. Усилилась тенденция к специализации сотрудников редакций. Штат крупных английских газет середины XIX в. включал в себя и тех, кто собирал внутренние новости, получая за труды ничтожную сумму, и корреспондентов за рубежом. В конце века, когда некоторые британские издания превратились в мощные предприятия (например, основной выпуск «Таймс», насчитывавший 20–28 страниц, дополнялся рядом приложений разнообразного характера), возникла потребность привлекать к работе специалистов в сфере литературы,

науки, финансов и т.д. В 80-е гг. того же столетия штат американской газеты «Уорд» включал в себя 1300 человек: позднее в редакцию пришли экономисты, знатоки спорта, светской и женской тематики, художники. Последнее особенно знаменательно: рисованные заставки, иллюстрации в XIX в. (хотя в прессе они использовались и ранее) усилили визуальную выразительность газетного текста и придали новое, творческое звучание работе тех, кто занимался оформлением газет и журналов.

С внутриредакционной специализацией исследователи часто связывают развитие аналитической журналистики, отличной от универсального журнализма, который не погружался в причины и следствия событий.

Очевидно, что аналитический метод в журналистике неотделим от научного мышления, от навыков глубокого, исследовательского подхода к фактам и явлениям. Век XIX с его нарастающим прагматизмом, иррационализмом, а также со стремлением утвердить в обществе отношения «механической солидарности», идеалом которых служит отлаженная работа фабрики, не стал эпохой торжества разума. Но преемственность культурного развития сохранила тяготение человека к дальнейшему постижению законов природы и общества и формированию своего отношения к миру на основе знания о нем. Усилившаяся в XIX в. социологичность знания по-новому высветила роль факта в контексте системного отношения к реальности. И то и другое отразилось в журналистике.

В трудах отечественных и зарубежных журналистов, ставших достоянием истории, четко прослеживается цепочка взаимодействия факта, анализа, оценки. Конечно, эта цепочка могла и разорваться, когда факт и оценка приобретали самодовлеющее значение, а аналитическая составляющая «выпадала» и из авторского замысла, и из текстовой структуры. Но в подлинно исследовательском, аналитическом произведении все три компонента находились в равновесии. Означало ли это, что литературное мастерство отходило на задний план? Не вызывает сомнений, что текст можно составить, руководствуясь стандартными правилами. Однако так же несомненно то, что только творческая индивидуальность способна придать ему неповторимость, уникальность, во многом зависящую от меры соотношения различных его частей, от способности корреспондента не только правильно мыслить и формулировать мысль для себя, но и находить те речевые способы выражения смысла, которые донесут авторскую идею до читателя, придав ей особую убедительность. И, возможно, именно аналитическая журналистика наиболее полно концентрирует в себе единство слова и мысли, присущее человеческой природе.

Таким образом, мы сталкиваемся еще с одним типом профессионала – с журналистом-исследователем. Невозможно отнести его появление только к западной или только к российской традиции. В XIX в. к журналистской деятельности оказываются причастными, например, африканские мыслители. Так, западноафриканский философ, лингвист-полиглот Э.У. Блайден, сотрудничая в ряде изданий, использовал методику аналитической прессы для

изложения своей концепции особой роли Африки в развитии мировой цивилизации. Становление аналитической журналистики выступает как общемировая тенденция, которая, правда, не всегда могла полно реализоваться в силу тех или иных политических и социокультурных причин.

Итак, спектр журналистского профессионализма в XIX в. был уже достаточно насыщенным, и тенденции, о которых мы вели разговор, получили во многих случаях персонифицированное выражение. Среди зарубежных редакторов-реформаторов снискал славу Эмиль де Жирарден (1806–1881) – один из родоначальников массовой прессы, произведший коренную коммерческую трансформацию французской газеты и ставший прообразом руководителя-торговца. Он принимал журналиста на работу в полном соответствии с существовавшими тогда условиями рынка. В английской печати с ним в определенной степени сопоставимы братья Альфред и Гарольд Хармсворты, чья предпринимательская активность удостоится официального призвания: оба они получили титулы лордов (пэрами станут и другие магнаты прессы в Англии). В Америке подобное положение занял Джозеф Пулитцер.

В конце XIX века в США центральной фигурой стал репортер, готовый на персональный подвиг ради необычной, сенсационной информации. Среди журналистов «выдающегося поступка» можно назвать американку Элизабет Кохран (Нелли Блай), обогнувшую земной шар за 72 дня (а не за 80, как героиня известного романа Жюль Верна), и многих других. Сочетание личной смелости и глубоких знаний было характерно для корреспондента английской «Дейли Телеграф» Эмиля Джозефа Диллона (1854–1933): он учился в нескольких университетах, знал европейские и восточные языки. Информация, полученная им, оценивалась не только как оперативная, но и как достоверная. Современники считали, что Диллон соединил в себе талант журналиста, ученого и государственного деятеля.

Признавая открытую партийность журналистской (в том числе редакторской) работы К. Маркса и Ф. Энгельса, нельзя забывать о том, что их творческому методу было в полной мере свойственно рассмотрение фактов под углом зрения научной теории. Взаимосвязь отбора фактов, их анализа и – что очень важно – их синтеза отличают публицистическое мастерство К. Маркса и Ф. Энгельса. По мнению ученых, детально исследовавших их творческое наследие, профессионализм в контексте марксистской теории печати во многом связан с тем, что «журналист выступает всегда как исследователь, социолог, аналитик, сообщая о фактах, анализируя, сопоставляя их и обрабатывая, обобщая, абстрагируя из конкретных единичных событий, ситуаций их особенное и всеобщее содержание и выражая его в понятиях, общезначимых заключениях, выводах и предложениях»[8]. Этот исследовательский компонент профессионализма приобретает особую актуальность, когда речь заходит о журналистике «второго уровня» – то есть, аналитической.

В России XIX в. Н.Г. Чернышевский и Н.А. Добролюбов призывали изучать факты, делать выводы из них «на обоюдную пользу истории и теории»,

представлять результаты их анализа, «а не частные счета, не множители и делители»[9].

XIX столетие продолжило еще одну устойчивую международную тенденцию, существенную для понимания особенностей журналистского профессионализма: пресса продолжала оставаться сферой приложения общественно-литературного дарования писателей и поэтов, которые выступали в качестве редакторов, издателей и сотрудников газет и преимущественно журналов. Например, новое качество французской журналистики на стыке веков проявилось в том, что она в ряде случаев тесно смыкалась с литературой. Это вполне справедливо и для российской печати всего периода ее развития. Есть точка зрения, что по уровню литературного исполнения англосаксонский и германский журнализм на рубеже столетий несколько уступал своим зарубежным собратьям. Но и он содержит немало примеров, подтверждающих плодотворность профессионального участия писателей в прессе. Журналистское мастерство раскрывало в данном случае несколько иную свою сторону, впрочем, привычную для периодической печати: текст приобретал художественно-образный характер, предполагающий особый «набор» способностей его создателя – возрастала роль интуиции, воображения, усиливалась образная нагрузка слова.

На рубеже XIX–XX вв. как в Европе, так и в Америке получает развитие журналистское образование, что еще раз доказало: эта профессия прочно заняла свое место в системе общественного разделения труда.

Первая половина XX в. (особенно период между первой и второй мировыми войнами) стала временем дальнейшего усложнения структуры журналистской профессии. В определенной степени это было связано с совершенствованием технологии средств массовой информации. Так, в 30-е гг. в типографии американской газеты «Нью-Йорк таймс» насчитывалось 1800 рабочих, в ее редакции – 616 сотрудников, в конторе – 953 человека, в правлении – 84[10]. Появление телефона и его широкое использование в прессе динамизировало репортаж («рипортинг») и вызвало к жизни пресс-стенографирование и «рирайтинг», то есть редакционную подготовку к печати материалов, полученных от корреспондентов. Изменившаяся техника иллюстрации повысила престиж фоторепортера. По мнению одного из крупнейших пресс-магнатов Франции Жана Пруво (в 1931 г. он основал газету «Пари суар»), изображение стало властелином времени. Этому немало способствовала возможность быстро передавать по телеграфу снимки с места события.

Внесло свою лепту в журналистское разделение труда развитие радиовещания. «Разговорные газеты», «разговорная журналистика» вели поиск своего лица, конкурируя с прессой, вырабатывая особый профессиональный стиль. После организации первых публичных сеансов телевизионного вещания электронное средство информации постепенно добавило новые краски в палитру журналистской профессии.

XX в. по-новому высветил проблему соотношения факта и мнения в журналистском творчестве. Отсутствие в журналистике «поля точного знания» вызвало озабоченность у наиболее серьезных сотрудников и исследователей западной прессы. Однако профессионализация журнализма, придание ему «антисубъективного» характера, предусматривавшего опору на факты, беспристрастность, правдивость, была чрезвычайно трудно достижима.

Дальнейшая коммерциализация прессы, ее монополизация, массовизация, формирование информационного рынка усилили материальную зависимость журналиста на Западе.

Идеологическое размежевание и политическая дифференциация в контексте противостояния капитализма и социализма, зарождения национально-освободительного движения, появления фашистских режимов, нарастания военной угрозы и развязывания второй мировой войны привели к практически повсеместному углублению политизации профессии, усилению в ней пропагандистских начал. Возрастала политическая ангажированность значительного числа журналистов, даже если они отказывались открыто признать это. Четкое определение классово-партийной позиции для многих превращалось в центральный, системообразующий элемент их деятельности. Журналист должен был выбрать свое место в расстановке общественных сил, определить, на чьей стороне он сражается. Далеко не каждому удавалось противостоять обстоятельствам, не превратиться в исполнителя чужой воли, не оказаться жертвой социальной мифологии. Слово продолжало оставаться оружием борьбы.

Вторая половина XX в. не дала исчерпывающего ответа на вопрос о том, есть ли универсальное определение журналистского профессионализма. Однако не вызывает сомнений наличие устойчивых черт, отличающих журналистику от других видов деятельности. Им посвящено содержание следующих разделов главы, подчиненное уже не столько историческому, сколько логическому анализу нашей темы.

## **ЖУРНАЛИСТИКА: ПРИЗВАНИЕ, РЕМЕСЛО, ПРОФЕССИЯ**

Многоаспектность функционирования СМИ, отсутствие четко обозначенных границ их влияния, разносторонность деятельности сотрудников газет, журналов, теле- и радиостудий порождают мнение о том, что журналистика не является самостоятельной профессией. Ее называют субпрофессией, квазипрофессией, занятием, ремеслом, призванием, не нуждающимся в образовании и особых знаниях. Есть и другие, прямо противоположные точки зрения, согласно которым журналистика требует специальной подготовки, широких познаний, навыков, обладает некими организационными характеристиками и нацелена на служение обществу, а значит у нее есть все признаки профессии.

Действительно, журналистика предполагает большую или меньшую координированность между потребностями и ожиданиями общества от СМИ, с одной стороны, и профессиональной готовностью журналиста к реализации этих запросов, с другой. Движение журналиста и общества навстречу друг другу полно динамизма, трудностей, противоречий. Будучи деятельностью общественной, пресса «втягивает» всех, кто связал с ней свою судьбу, в разветвленную систему социальных отношений. В их контексте абстрактная схема профессии конкретизируется, приобретает многомерный характер. Писательница и журналистка М.С. Шагинян говорила: «Работа в газете стала для меня средством постоянного живого участия в совершающихся событиях...»

По мнению американских авторов, сотрудники редакций по-настоящему почувствовали себя профессионалами в первые десятилетия XX в. Тогда же активизировались поиски модели, способной вобрать в себя главное в профессиональной практике: от техники труда до чувства ответственности. В этой модели сочетаются устойчивые элементы (они придают ей качественную определенность, стабильность) и гибкие, переменные компоненты, находящиеся в зависимости от обстоятельств места и времени, объективных и субъективных факторов.

Среди ведущих, системообразующих признаков журналистской профессии выделяются следующие: функции, преобладающие виды; тип, характеристики, объект и условия деятельности; типы контактов и способы взаимодействия с аудиторией; объекты отражения; система источников информации; режим и ритм труда[11]. Эти аспекты темы и будут рассмотрены в данном разделе учебника.

Большая часть обозначенных параметров, образующих «каркас» профессии, так или иначе связана с понятием деятельности – специфически человеческой формы отношения к окружающему миру, направленной на его целесообразное изменение.

Деятельностный подход к профессии журналиста принципиально важен по нескольким причинам. Деятельность неотделима от сознания – высшего уровня восприятия и осмысления действительности человеком. Сознание – это состояние, при котором мы способны описывать словами, представлять делами или образами свои ощущения, чувства, мысли. В развитом сознании чувственные образы переплавляются в значения, формирующиеся под воздействием социальной практики. Личность всегда соотносит значения со своими потребностями, и отсюда возникает пристрастность сознания. Вне этих процессов журналистика немыслима: при «неработающем» сознании нарушаются высшие формы интеллектуального и нравственного поведения.

В ходе деятельности человек начинает отличать себя от других, формируется его самосознание, осмысливаются возможности. Он намечает цели, ставит задачи, предвидит результаты своей активности в индивидуальном и социальном измерениях. Деятельностный подход позволяет глубже осознать субъективную сторону журналистики, гармонию ее творческих и нетворческих начал.

Известно, что понятие творчества по-разному трактуется учеными и художниками; в самом общем виде – это появление нового в любой области человеческой практики. Творчество проявляется в тех ситуациях, когда человек сам, без точной инструкции решает, как ему поступить. В таком случае журналистика пронизана творчеством: сотруднику СМИ приходится принимать решения в конкретных условиях, порой опровергающих схемы, ранее устойчиво бытовавшие и в социальной практике, и в общественном сознании, не укладывающиеся в рамки нашего повседневного опыта. Петербургская журналистка Т. Зазорина, когда в прессе не разрешалось сообщать о неуставных отношениях в армии, преодолела не одну преграду, прошла десятки кабинетов, чтобы напечатать свое интервью в ленинградской областной газете «Смена». Этот материал открыл для советской прессы серьезнейшую социальную проблему.

Но труд журналиста профессионален, то есть подчинен заданным алгоритмам, зависим от знаний, подготовки, практических навыков, корпоративных традиций. Для газетчика (как и для любого другого специалиста) необходим опыт решения сходных задач, позволяющий сэкономить силы, время и избежать типичных ошибок. Один из классиков отечественной публицистики М. Кольцов советовал товарищам по цеху: «Вещь нужно конструировать прочно, чтобы, прочитав ее, человек... увидел, где начало, где конец, как именно этот абзац... перекликается с другим абзацем в конце. Особенно на той короткой площадке, которая дается обыкновенно... в газете и в журнале...»

Стабильное и инновационное в журналистике находятся в состоянии взаимоперехода, взаимодействия. Постоянное стремление к созданию нового, оригинального неотделимо от выполнения жестких обязанностей, заданий, причем в четко очерченных хронологических рамках.



Особенность журналистики состоит в том, что она, а следовательно, и те, кто работает в СМИ, активно участвуют в социокультурном творчестве.

Сверхзадача журналиста – изменение, развитие элементов культуры, создание ее ценностно-нормативных координат, «культурное оснащение» социальных процессов.

Относится ли журналистика к разряду «интеллигентских» профессий или это миф традиционного российского сознания, продолжающего упорно отстаивать идею о генетической связи публицистики и интеллигенции? Спор помогает разрешить современная культурология: она различает управленческую, научную, художественную и военную интеллигенцию, а также гуманитарную, к которой причисляет педагогов, врачей и журналистов.

При выявлении особенностей редакционного труда необходимо учитывать разработанную в отечественной психологии концепцию единства общения и деятельности. Общение составляет содержание массовой коммуникации, которая

- Ø осуществляется в больших социальных группах;
- Ø обладает специальными каналами;
- Ø оперирует определенными знаковыми системами;
- Ø отличается «отсроченным» характером обратной связи.

Для журналистики массовая коммуникация – это главное поле ее функционирования. Большая или меньшая пространственно-временная отдаленность автора от читателя, слушателя, зрителя – отличительная черта журналистского общения с аудиторией, не лишаящая, однако, профессию ее человечески ориентированного смысла. Будучи частью культуры, СМИ призваны содействовать взаимопониманию и связи между людьми.

Каким же образом происходит общение через СМИ? Сравним две схемы. Модель системы средств массовой информации включает в себя источники сведений, журналиста, сообщения, каналы передачи информации, аудиторию. Модель процесса коммуникации выглядит так: социальная действительность – коммуникатор – редакция – текст – аудитория – преобразенная действительность. Отчетливо видно совпадение основных компонентов: главными фигурами в той и другой моделях служат журналист (редакция) и аудитория (читатели, зрители и слушатели), общение которых невозможно без текста.

Понятие текст применительно к журналистике может обозначать публикацию в прессе, теле- и радиопередачу, сообщение, переданное по компьютерной сети. Изначально журналистика была связана с письменным текстом, носящим вербальный характер. К концу XX столетия в ней произошли глубокие качественные изменения. Создается впечатление, что она поднялась на очередной виток спирали, который по-новому отразил синкретизм той далекой эпохи, когда информационные процессы еще лишь начинали наполняться

человеческим и социальным смыслом. Сегодня масс медиа ретранслируют не только слово, но также изображения и символы, – то есть тип знаков, который преобладал в коммуникационном пространстве древних цивилизаций.

Текстовая реальность современной журналистики усложнилась: она не сводится к передаче вербальной информации. Сегодня мы сталкиваемся с макротекстами, объединяющими вербальные, акустические и визуальные сообщения. В СМИ вернулся устный текст, бывший когда-то исключительной принадлежностью риторики. О фотографии говорят как о повествовании в зрительных образах. «Мягкий» текст компьютера, постоянно готовый к трансформации, ориентированный на «вторую» предметность, то есть на мир компьютерных сетей, банков данных и так далее, также начинает оказывать воздействие на производственно-творческие процессы в масс медиа. В Интернете появилось понятие сетературы, основанной на гипертексте, у которого может быть много авторов, равноправно включающихся в создание произведения.

Несмотря на многообразие видов текстов, все они имеют общие черты. Эти тексты

- Ø отражают мир социальной реальности и творческое «я» журналиста,
- Ø несут на себе отпечаток источника информации,
- Ø создаются с учетом того или иного канала коммуникации,
- Ø подчиняются профессиональным критериям, выработанными тем коллективом, где трудится автор.

Применительно к СМИ обычно имеют в виду отдельные тексты (произведения) и их совокупность (газета, телепрограмма и т.д.). Социальное содержание текста обусловлено, как правило, актуальностью и новизной, соответствием запросам аудитории, глубиной анализа социальной действительности, опережающей постановкой общественно значимых проблем, наличием идеалов и социально-политических ориентиров, совершенством формы подачи материала.

«Жизнь» журналистского произведения отражает специфику процесса массовой коммуникации. Преломленная в сознании корреспондента социальная реальность отражается в тексте, который, прежде чем попасть к читателям, слушателям, зрителям, проходит через фильтр редакции и уже затем «потребляется» аудиторией.

Социальная информация возвращается в действительность, вызывая изменения в духовной сфере и в поведении отдельных людей и групп. Несмотря на кажущуюся растворенность публикации в тех массивах сведений, которые циркулируют по каналам массовой и межличностной коммуникации, она оказывает свое влияние на общество и на человека, на тонкие и хрупкие структуры его внутреннего мира. Поэтому профессионализм включает в себя умение предвосхищать результаты выступления газетчика, теле- или

радиокорреспондента. Публицистический прогноз может приобрести социальное звучание. Пример тому – книги известного советского журналиста Эрнста Генри (С. Ростовского) «Гитлер над Европой?» (1934) и «Гитлер против СССР?» (1936): публицист предвидел не только события и их исход, но и предугадывал детали, что неоднократно вызывало удивление историков.

На журналистском тексте отрицательно сказывается ряд факторов: давление на СМИ частных групп и лиц, подчинение масс медиа государственному аппарату, их включенность в обслуживание политических элит, развитие «самодостаточности» журналистики, появление «журналистского эгоизма» – стремления сотрудников печати, радио и телевидения отражать в своих материалах не окружающую реальность, а самих себя. Из текста вытесняется повседневная обыденность, он превращается в «заказной», написанный по чьему-то заданию и соответственно оплаченный, в нем приобретает весьма зыбкие очертания водораздел между фактом и мнением, в него начинает вторгаться реклама.

Журналистское произведение строится на основе фактов и событий социальной действительности. Но социальный факт проходит сложный путь синтеза объективного и субъективного, прежде чем стать фактом журналистским. Способность донести социальное значение материала до аудитории – один из критериев профессионализма. Для этого необходимо не только отобрать типичные факты, но и «перевести» информацию на такой язык общения, чтобы читатель, слушатель, зритель адекватно воспринял ее. На заре истории журналистики великий английский писатель, публицист, редактор Д. Дефо считал совершенным литературным стилем тот, с помощью которого автор, обращаясь к сотням читателей (различным по своим способностям и положению в обществе), может быть понят всеми, за исключением лунатиков и идиотов.

Ориентированность на аудиторию – отнюдь не внешний для текста момент; она органично встраивается в структуру материала. Предназначенность «для всех» придает тексту интегрирующий характер, расчет на ту или иную группу – дифференцирующий. Тексты могут быть нейтральными или, наоборот, вызывать соответствующую реакцию у социальных институтов и массовой аудитории.

Создание текста требует от автора совершенного знания языка той системы информации, в которой этот текст будет существовать, проникновения в поэтику журналистики, знакомства с широким спектром эстетических традиций. Социальная составляющая текста и его формальная сторона призваны находиться в гармоническом единстве. В этом смысле журналистика подвластна законам художественного творчества. Но поскольку журналистика из профессии интуитивно-кустарнической давно превратилась в индустриально-технизированную, в ней возрастает роль клише, стандартов, облегчающих «конвейерное» производство и потребление текста.

Правда, современная компьютерная связь в состоянии вернуть журналистике ее «мануфактурный» характер, возродив на новом техническом уровне персональный журнализм. Уже сейчас есть мнение, что компьютерная «газета», созданная человеком, не подчиненным политическим группировкам или финансовым магнатам, заслуживает большего доверия, чем ее традиционные именитые собратья. Станет ли это устойчивой тенденцией, которая приведет нас к торжеству Логоса, «логическому конструированию», «методу смыслового оформления вещи», или, наоборот, ее следствием станет беспрецедентное по своему размаху тиражирование готовых схем, покажет время.

Усиливающийся производственный характер журналистики, конечно, обладает своими издержками, искажающими социальный смысл профессии. Так, журналист, абстрагировавшийся от социокультурного наполнения своей деятельности, может превратиться в «сенсатора» – посредника между источником и получателем информации. «Он явно не интеллектуал, так как ему не хватает глубины знания и строгости подхода к данным сведениям, порою он оказывается просто невежественным. Однако в глазах обывателя он на удивление похож на интеллектуала в силу того, что располагает обилием информации, которую путают со знанием и которой он в состоянии поделиться»[12]. Исчезает значимость «сенсатора» как автора, он растворяется в информации, не проникая в ее суть и превращаясь в машину по ее переработке.

В таком случае справедлив вопрос, не окажется ли компьютер, обученный сочинять стихи, писать музыку, составлять грамотные информационные сообщения, более эффективным участником массовой коммуникации, чем человек, явно уступающий ему в скорости и объеме информационных операций? Но, хотя и журналисты-практики и теоретики выражают обеспокоенность тем, что художник-человек под давлением компьютера понемногу вытесняется из процесса распространения визуальной информации, что в электронной прессе новые тексты подчас синтезируются на основе уже изданных и в результате снижается творческая наполненность журналистской деятельности, человеческая личность во всей ее неповторимости еще не нашла достойной замены в облике универсального биоробота, о котором пишут фантасты.

Конечно, в журналистике XX в. произошли изменения, требования к компьютерной грамотности журналиста возросли. Повсеместная компьютеризация даже вызвала у сотрудников редакций искушение поменьше выезжать на место событий, довольствуясь их электронной версией. Тем не менее, если рассматривать работников масс медиа как относительно однородное профессиональное сообщество, которое подчиняется профессионально-квалификационным требованиям, касающимся идейно-нравственных, деловых, характерологических и физических качеств, станет очевидно, что журналистская профессия начинается с человека. Именно личность может «вжиться во внешний человеческий мир», обосноваться «в нем с помощью индивидуальных способностей», находиться с ним «не только в

постоянном, но и активном взаимодействии»[13]. В активном взаимодействии журналиста с социальной действительностью – одна из основных особенностей творческого содержания его профессии.

Вживание журналиста в мир людей выражается по-разному, но, как правило, оно не исчерпывается подготовкой собственного текста. Например, в работе печатных средств массовой информации устойчиво повторяются такие основные типы профессиональных действий, как руководство редакцией, отделом, подготовка собственных материалов, работа с авторами и редакционной почтой, правка чужих материалов, макетирование газетных полос, прием посетителей, выступления с обзорами публикаций на планерках и летучках, участие в организационно-массовых мероприятиях. Этот «набор» подтверждает индивидуально-коллективный характер журналистской профессии.

И индивидуальные, и коллективные компоненты профессиональной культуры журналиста, подчиняющиеся стандартам и образу трудового поведения, так или иначе не являются отстраненными от человека. Человек вносит в профессиональную деятельность содержание своего внутреннего мира.

Как и многие другие категории, понятие «внутренний мир» истолковывается по-разному, иногда оно обозначает человека как живое существо в целом. Если рассматривать проблему внутреннего и внешнего в их соотнесенности с личностью, то можно прийти к заключению, что внутренняя жизнь человека обусловлена как врожденными качествами, так и средой, его окружающей. Внутреннее и внешнее не отделены друг от друга непреодолимым барьером: их взаимосвязь проявляется прежде всего в деятельности, в процессе которой человек способен достичь самоактуализации – максимально полного выявления своих творческих возможностей.

## ЖУРНАЛИСТ: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ

Многое в работе журналиста зависит от того, в какой неповторимый узор сложатся элементы его личности – особого, формирующегося в социокультурной среде качества человека. Понять личность – значит установить, как взаимодействуют друг с другом ее компоненты, обусловленные биологически, психологически, социально.

Среди биологически запрограммированных свойств личности немаловажную роль играет возраст. Вряд ли можно забыть гамму ощущений, которая возникает после появления в газете первой заметки или первого выхода в эфир. Очеркистка «Известий» Т. Тэсс вспоминала: «Волшебная строка на последней странице журнала превратила дилетанта в профессионального литератора. Дверь распахнулась, я вошла в новый огромный мир». Тэсс восприняла эту публикацию как огромный аванс: «Это был не чек в бухгалтерию, не виза на рукописи, которая вела к заветному окошечку издательской кассы. Это был душевный аванс, куда более ценный и важный». Эйфория молодости часто сменяется разочарованиями, и порой только время приносит мудрость мастерства.

Взросление человека отражает его движение во времени, поиск самого себя. Специалист с дипломом инженера, экскурсовод, журналист, сотрудник ленинградского «Телекурьера», «600 секунд», РТР и НТВ – таков послужной список С. Сорокиной. На первый взгляд, простая «охота к перемене мест». На самом же деле здесь прочерчен сложный, идущий через преодоление кризисов путь к мастерству, который по сути своей бесконечен. Неоднозначны и противоречивы творческие искания телеведущего Н. Фоменко – музыканта, актера, способного проявить себя и в высоком искусстве, и в фарсе, и в шокирующем шоу. Жизнь не позволяет останавливаться и тем, кто, казалось бы, уже достиг успеха. В. Ворошилов, снискавший особую популярность в интеллектуальном телеказино «Что? Где? Когда?», в одном из интервью признался: «на старости лет» он понял свое полное незнание телевидения и решил еще раз попробовать силы в новой передаче.

В журналистике необходимо учитывать и гендерные характеристики личности (гендер – термин, применяемый в психологии при анализе различий между полами). Сегодня вряд ли кто-то усомнится, что женщины вносят особенный и неоценимый вклад в социокультурное развитие. В то же время вызывают полемику рассуждения о том, существует ли женская поэзия и женская проза, женские и мужские профессии. Наконец, нельзя однозначно утверждать, что мы имеем полное представление о феномене «женской журналистики». Тем не менее анализ трудовых ресурсов СМИ свидетельствует о расширении участия женщин в масс медиа. Изменит ли эта ситуация лицо прессы?

Некоторые психологи полагают, что полушария головного мозга лучше координируются у женщин, чем у мужчин. Поэтому решения, принятые женщинами, более адекватны эмоционально-рациональному многообразию

мира. Журналистки с большим опытом работы утверждают: «Нельзя сбрасывать со счетов утверждение науки о том, что у женщин зона в правом полушарии, отвечающая за эмоции, в восемь раз больше, чем у мужчин. В результате специфический “компонент” в разных пропорциях с “левополушарным” (логическим) восприятием так или иначе дает себя знать в нашем ремесле»[14].

Вхождению в профессию помогают или мешают генетически обусловленные факторы (эмоциональная устойчивость, экстраверсия – ориентированность человека на внешний мир, альтруизм – бескорыстная забота о благе других, застенчивость, робость, отчужденность, агрессивность, стремление к лидерству). Где бы ни работал журналист, ему понадобятся физическая выносливость, чтобы справиться с перегрузками, стрессами и с честью пройти испытания в экстремальных ситуациях. Исключительно велики психологические нагрузки на сотрудника редакции. Опытный газетчик А. Константинов пишет, что его коллеги очень часто сталкиваются с проблемами профессиональной деформации, когда безжалостно уродуется их психика, так как физическая опасность «угрожает журналистам лишь время от времени, “психологическая” же действует постоянно, как проникающая радиация, – она бывает такой же незаметной подчас и такой же смертельной».

Для сотрудников СМИ особую значимость приобретает темперамент (соотношение индивидуальных свойств личности, связанных с динамикой психической деятельности). Критик и редактор Б. Панкин, рассуждая о специфике творчества писателя А. Сахнина, попытался ответить на непростой вопрос: почему человек, мечтавший о создании романов и повестей, всю жизнь посвятил малым документальным жанрам – преимущественно очеркам и рассказам? Потому что для Сахнина важнейшей постоянной величиной был темперамент гражданина и борца. Именно он заставлял литератора активно и оперативно вмешиваться в жизнь.

Ученые исследовали проблему типичного для журналиста темперамента. Среди журналистов есть и холерики – активные, сильные, но не уравновешенные люди, меланхолики – ранимые, глубоко переживающие, но вяло воспринимающие окружающее, флегматики – невозмутимые, уравновешенные, обладающие завидным постоянством. Предпочтительнее, на взгляд специалистов, сангвиники. Они обладают хорошей реакцией, легко откликаются на то, что происходит вокруг, быстрее справляются с неприятностями, которыми изобилует напряженная репортерская профессия.

Психофизиологические свойства автора по-разному проявляются в газетном материале, теле- и радиопередаче. На газетной или журнальной полосе темперамент отражается в системе языковых образно-выразительных средств, придающих тексту эмоционально-экспрессивную окраску. В свою очередь на радио тембр голоса, интонация, темп речи дают нам дополнительную информацию о говорящем. Наконец, на телевидении наше восприятие диктора, комментатора, ведущего зависит от первого впечатления о человеке, его

внешности, эстетической привлекательности, экспрессии. Здесь на сообщение, выраженное словом, накладывается невербальная информация, передаваемая на языке мимики, жестов, движений. Значимость всех этих аспектов, а также манеры поведения возрастает в ходе непосредственного общения журналиста с будущими героями его произведений, с теми, у кого он получает информацию, с коллегами.

В масс медиа встречаются различные типы личности: обращенные «в себя» интроверты и распахнутые навстречу окружающей реальности экстраверты. Но и тут ощутимо тяготение к «золотой середине», к гармонизации крайностей: статистика свидетельствует, что журналистами чаще становятся амбаверты, сочетающие в себе открытость и сосредоточенность.

Многокрасочна классификация характеров журналистов. Несмотря на то, что ученые давно стремились выявить составные элементы характера, унифицированного подхода к этой проблеме так и не выработано. К тому же социально-исторические условия способны менять характерологический портрет личности. Особенно это ощутимо в переломные моменты общественного развития. Российские исследователи считают, что нашему соотечественнику и современнику присуще переходное состояние. Оно неустойчиво, в нем заметны старое и новое, зато нет четкого преобладающего стремления. Это не может не сказаться на динамике формирования характера. Сегодня в России приобретает новое звучание классическая типология социальных характеров Э. Фромма (США), различающего плодотворную ориентацию – деятельностную, любящую, разумную и неплодотворную – рецептивную, стяжательскую, рыночную, базирующуюся на «сохранении спроса на себя».

Несомненно, в условиях постперестроечной России разговор о рыночном характере в журналистике актуален. Когда идет монополизация СМИ, накопление «информационного» капитала, резко снижается жизненный уровень сотрудников СМИ. Растет безработица, углубляется социальное расслоение, утрачивается самоидентификация личности. На первый план выдвигается проблема выживания, что равнозначно приспособлению к условиям рынка и обретению рыночного характера.

Как показывает мировой опыт, рыночный характер – явление распространенное в прессе. Оно послужило отправной точкой формирования стереотипа продажного, беспринципного писаки, торгующего своей совестью (этот образ закреплен и в художественной литературе, достаточно вспомнить Жоржа Дюруа в «Миле друге» Ги де Мопассана). Но не менее важной исторической тенденцией всегда оставалось социальное служение, реализация которого связана с плодотворной ориентацией характера: она дает человеку преимущество видеть мир таким, каков он есть, и одновременно обогащать его созданием материальных и духовных ценностей. Плодотворность – это еще и воспитание своего «я», расширение собственных возможностей под руководством разума.



Можно найти множество примеров «преодоления» рыночного характера у отечественных и зарубежных журналистов. Так, в 70-е – 80-е гг. нашего столетия широкое признание мировой журналистской общественности получил феномен Гюнтера Вальрафа. Своей главной профессиональной целью этот германский репортер считал изменение status quo. Он стремился к достижению цели с помощью социальной критики. Известность пришла к Вальрафу как закономерный результат углубленного проникновения в жизнь, создания своего, особого метода ее постижения – в частности, с помощью смены имени и облика. Вальраф считал своим творческим кредо «проживание» чужих судеб, страстей, страданий. Он руководствовался не жаждой приключений – им двигала любовь к людям, чья жизнь оказалась несовершенной, а подчас и искалеченной. Американские авторы журналистских расследований, лауреаты многих журналистских премий Д. Барлетт и Д. Стил заявляют, что в основе их работы лежит «старомодный идеализм»: «Они верят в то, что ко всем людям надо относиться одинаково, что все должны быть поставлены в равные условия, что правительство не должно оказывать предпочтения тем или иным группам и что за государственными структурами нужен такой же надзор, как за структурами частного сектора»[15]. Приверженность принципам гуманизма позволила американскому репортеру Сеймуру М. Хершу написать обличительный материал о жестокости американских военных во Вьетнаме. По словам журналиста, он ненавидел войну во Вьетнаме и стремился рассказать о ней всю известную на тот момент правду. В целом «критическая школа» в изучении и обучении журналистике давно признана в странах Запада. Мнение о том, будто там рыночный характер возобладал окончательно и бесповоротно, является поверхностным и ошибочным.

Успех в любой работе, в том числе журналистской, зависит от способностей – индивидуально-психологических особенностей личности, которые определяют качественный уровень продукции. Они обуславливают легкость и быстроту обучения новым способам и приемам деятельности и не сводятся только к знаниям, умениям и навыкам.

Основными для журналиста издавна считались литературные способности. Недавние социологические опросы подтвердили, что они по-прежнему входят в перечень основных критериев журналистского мастерства. Действительно, отношение аудитории к тексту, а следовательно к газете и журналу, на чьих страницах он появится, или к программе радио и телевидения, которые передали его в эфир, во многом обусловлено речевой культурой корреспондента. Язык и стиль автора, умение изложить свою мысль и раскрыть позицию другого, способность точно и ярко рассказать о событии, передать факт, оценить и объяснить его – важнейшие составляющие профессионализма. Совершенное владение словом для журналиста обязательно. Особенно сегодня, когда в нашу речь вторгается поток иноязычной лексики, когда она засоряется сленговыми и инвективными элементами, что вынуждает лингвистов говорить о феномене «антиграмотности».

Закономерно предположение о том, что для современного журналиста могут стать обязательными обще- и частно-риторический оптимум и минимум, иначе говоря, программа овладения навыками речевой культуры. Специалисты предлагают ввести строгую процедуру тестирования журналистов, чтобы оценить уровень их языковой подготовленности. Немаловажно и изучение работниками СМИ основ неориторики, расширяющей возможности «горизонтального», диалогического общения. Все это, с одной стороны, свидетельствует о преемственности в информационно-коммуникационных процессах, с другой подчеркивает «открытость» системы способностей, их неотделимость от обучения, от нацеленности личности на достижение высот в избранной сфере деятельности.

Несмотря на то, что в глазах журналистов дар слова остается одним из самых необходимых для профессионала, ни у теоретиков, ни у практиков нет единого мнения о том, что же все-таки самое главное в системе способностей. Во всем их многообразном комплексе выделяются базисные характеристики (интеллект, эмоциональность, воля), социальные (способность к труду, творчеству, личностному развитию), профессиональные (познавательные, проективные и коммуникативные). Помимо того современному работнику СМИ присущи исследовательские, актерские, режиссерские, коммуникативные, организаторские и коммерческие задатки.

Основой способностей служит интеллект, обуславливающий усвоение журналистом знаний и опыта, их сохранение, использование в практике. В кризисных ситуациях, когда в обществе обостряется столкновение экономических и политических сил, особая надежда возлагается на активность интеллектуальных возможностей, поскольку они внутренне не ограничены. Интеллект включает в себя внимание – своеобразную настройку человека на восприятие приоритетной информации и выполнение поставленных задач, воображение – способность создавать новые образы в ходе отражения действительности, память – вид психического отражения действительности, предполагающий закрепление, сохранение и последующее воспроизведение человеком своего опыта, мышление – высшую форму творческого проявления личности.

Посмотрим, как раскрываются в журналистике ведущие компоненты интеллекта.

В воспоминаниях военных корреспондентов мы часто встречаем строки о том, что им приходилось работать под бомбежкой и обстрелом, в короткие промежутки привалов, когда остальные пытались хоть на минуту забыться сном. Труд в экстремальных условиях, конечно, требует исключительной сосредоточенности внимания. Но и в обычной, повседневной жизни удача или неудача журналиста зависит от объема, распределяемости и переключаемости его внимания. Современники говорили, что особый профессионализм выдающегося публициста А. Аграновского заключался в том, что он легко входил в любую новую тему (буквально, как рыба в воду), вживался в

неизведанный сюжет и досконально разобрался в нем. «Я обратил внимание» – эта фраза часто встречается в мемуарах тех, кто рассказывает о своем журналистском труде. Иногда невнимательность к незначительной детали может подорвать доверие и к выступлению корреспондента, и к нему самому.

Несмотря на то, что современная техника все больше и больше освобождает нас от необходимости запоминать, память остается для журналиста уникальным механизмом, фиксирующим факты, события, явления. Писатель К. Паустовский считал, что память не только хранит материал, но и просеивает его, задерживая и отбирая в нем самое ценное. У каждого из нас по преимуществу развит какой-то отдельный вид памяти – зрительной, слуховой, логической или образной. Эта дифференциация существенна при рассмотрении вопроса о специализации сотрудников СМИ – газетчиков, работников теле- и радиостудий, фотомастеров, дизайнеров, репортеров, аналитиков, публицистов. Так, в репортажах В. Пескова, совместившего в себе талант писателя и фотографа, в повествование часто вплетаются удивительно яркие в своей конкретности зрительные образы, не просто воспроизводящие то, что журналист видел когда-то, но и создающие атмосферу достоверности и доверительности. А в работах М. Шагинян мы становимся свидетелями воскрешения логики поиска, исследования проблемы или ситуации. Таким образом, память – важнейшая частица творческой индивидуальности.

Очевидно, что журналист не может полностью оторваться от фактов реальной жизни, уйдя в мир абстрактных формул или художественных образов. Воображение и интуиция так же необходимы ему, как, скажем, писателю или математику. Воображение, позволяющее увидеть результат действия, его идеальную цель, не только помогает включить «мыслительные механизмы», но и создать образ, который отразит реальные черты действительности. Например, смысловым стержнем одного из очерков А. Аграновского стал образ растущего леса – той силы, которая меняет жизнь к лучшему, несмотря на все неурядицы, мелкие дразги, склоки, раздоры и зависть. Воображение способно дорисовать то, что скрыто от поверхностного взгляда. В. Песков в публикациях о природе не просто пытается проникнуть в мир ощущений крылатых и четвероногих героев его очерков, репортажей и зарисовок. Он хочет заставить человека взглянуть на себя глазами других живых существ и, может быть, поучиться у них благодетельству.

Для журналиста характерен такой феномен, как социологическое воображение, состоящее «в умении переключать внимание с одной перспективы на другую, строить адекватный подход к пониманию общества в целом и его компонентов»[16]. Его сущность заключается в комбинации идей, о которых вряд ли кто-то может подумать, что их можно соединить. Кроме того, социологическое воображение не позволит авторской фантазии перейти ту черту, где от трагического до смешного один шаг и правду уже нельзя отличить от откровенной лжи.

Тесно связана с информационными процессами интуиция (этимологически это слово восходит к латинскому глаголу *intueri*, означающему «пристально, внимательно смотреть»), которая помогает решить задачу, максимально сократив (или вообще минуя) необходимые логические операции. У интуиции есть очень интересное свойство: она обостряется, когда мы сталкиваемся с чем-то непонятным, и дает возможность компенсировать недостающую информацию. Петербургская журналистка Н. Корконосенко рассказывала, как ей довелось готовить материал о научном коллективе. Она встретила со многими сотрудниками института, и ее чисто интуитивно покорила вроде бы ничего не значащая фраза одного из них. За случайно брошенными словами журналистка почувствовала самоуверенность и наглую развязность. И она оказалась права. После публикации статьи ученые благодарили автора за точность диагноза, поставленного их слишком самонадеянному коллеге.

Но даже очень сильной интуиции недостаточно, чтобы журналист ощутил себя профессионалом. Он должен обладать знаниями, расширять и обогащать их. Это становится возможным, если его мышление будет направлено на разрешение противоречий, объективно присущих действительности.

Исследователь СМИ И.М. Дзялошинский считает, что с помощью такого критерия, как отношение к противоречию, можно рассмотреть несколько стилей журналистского мышления: мифологическое (игнорирующее противоречия), формально логическое (стремящееся к уничтожению или примирению противоречий) и диалектическое (ориентированное на выявление реальных противоречий как движущей силы любых явлений)[17].

Миф стал в глубокой древности выражением первой попытки человека осознать причинную связь явлений. Он оказался исключительно живучим, и «изгнать» его из нашего мышления так и не удалось. Сегодня миф возрождается во многом благодаря средствам массовой информации. Есть более 500 определений мифа. Некоторые ученые истолковывают его как состояние сознания, при котором растворяются грани между всеми так называемыми «бинарными оппозициями». Так обозначается универсальное, по мнению культурологов, средство познания мира. Оно отражает двоичность реальности и лежит в основе любой картины действительности: хорошее – дурное, прошлое – будущее и т.д. Это не значит, что бинарные оппозиции делают мир черно-белым. В нем остается множество оттенков и промежуточных структур (неведомое – полагаемое – известное). Мышление не догматизируется, а приобретает большую четкость; окружающее воспринимаются человеком более ясно и не кажется ему хаотичным и туманным скоплением непонятного. Когда разница между бинарными оппозициями перестает ощущаться, сознание регрессирует в мифологическое.

Журналист способен осознанно включиться в мифотворчество (если понимать миф как сказку, вымысел, иллюзорное представление о явлениях и событиях), но он может превратиться в его жертву (например, когда оппозиция добро – зло вытесняется другой: свой – чужой, вождь – враг вождя и т.п.), репродуцируя

мифы неосознанно. Исключительно стабильные способы «прочтения мифа» – ритуал, магическое действие. Их участниками и создателями часто становятся журналисты, «священнодействуя» в телешоу, воспроизводя в своей деятельности модель мифологического сознания, символизирующую замкнутость, повторяемость, цикличность жизни.

Человечество пока еще не обрело панацеи от мифа. Даже научное знание как антитеза ему тоже способно мифологизироваться. «Мифоустойчивость» журналиста зависит от многих элементов личности. Очевидно, что без определенных качеств мышления эту сопротивляемость выработать невозможно.

Конечно, журналисту необходимо владеть основами логики – науки о правильном мышлении, применять в своем творчестве общелогические методы познания (анализ, синтез, абстрагирование, обобщение, индукция, дедукция, аналогия, моделирование). Не менее существенна для него и способность рассматривать явления в многообразии их связей, взаимодействий, противоположных сил, тенденций, в изменении и развитии, иначе говоря, диалектически. Искусство диалектического мышления требует серьезной теоретической подготовки, большой дисциплины ума. Подняться до способности осмысления того, как взаимоотносятся единичное и общее, явление и сущность, случайное и необходимое, возможное и действительное, могут не все журналисты. Умение системно воспринимать мир, осознавать противоречивость бытия и придерживаться историзма в исследовании развивающихся объектов, конечно, достигается большим трудом. В прессе мы чаще всего сталкиваемся с так называемым повседневным мышлением, отражающим мир не в форме абстракций, а в богатстве конкретных событий и отношений, оценок и настроений, мыслей и образов. Поэтому для журналиста важно гармоничное соотношение между пониманием этого мира в его конкретности и научным постижением истины, объективным, обобщенным воспроизведением действительности.

В последние годы отечественные специалисты, занимающиеся проблемами масс медиа, обратили внимание на необходимость развития социологического мышления журналиста. Подчеркивая, что недопустимо противопоставлять обыденное сознание социологическому, исследователи тем не менее выявляют черты, их различающие. Социологическая культура мышления журналиста позволяет ему подняться над собственным повседневным опытом, преодолеть ограничения, связанные со спецификой определенной ситуации, воспитать уважение не только к факту, но и к точному теоретическому знанию, раскрывающему глубинное содержание этого факта.

Мысль, сознание, разум многими поколениями журналистов рассматривались как величайшая ценность. В «Письмах из Казанского университета», увидевших свет в конце 1960-х гг., А. Аграновский рассказал о поучительном эпизоде. К ректору вуза пришли ученые просить деньги на оборудование для лаборатории. Руководитель ответил: «Дайте мысль. Под мысль дам

лабораторию». Поиск мысли стал лейтмотивом творчества самого Аграновского. Критики писали, что он как бы возвращал понятиям их истинный смысл. Он заставлял читателя думать, вовлекал его в процесс сомышления. Хорошо пишет тот, кто хорошо думает. Эти слова Аграновского могли бы принадлежать многим газетчикам – и живущим сегодня, и давно ушедшим от нас.

Но в деятельности, тем более творческой, человек представлен целостно, в единстве его интеллектуальных, эмоциональных и волевых качеств. Сложная гамма эмоций и не менее сложный комплекс чувств не просто сопровождают все этапы журналистской работы, но и сохраняются в ткани его произведений и таким образом передаются читателям, слушателям, зрителям.

Конечно, эмоциональный спектр журналиста индивидуален, однако и здесь можно выявить черты определенных профессиональных групп. Социологические исследования, проведенные в первой половине 1990-х гг., выявили, что среди опрошенных сотрудников СМИ было больше тех, кто обладает радостным ощущением жизни, затем следовали люди эмоционально уравновешенные. На третьем месте оказались их раздражительно-тревожные коллеги.

Как считают психологи, познавательные процессы не оказывают существенного воздействия на биологические свойства человека, а вот эмоции как раз и служат тем механизмом, который способствует изменению внутренней среды организма под влиянием внешних воздействий. Поэтому одна из необходимых черт личности журналиста – зрелость его эмоционального мира. Эмоциональная устойчивость и самоконтроль принципиально значимы для тех, кто постоянно имеет дело с событиями быстро меняющейся реальности.

Настроения, определяющие границы положительных и отрицательных переживаний, сильно, бурно протекающие аффекты, страсти, подчиняющие себе мысли и действия журналиста, могут оказать существенное влияние и на то, как исполняет он свои профессиональные обязанности, и на психофизиологическое состояние его аудитории. Журналистике противопоказаны в равной степени и эмоциональная бедность, и «эмоциональный перехлест». Однажды зрители увидели на экранах своих телевизоров расстроенную С. Сорокину (тогда она работала в программе «600 секунд»). Перед выходом в эфир ее оскорбили. Эмоциональная открытость, женская незащищенность в сочетании с очевидной твердостью характера вызвали симпатию аудитории. А вот излишняя экспрессия и сильный эмоциональный напор музыкального комментатора – журналистки, популярной несколько десятилетий назад, – получили совсем иную оценку. Современники не без иронии замечали: во время выступления этой несомненно талантливой ведущей хочется отодвинуться подальше от телевизора.

Чрезвычайно значимы в журналистской профессии чувства – высший продукт развития эмоциональных процессов. В чувствах, связывающих между собой познавательные процессы, переживания, эмоциональные реакции, выражается социальная сущность человека.

Богатство эмоциональной палитры всегда отличало лучших российских журналистов. До сих пор остается непревзойденной способностью В.Г. Белинского проникать в мир чувств героев литературных произведений. В его знаменитой статье «Взгляд на русскую литературу 1847 года» мы читаем о людях, которым свойственны чувство деликатности и приличия, нервическая чувствительность, болезненная раздражительность, мрачное отчаяние, холодное уныние. Они испытывают уважение, удивление, благоговение, любят, дружат, страдают. А с какой болью звучат слова Белинского, обращенные к Гоголю, изменившему, по мнению критика, идеалам борьбы за справедливость.

Наивысший подъем гражданских чувств сохранили репортажи В. Пескова, посвященные освоению космоса. Когда наша ракета достигла Луны, он писал: «Сегодня такая ночь! Сегодня нельзя уснуть. Надо записать все, что слышу и чувствую, чтобы не истерлась в памяти эта ночь. Посчастливилось бы прочесть этот листок лет через двадцать, чтобы снова почувствовать волнение, каким жила Земля в эту замечательную ночь»[18]. О полете Ю. Гагарина он скажет так: «Мы помним день нашей первой любви», выразив настроение тысяч людей, которые высыпали тогда на улицы, охваченные единым порывом радости.

Для журналиста принципиально значимы этические чувства. Они программируют его поведение, отражают его гармонию или дисгармонию с обществом. Именно они обуславливают выбор человеком любимого дела. Большую регуляторную нагрузку несет на себе совесть (психологи соотносят этимологию этого слова с требованием вести себя в соответствии с определенными нормами – «со-вести»). Столь же актуальны для журналистской профессии познавательные чувства – любознательность, любовь к истине, жажда знаний, радость открытия. От силы интеллектуальных чувств зависит работоспособность человека.

Различать прекрасное и безобразное помогают эстетические чувства, вкус (восприимчивость к эстетическим явлениям), эстетические переживания как сложная система, объединяющая различные эмоции в ходе образного восприятия действительности. Эстетические чувства особенно ярко проявляются при создании художественно-публицистических произведений, радио- и телевизионных программ. Так, ощущение меры, сдержанного достоинства присуще телепередачам А. Белинского о мастерах искусств. Без развитого чувства прекрасного невозможна деятельность мастеров фоторепортажа. Отсутствие вкуса болезненно сказывается на содержании и форме журналистских текстов, на всем облике газетно-журнальной продукции, на манере речи радиокорреспондентов и стиле поведения телеведущих.

Видимо, вкус наравне с эстетическими чувствами иммунизирует человека от пошлости.

Как уже отмечалось, одной из составляющих базисных способностей служит воля – механизм, с помощью которого человек достигает поставленной цели, даже если при этом ему приходится преодолевать внутренние препятствия. По данным социологических опросов, в последнее десятилетие на первый план выдвинулись такие волевые свойства журналиста, как организованность, исполнительность, аккуратность, несколько потеснив выносливость и упорство. Вместе с тем опыт показывает, что настойчивость, последовательность, надежность продолжают оставаться вечными профессиональными качествами, без которых в СМИ трудно добиться успеха.

Профессиональное сознание журналиста прекрасно характеризуется понятием эмоциональный мозг, которое отражает нераздельность художественного и мыслительного видов высшей нервной деятельности. Возможно, эмоциональный мозг станет не исключением, а правилом для эпохи экранной, послеписьменной культуры, в которую человечество уже вступило. Этот новый этап развития цивилизации приведет и к социокультурным изменениям, и к трансформации мышления: для него станет характерным «сращивание» логического и образного, понятийного и наглядного. Мыслительные процессы начнут включать в себя «интеллектуальную образность» и «чувственное моделирование», открывая неизведанные горизонты творческого потенциала Homo sapiens. Если эти прогнозы оправдаются, то не явится ли именно журналист провозвестником появления нового типа личности? Пока на данный вопрос ответить сложно.

Не может быть какой-то одной модели способностей для всех профессиональных специализаций. Для репортеров приоритетны качества, соотносимые с мобильностью и оперативностью, обеспечивающими успех в условиях жесткого ритма сбора информации. У аналитиков доминируют исследовательские задатки, логика, глубина и нестандартность мышления, у публицистов – образное восприятие, идейность, у телерадиоведущих – коммуникабельность, личное обаяние, артистизм.

По-разному оценивается внутриредакционное разделение труда практиками и теоретиками СМИ, принадлежащим к разным школам. Например, нет единого мнения о том, что составляет главное для репортера. Иногда подчеркивают, что он непременно участник или очевидец события, отличающийся особым «фотографическим» видением мира. В то же время опыт отечественной и зарубежной прессы показывает, что репортер в поиске фактов должен обладать хорошо организованной системой источников информации, обширной базой данных, создающих основу и для оперативности, и для профессиональной честности и точности. Американские стандарты предусматривают разделение репортеров на две группы – общего назначения и специальных. Одни обладают широкой эрудицией, чтобы подготовить материал на любую тему. Другие ограничиваются освещением довольно узкой проблематики, в которой они



хорошо разбираются. Любопытно, что по мнению американских авторов, этим корреспондентам не нужно иметь специального образования. Главное для них – умение собирать материал и писать.

Что же касается аналитика, то для него важна не просто фиксация факта, но и дар «видеть невидимое – связи, существующие между различными явлениями, определять их причины, оценивать их значимость, прогнозировать их развитие. Кроме “общемыслительных” способностей, журналист-аналитик должен обладать и специальными знаниями в той области, к которой относится предмет его журналистского выступления. Поэтому ему желательно иметь не только журналистское, но и специальное образование»[19].

Если же речь заходит о публицистике (особом роде литературы, посвященной общественно значимым проблемам и являющейся одной из самых высоких ступеней журналистского творчества), то ее обычно соотносят с яркой литературной одаренностью автора и с определенностью его гражданской позиции.

Динамизм журналистских способностей проявляется в том, что они подлежат развитию, оттачиванию, совершенствованию. Это может быть достигнуто практически, в ходе повседневной работы, которая носит, как правило, напряженный характер. В середине 1990-х гг. журналисты газеты «Монд» (Франция) трудились примерно девять часов в день. Их рабочая неделя состояла из шести, а не из пяти дней, как обычно принято. Перегрузки компенсировались увеличением отпуска. Корреспонденты «Монд» ежедневно выезжали на место события, просматривали источники и прослушивали радио. Все это непреложно вменялось им в служебные обязанности.

Развертывание потенциала журналиста осуществляется в ходе профессионального обучения. В настоящее время система журналистской подготовки предоставляет широкие возможности для формирования творческой индивидуальности. Она включает в себя университеты (факультеты и отделения журналистики), институты, школы, колледжи, а также многочисленные курсы, в том числе международные. Журналистское образование сегодня могут получить и те, кто уже окончил высшую школу по любой другой специальности. Широкий спектр образовательных возможностей помогает будущему работнику СМИ найти свой «интерес», отвечающий его склонностям, задаткам, характерологическим особенностям и позволяющий приобрести знания, без которых подлинного профессионализма достичь сложно. Но даже синтез знания и способностей еще не дает нам целостного представления о журналистской профессии: неповторимость человека раскрывается в его взаимодействии с внешним миром.

## ЖУРНАЛИСТИКА: ПРОФЕССИЯ В ЗЕРКАЛЕ МОДЕЛИ МИРА

Внутренний мир журналиста формируется во взаимодействии с миром внешним – средой, другими людьми, всей окружающей действительностью (в широком смысле слова). Центральной частью психической жизни человека служит модель мира – представление о мире и о себе в нем. Эта модель всеобъемлюща; чаще мы имеем дело с ее фрагментами, мгновенными срезами, которые психологи называют картиной мира (иногда она отождествляется с ментальностью, общим умонастроением, «матрицей» духовной жизни людей). Рисуя картину мира, воссоздавая его модель, человек не только осознает собственные проблемы, но и начинает глубже понимать природу, осмысливать потребности общества. В результате в его сознании может возникнуть целостная система представлений, влияющая на практическую деятельность личности.

По мнению одного из крупнейших в Америке общественных деятелей и журналистов У. Липпмана, опубликовавшего свыше десяти миллионов слов, зрелый человек воспринимает мир таким, каков он есть. Современники вспоминали, что именно особое видение событий возвышало Липпмана над его коллегами.

Вопрос о целостном мировосприятии для журналиста сегодня важен как никогда прежде. Средства массовой информации создают мозаичную картину действительности. Эта раздробленность не только воспроизводится журналистом, но и влияет на структуру его личности, заменяя собой систему глубоких знаний и ценностей набором подвижных, нередко иллюзорных установок. «Блип-культура» («блип» – это единичная вспышка отражения действительности в сознании человека) также деформирует наши представления. Модель мира, построенная из случайно высвеченных блипов, неустойчива и отдаляет своего создателя от реальности. В конце XX столетия выявилась еще одна тенденция, связанная с размыванием реалистических форм отражения действительности: жизнь воспринимается как игра, в которую включаются и журналисты. Они комбинируют выхваченные из реальности элементы, подменяя факт его произвольным толкованием.

Конечно, журналист не философ, и перед ним не стоит задача создания исчерпывающе полной картины мироздания. Но он в состоянии вложить в нее свой кусочек мозаики таким образом, чтобы она сохранила и целостность, и смысл. Вот пример: авторитетная швейцарская газета «Нойе цюрхер цайтунг» важнейшей своей целью считает формирование целостной картины мира, представленной обширной и многокрасочной информацией о действительности.

Выстраивая модель окружающей среды, журналист формирует ядро своего персонального мира, свой «я-образ» и «я-концепцию». И если «я-образ» эмоционален, то «я-концепция» осознанна, системна, предполагает понимание человеком своих возможностей, самооценку, осмысление внешних факторов,

воздействующих на него. Таким образом, модель мира связывает внешнее и внутреннее в нашем сознании.

В 1998 г. в российской прессе был опубликован материал об одной современной журналистской династии. Е. Яковлев (тогда учредитель и главный редактор «Общей газеты»), В. Яковлев (основатель издательского дома «Коммерсант») и А. Яковлева (создатель и редактор журнала «Путь к себе») поделились с читателями своими представлениями о роли и месте человека в меняющемся мире. Речь шла о том, какие жизненные обстоятельства больше располагают нас к пониманию нашего высшего предназначения, как происходит выбор между душевным равновесием и благополучием, можно ли достичь полной гармонии и единства внешнего и внутреннего.

Так, профессиональная карьера Е. Яковлева продемонстрировала, что он моделировал действительность прежде всего как арену борьбы (вначале за улучшение существовавшего строя). Журналист не смог усовершенствовать систему, зато способствовал уничтожению строя, который его не устраивал. После перестройки Е. Яковлев снова оказывается в оппозиции. Эту ситуацию «замкнутого круга» молодое поколение Яковлевых объясняет отставанием процессов приобретения внутреннего опыта, отношением к нему как к чему-то второстепенному. А. Яковлева считает чрезвычайно важным для человека найти силы заглянуть внутрь себя, соотнести свои внешние проявления, поступки с внутренними решениями, с результатами самопознания. Возможно, здесь и кроется секрет журналистской честности.

В данном контексте, на наш взгляд, важен еще один параметр модели мира, который психологи называют допустимым миром. Для журналиста это своего рода линза. Пользуясь ею, он фокусирует внимание и оценивает происходящее. Обратимся к иллюстрации. В документальной «Хатынской повести» А. Адамовича, рассказавшей о трагедии белорусского народа во время второй мировой войны (тогда погиб каждый четвертый белорус), есть такой герой – Флера Гайшун. После тяжелой контузии он теряет зрение, начинает плохо слышать. Казалось бы, стена, воздвигнутая увечьем, должна навсегда отгородить его от настоящего и тем более от прошлого, где были сожженные гитлеровцами деревни, расстрелянные женщины, старики и дети. Происходит обратное. Слепой Гайшун «навсегда открыт, один на один с миром! И с самим собой, со своей памятью...»[20]. Он не приемлет людей, у которых «глаза, как у курицы», способной разглядеть только то, что рядом. Антиподами Флеры становятся персонажи другой повести Адамовича «Каратели». Для карателей общество стремительно расчеловечивается, а насилие превращается в его вполне допустимый компонент. Это столкновение миров проясняет творческую и гражданскую позицию самого Адамовича, отторгающего фашизм во всех его проявлениях.

Модель мира и картина мира принципиально значимы для журналиста: он ретранслирует их читателям, слушателям, зрителям. Поэтому далеко не безразлично, что является для корреспондента главной ценностью. Таковой

может быть он сам, что соответствует эгоцентрическому уровню морали. Однако чрезмерная сосредоточенность на своем «я», отстраненность от окружающего часто губит профессионала. Популярный в нашей стране автор А. Маринина в романе «Я умер вчера» создает образ журналиста, целиком поглощенного страхом за собственную жизнь. Не в силах преодолеть это чувство, он теряет способность рассуждать, ощущая себя «живым мертвецом в живом эфире» и надеясь, что зрители этого не заметят. Но телеэкран трудно обмануть. Перед аудиторией предстает ведущий, который как личность просто-напросто отсутствует и который, задавая первый пришедший в голову вопрос, равнодушно ждет, пока собеседник с грехом пополам выпутается из ответа. Постепенно утрачиваются мастерство, работа, друзья...

Роль доминанты подчас играет близкое окружение журналиста (групповой уровень). Ответственность перед коллегами, корпоративная этика, приверженность интересам партии или клана – мощный стимул профессиональной активности. Есть и такие сотрудники СМИ, для которых высшей ценностью, выступают не только другие люди, но и все живое. Подобный гуманистический подход традиционен для отечественной журналистики. В последние десятилетия возрос поток экологических публикаций. Тенденция эта оказалась очень противоречивой: она не просто отразила изменение в мироощущении, но и обнаружила узел тесно переплетенных между собой политических и правовых проблем, решение которых бывает весьма болезненным.

Журналист может по-разному оценивать внешний мир, который способен выглядеть вполне ясным или, наоборот, трудным, требующим силового вмешательства, преодоления. Романтизм юности присущ начинающим работникам прессы. Вот отрывок из очерка очень молодого автора: «Ребенок стал взрослым. Он странствовал по городам и деревням, взбирался на отвесные скалы, окунался в горькие волны океана, страдал и боролся вместе с людьми, разделявшими его радости и печали, в конце концов понял, как движется мир...» Такая наивность со временем проходит. Фанатизм гораздо опаснее. Он толкает человека к уничтожению (в том числе моральному) всего, что ему чуждо и непонятно. Вспомним, как в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита» критика обрушилась на Мастера со статьями «Враг под крылом редактора», призывая крепко ударить по тому «богомазу», который протащил «пилатчину» в печать.

Наиболее полно проявляется творческий потенциал журналиста, который наделен не одномерным, а сложным, развитым внутренним миром.

Компоненты модели мира различаются между собой, но их состав достаточно стабилен: мотивы (то, что побуждает нас к деятельности и ради чего она осуществляется), идеалы, убеждения, мировоззрение, цель человеческой жизни и ее смысл. На этой основе возникают более или менее длительные перспективы, стратегии и сценарии поведения журналиста, программы действий и наборы поступков, которые он выполняет как профессионал.

В восприятии одного журналиста среда обитания суживается до непосредственно наблюдаемой обыденности, в уме другого – приобретает размеры Вселенной. Как считает Л.Г. Свитич, «пресса всемогуща, если ее понимать как земную модель информационной галактики космоса. И тогда специфика журналистики в отличие от других профессий состоит в том, что она создает картину мира, кодирует в информации то, что происходит на Земле... и передает космическую информацию, космопрограммы развития общества и человека людям»[21].

С таким видением мира связан особый склад ума журналиста, особый менталитет – космоцентрический. Обладание им служит верным признаком одаренности и мастерства. Так, ощущением прорыва во Вселенную пронизано творчество кумира читающей публики недавних годов Е. Богата. Научный обозреватель Я. Голованов, посвятивший множество публикаций космонавтике, в отличие от своих коллег избегает «юбилейных» тем: его интересуют взаимоотношения землян с галактикой. Одним из первых отечественных журналистов, обративших наше внимание на «звездное небо над головой», был В. Песков. Догорающая над лесом заря, сухие зарницы, свет, льющийся из ковша Большой Медведицы, не служат для него банальными словесными украшениями. Они превращают и автора, и читателя в свидетелей трудной работы творения мира.

Планетарная модель, объясняющая положение журналиста в сфере глобальных информационных потоков, конкретизируется в тех или иных политико-экономических, социокультурных условиях. Так, во второй половине XX в. сформировалось представление о нескольких типах журналистики, связанных с возникновением, развитием и сменой общественно-экономических формаций. «Западная» (капиталистическая) соотносилась с идеей свободного предпринимательства; «восточная» (советская, коммунистическая) ассоциировалась с подконтрольностью средств массовой информации партии и государству. Модель «журналистики развития» (она складывалась в странах Азии, Африки и Латинской Америки) соединяла черты первых двух: активность, самостоятельность, инициативность журналиста призвана была содействовать национальному строительству, возглавляемому государством. Каждый из этих вариантов функционирования СМИ предполагал и особое видение журналистского профессионализма.

Но любые стандарты наполняются живым содержанием в деятельности конкретных журналистов, определенным образом оценивающих ту или иную общественную систему и свое место в ней. Здесь следует обратить внимание на то, что взаимодействие масс медиа и структур, составляющих социальный организм, развивается в двух направлениях общественном (институциональном) и аудиторном. В одном случае информация движется в сторону аудитории; во втором – от граждан к политическим, властным, коммерческим и другим структурам. В идеале оба эти потока должны быть сбалансированы, обеспечивая круговорот информации в обществе. Опасность таится в однонаправленном распространении сообщений, все чаще

происходящем по вертикали, сверху вниз (например, от органов власти к населению). В этом случае игнорируется потребность людей рассказывать современникам о себе. Более перспективны так называемые горизонтальные связи, которые расширяют информационные обмены между группами, образующими социальный организм.

Выполняя свои профессиональные обязанности, журналист всегда оказывается в точке пересечения интересов общества, личности и групп. Ему приходится выбирать определенный стиль поведения, выстраивая отношения с законодательной, исполнительной, судебной властью, политическими организациями, учреждениями, издателями, распространителями СМИ. Он может выступать субъектом, объектом и средством информационного процесса.

В русле институционального потока журналисты как социальные субъекты осуществляют служебно-профессиональную функцию. Они выполняют редакционные задания, используя знания и навыки и следуя общественному долгу. Кроме того, немаловажен и вопрос их обеспечения средствами к существованию. Одновременно происходит и реализация творческой функции, предполагающей самопознание, самореализацию и саморазвитие в процессе создания журналистских произведений. По отношению к учредителю и рекламодателю сотрудник СМИ может служить и средством передачи информации и объектом воздействия. Последнее по-разному преломляется в определенных исторических условиях, а также зависит от индивидуального понимания журналистом своей сверхзадачи. Так, в 1960-е гг. в нашей стране руководство называло журналистов «подручными партии», а в 1970-е гг. уже в США ученые заговорили об опасности превращения своих журналистов в простые винтики «информационных фабрик», в «серых, унылых, льстивых конформистов».

Представления работников СМИ о своем месте в системе общественного разделения труда зависят от того, насколько глубоко они понимают специфику социально-ролевой характеристики журналистики[22].

Производственно-экономическая роль прессы проявляется, в частности, в том, что и квалификация корреспондента, и полученная им информация обладают определенной стоимостью; здесь кроется вечное противоречие между творческим содержанием текстов прессы и товарной формой ее представления потребителю. Регулирующая роль предполагает включенность работника прессы в отношения, связанные с системой власти, его посреднические функции в разрешении конфликтов между управляющими и управляемыми, а духовно-идеологическая роль – дает основания вспомнить об «интеллигентском» (в высоком понимании этого слова) характере профессии, призванной хранить духовные ценности. Это не противоречит самоактуализации журналиста как мастера, создающего бытие культуры. С духовно-идеологической ролью связана идейная наполненность журналистской деятельности, ответственность журналиста за последствия его публикаций. С

формированием картины мира соотносится информационно-коммуникативная роль, связывающая человека с современной действительностью и с событиями, отдаленными от него во времени.

На практике эти роли тесно переплетены между собой, и каждая редакция выполняет их своеобразно. Какие роли реально свойственны журналистам 90-х и какие они хотели бы сыграть в многоликом театре СМИ? По данным исследователей, сохранили свою престижность позиции выразителя общественного мнения, комментатора, информатора. Возрос интерес к специализациям, ориентированным на рекреативные функции СМИ. Стало меньше тех, кто считает свою работу исключительно политической, а себя именуется полпредом общества. Усилилось желание быть объективными аналитиками, находящимися «над схваткой». Уменьшилось число самовыражающихся литераторов-художников. Вместе с тем сравнительный анализ взглядов российских и американских журналистов на свою профессию продемонстрировал большую ориентированность наших соотечественников на раскрытие собственного творческого потенциала[23].

Если рассмотреть положение журналиста на более узком срезе действительности, на оси коммуникатор – средство массовой информации, то обращают на себя внимание несколько присущих ему статусов (это понятие можно толковать как определенное состояние человека, его место в той или иной системе) Один корреспондент видит свою главную цель в беспристрастном изображении действительности; другому главной кажется задача обобщения, выявления логики и взаимосвязей событий; третий предпочитает облик человека рекомендующего, «примеряющего» властные полномочия; для четвертого смыслом профессиональных устремлений становится влияние на ситуацию, реальное содействие социальным переменам.

Журналисту необходимо осознать себя не только в мире, социуме, системе средств информации, но и в профессиональном сообществе. Анализ профессиональной стратификации в СМИ еще раз демонстрирует, насколько многопрофилен этот труд, тем более, что межпрофессиональное и внутрипрофессиональное разделение журналистского сообщества являет собой картину весьма пеструю. В ней представлены те, кто выполняет редакторскую, организаторскую, авторскую работу, специалисты по информатике и инженерному обслуживанию, а также те, кто связан с маркетингом в масс медиа, содействуя продвижению специфического товара к его потребителю и, соответственно, получению прибыли.

Поскольку журналистская деятельность многоаспектна, ей присуща иерархия и творческая (редактор и журналист), и административно-управленческая (владелец СМИ, генеральный директор, менеджеры среднего звена и т.д.). Исключительно многообразны варианты внутрипрофессиональной стратификации, отражающие как индивидуальный творческий потенциал журналистов, так и их специализацию, формы включения в работу конкретного издания, теле- и радиокompании.

С аудиторным потоком информации соотносятся несколько схем, обобщающих типичные представления работников СМИ об их отношениях с адресатами выступлений: журналист над аудиторией («учитель»); рядом с аудиторией («поставщик информации»); внутри аудитории («равноправный собеседник»). Автор либо ценит в читателе личность, либо цинично рассматривает его в качестве «вещи». Взаимодействие журналист – аудитория может носить односторонний, сугубо «вертикальный» характер и реализоваться в форме информационного давления, отчуждения. Тогда на телезрителя смотрят холодные глаза ментора, изрекающего непреложные истины. Обратная связь в СМИ становится для ее участников одной из форм взаимного воспитания, просвещения, диалога, партнерства или, в зависимости от типа СМИ, развлечения, отдыха, релаксации.

Лучших российских журналистов всегда отличало трепетное отношение к читателю. Несколько десятилетий назад Т. Тэсс писала, что газетчику открывают душу, как врачу: надеются на его решение, ждут приговора, помощи, поддержки, защиты. В нем видят друга. В 1990-е гг. мы пока еще ощущаем отголоски этой тенденции, хотя многое уже стало достоянием прошлого. Так, корреспондент общероссийской газеты «Трибуна» Д. Шеваров, видимо, выразил не только свое мнение, когда в исповедальной статье заявил, что он в долгу перед читателями: все реже и реже после выступлений прессы случается добро. Уважение к аудитории сохраняется и в тех сегментах системы СМИ, которые, казалось бы, призваны не сохранять старое, а разрушать его. В. Ворошилов, размышляя о будущем интеллектуальных игр на телевидении, высказал мнение о том, что подобные передачи – явление чисто российское, так как только в нашей стране есть телезрители, способные думать в свободное время.

Но современное развитие масс медиа (как в России, так и за рубежом) заставляет нас вспоминать персонажа книги Р. Сильвестра «Вторая древнейшая профессия», вышедшей в Лондоне в 1950 г. Речь идет о Мистере Ходжмене – владельце газеты «Глоб», великом знатоке Обывателя: «Мистер понимал Обывателя, потому что умел мыслить, как Обыватель. Так он, в сущности, и мыслил. С некоторыми вариациями, разумеется, – за счет особенностей характера и культурных наслоений. Он знал, что нужно Обывателю, чего он жаждет и чего страшится, потому что то же нужно было и ему и он сам жаждал и страшился того же»[24]. Опасность такого полного растворения журналиста в обезличенной массе не стоит сбрасывать со счета. Достижение подлинного доверия аудитории – процесс сложный, длительный, требующий полной творческой самоотдачи автора, ведущего или редактора.

В общении с читателями, слушателями, зрителями журналиста подстерегают и ловушки другого рода. Так, сотрудник СМИ может превратиться в механического посредника между анонимной властью и столь же анонимной аудиторией или же стать манипулятором, навязывающим массам чужое мировоззрение и ретранслирующим им псевдореальность.



Что же помогает избежать подобной профессиональной деформации?

Как уже отмечалось, среди ведущих компонентов картины мира находятся мотивационные структуры. Вопрос мотивации – животрепещущий для российских журналистов. Важно не только то, что и как человек делает, но и почему он поступает так, а не иначе. Выбор мотива бывает осознанным или неосознанным. Но в любом случае он определяет направленность деятельности, придает личностный смысл ее целям, а также входящим в нее отдельным действиям и операциям. Не следует путать реальный мотив и мотивировку, которая звучит из уст самого человека, – часто она бывает далека от его истинных побуждений.

Различают мотивы, связанные с удовлетворением основных (био-психофизических) потребностей, а также те, которые определяют взаимодействие данного индивида с другими; особо выделяются те, что обусловлены стремлением личности к высшим ценностям. Первые называют интраиндивидуальными, вторые – интериндивидуальными, третьи – метаиндивидуальными.

Что же было главной побудительной силой в деятельности российских журналистов в 90-е гг. нашего столетия? Социологи выявили, что отечественные работники СМИ ориентированы прежде всего на других людей. Очень ярко проявилась трудовая мотивация, связанная с профессиональной самореализацией. Возросла роль материальных стимулов, несколько снизилась значимость духовных[25].

Проблема выбора для сотрудника прессы связана и с определением им своих идеологических позиций. Они выражаются в приверженности к различным социально-политическим и профессиональным идеологиям. Последние соотносятся с тем, как он понимает социально-ролевые характеристики СМИ.

Если представить картину мира журналиста в виде пирамиды, то наряду с перечисленными компонентами у ее вершины находятся убеждения – представления, знания, идеи, превратившиеся в мотивы поведения человека и определяющие его отношение к реальности. Убеждения синтезируют в себе глубоко усвоенные знания, их эмоциональную окрашенность, волю, иначе говоря, являются сплавом рационального, эмоционального и волевого начал в человеке.

Содержание убеждений идеального журналиста может быть различным, но, как демонстрирует опыт истории, «журналистика есть дело сначала общественное, а затем уже производственное или личное. Не осознав себя человеком, у которого в руках находится мощное средство воздействия на современников и потомков, их объединения или, наоборот, разъединения, не ощутив полноту ответственности перед обществом и людьми, сотрудник редакции не может считать себя зрелым профессионалом»[26].

Формирование убеждений неотделимо от системы ценностей (это понятие трактуется философами как значение предмета для человека), под воздействием которых и осуществляется творческий процесс. Журналист не может замкнуться лишь в рамках чистого утилитаризма, абстрагироваться от социально-политических, познавательных, нравственных идеалов. С осознанием общецивилизационных ценностей (свобода духа, мысли, совести) связано и понимание им такого сложного и противоречивого явления, как свобода печати.

Свобода печати может быть рассмотрена в контексте личных или политических свобод. В первом случае очерчивается круг тех видов деятельности, где журналист относительно независим от государственного вмешательства, во втором – высвечивается та грань журналистской профессии, которая подлежит регламентации и ограничениям. Без определения отношения журналиста к свободе печати его профессиональная картина мира была бы неполной. Сложившиеся подходы к проблеме – революционно-демократический, предпринимательский, классово-политический и правовой – демонстрируют различное осознание ее значимости для работников прессы. Одни видят в свободе печати абсолютную независимость от власти, другие – право на промысел, третьи – привилегию класса или партии, четвертые – неукоснительное соблюдение положений закона.

Правовое рассмотрение свободы печати позволяет перекинуть мостик к осознанию журналистом того, что профессиональная журналистская деятельность осуществляется в силовом поле свободы и ответственности, подчиняется ограничениям и требует выполнения определенных обязанностей. Юридически закрепленная в форме закона свобода прессы не отменяет, а усиливает ответственность за написанное или произнесенное слово.

Правда, у теоретиков и практиков прессы возникает тревога, что в сегодняшних сложных экономических условиях сотрудник СМИ, освободившийся от необходимости интеллектуально обслуживать те или иные классы, склонен заменить прежнего господина – государство на частное лицо – спонсора.

Особо важны для журналиста нравственные ценности, включающие в себя представления о достоинстве личности или группы лиц, о моральных нормах, принципах, понятиях добра и зла, справедливости, счастья. На их основе формируются нравственные качества, являющиеся для журналиста профессиональными. Из наблюдений за практикой СМИ эксперты заключают, что в развитии таких качеств как человеколюбие, порядочность, неподкупность особенно нуждаются те, кто занимается расследовательской деятельностью или работает в сфере рекламы. В этот список можно было бы добавить и сотрудников развлекательной прессы, пока что ориентированной на сенсационность, раздувание фактов, а зачастую и на явную мистификацию. Такой ракурс освещения действительности и порождаемый им стиль отношения к читателю может привести к столкновению этических позиций газетчиков и общественности.

Проблема «крепости души» журналиста приобретает особую актуальность в те моменты, когда рушится привычная система ценностей, установок, когда масса населения теряет смысл существования. Эти процессы подрывают способность человека к самоидентификации, определению себя в обществе, достижению равновесия между социальным и индивидуальным «я». Но один из парадоксов истории заключается в том, что в условиях кризисов, социальных потрясений – всего, что связано с «прерывом постепенности», – человек способен проявить и глубину интеллекта, и самые высокие качества души. Это имеет отношение и к журналистике. Правда, все чаще стали высказываться мнения о том, что журналистская профессия умирает. Но подобное мы прежде могли услышать и о «смерти» искусства, классической философии, науки, морали. Выход ученым видится в «единстве многообразия». В плане социокультурном оно выражается в диалогическом способе связей «человека с человеком, поколения с поколением, пола с полом, класса с классом, нации с нацией, региона с регионом, как и современности с прошлым, ибо спасти человечество в этой критической фазе его развития может только сознание его единства – и социального единства, и исторического»[27]. Потенциал СМИ в этом диалоге неисчерпаем так же, как огромны резервы человеческого мозга. Сама «неуловимость» пределов журналистской профессии, многообразие ее видов, методов, форм деятельности, ее включенность в бесконечный кругооборот информации, без которого не может обойтись общество, – все это дает возможность говорить о долгих перспективах ее развития.

- [1] Исаева В.И. Античная Греция в зеркале риторики. Исократ. М., 1994. С. 102.
- [2] Кон И.С. Размышления об американской интеллигенции//Новый мир. 1968. №1.С. 174–177.
- [3] Дживелегов А. Очерки итальянского возрождения. М., 1929. С. 13.
- [4] Лучинский Ю.В. Очерки истории зарубежной журналистики. Краснодар, 1996. С. 25.
- [5] Herd, H. The March of Journalism. London, 1952. P. 13.
- [6] Read, D. The Power of News. The History of Reuters. 1849–1984. Oxford University Press, 1992. P. 5.
- [7] См.: Гуревич С.М. Предпосылки возникновения марксистской теории журналистики М., 1972. С. 85.
- [8] Гуревич С.М. К. Маркс и Ф. Энгельс – основоположники теории коммунистической публицистики. М., 1973. С. 63.
- [9] Станько А.И. Становление теоретических знаний о периодической печати в России. (XVIII в. – 60-е гг. XIX в.). Автореф. докт. дис. Л., 1986. С 28, 30.
- [10] Соколов В.С., Михайлов С.А. Периодическая печать США. СПб., 1998. С. 61.
- [11] Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 1991. С. 39–40.
- [12] Кузин И.В. Сенсатор – новый тип журналиста в информационном обществе//Журналистика и социология'97. Журналист: личность, должность и долг/Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 1998. С 34.
- [13] Смирнов С.В. Формирование творческой личности журналиста//Логос. Общество. Знак/Отв. ред. Б.Я. Мисонжников. СПб., 1997. С. 117.
- [14] Корконосенко Н.Ф. О женском пере в мужской журналистике//Женщина в массовой коммуникации: штрихи к социокультурному портрету/Ред.-сост. С. М. Виноградова. СПб., 1998. С. 71.
- [15] Уллмен Дж. Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1988. С. 28.
- [16] Миллс Р. Интеллектуальное мастерство//Социологические исследования. 1994. №1. С. 111.
- [17] Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. М., 1996. С. 201.
- [18] Песков В.М. Шаги по росе. М., 1964., С. 144.
- [19] Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1988. С. 9.
- [20] Адамович А. Хатынская повесть. Каратели. Л., 1986. С. 35.
- [21] Свитич Л.Г. Указ. соч. С 53.
- [22] См.: подробнее: Корконосенко С.Г. Социально-ролевая характеристика прессы//Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 2. 1992. Вып. 1.
- [23] Дзялошинский И.М. Указ. соч. С. 239; Засурский Я.Н., Колесник С.Г., Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналисты о правах и свободах личности и средств массовой информации (Российско-американское исследование)//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1997. №3. С. 20–36; Колесник С.Г., Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Российский и американский журналист (опыт совместного исследования)//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1995. №1. С. 20–27; Там же. №2. С. 30–42; Кузин В.И. Психологическая культура журналиста. СПб., 1997. С. 65.

- [24] Сильвестр Р. Вторая древнейшая профессия. М., 1952. С. 94–95.
- [25] Дзялошинский И.М. Указ. соч. С. 67–69.
- [26] Корконосенко С.Г Основы теории журналистики. СПб , 1995. С. 44.
- [27] Каган М.С. Философия культуры СПб., 1996. С. 404–405.

## ГЛАВА 2

### Лазутина Г.В. ЖУРНАЛИСТСКОЕ ПОЗНАНИЕ МИРА

Особый статус познавательной деятельности журналиста  
Формы и ход познавательного процесса  
Ориентация в информационной среде  
Методы познавательной деятельности  
Итог познавательной стадии

Человеку дана удивительная способность – умножать многообразие мира. Он не просто взаимодействует со средой, в которой живет, как, скажем, дерево, зверь или птица. Он умеет творить новые реалии, опосредующие такое взаимодействие и образующие в совокупности культуру – «созданную людьми искусственную сферу существования и самореализации, источник регулирования социального взаимодействия и поведения»[1]. Реалии эти могут представлять собой материальные ценности и характеризоваться вещественно-энергетической природой (орудия труда, здания, осветительные приборы, вещи и т.д.), могут представлять собой ценности духовные и характеризоваться природой информационной (произведения науки, литературы, искусства, выполненные в том или ином материале с помощью определенной знаково-символической системы). Но в любом случае начало им дают информационно-управляющие связи человека и его окружения, позволяющие получить и удержать, накопить, переработать информационные сигналы среды, превратив их в информационный продукт, – либо для того, чтобы затем воплотить его в реалию вещного мира, либо для того, чтобы включить в сети духовных коммуникаций общества.

Информационный продукт – феномен в высшей степени интересный. Уже в исходном своем варианте он есть одновременно результат освоения

действительности, поскольку аккумулирует в себе ее информационные сигналы, воспринятые человеком, и результат творчества, поскольку является собой знаково-символическое «превращение» этих информационных сигналов в нечто новое – стабильное, способное более или менее длительно существовать во времени и пространстве, открывая свою информационную сущность всякий раз, когда возникает коммуникативная ситуация. Более того: он может представлять собой некую перекombинацию информационных сигналов, их синтез с информацией «внутренней», выступая как образ того, чего еще нет в действительности и что еще только предстоит создать. Если познание – это «процесс установления специально обоснованных и символизированных отношений с окружением, характеризующий освоенность этого окружения на уровне устойчивых представлений»[2], а творчество – «деятельность, порождающая нечто качественно новое, никогда ранее не существовавшее и отличающееся неповторимостью, оригинальностью и общественно-исторической уникальностью»[3], то информационный продукт есть живое воплощение неразрывных уз познания и творчества.

Каждый отдельный человек познает объективную действительность, создавая ее образ в своем внутреннем мире непосредственно и опосредованно, через собственный контакт с нею и через информационные продукты, созданные другими людьми, выступающими как субъекты разных видов творческой деятельности. Эти виды творчества вызываются к жизни многообразными общественными потребностями и существуют в двух формах: как деятельность любительская и как деятельность профессиональная. Первая – добровольное дело желающих, вторая – институционально организованное исполнение обязанностей по производству определенных информационных продуктов в обществе соответствующими профессиональными группами.

Журналисты – одна из таких профессиональных групп. Их первоочередная забота создавать информационные продукты оперативного пользования, предназначенные для оперативного познания изменений действительности. «Журналистика выступает в истории и как социальный институт и как общественная деятельность, опосредующая с помощью актуальной информации связь отдельных индивидов с совокупностью новых изменений в обществе, с динамикой окружающего мира. Она координирует темпы социальной жизни с ритмами индивидуального существования и, обеспечивая их параллелизм, синхронизацию и определенную интеграцию, выполняет разнообразные функции ориентации индивидов в социуме»[4]. Повышению надежности ориентации служит и обязанность прессы, выступая за всеобщие ценности гуманизма, заботиться о том, «чтобы общественность получила достаточно материала, позволяющего ей сформировать точное и связанное представление о мире», чтобы она имела доступ к СМИ для свободного выражения мнений[5].

Однако действуют журналисты в условиях, при которых высокая степень надежности такой ориентации трудно достижима. Объясняется это, прежде всего, тем, что «факт трансцендентности мира по отношению к отдельным индивидам, составляющим аудиторию средств массовой информации,

объективно содержит в себе возможность злоупотреблений монополией журналистики на повседневное оперативное сообщение информации о запредельной для этих индивидов реальности»[6]. Но даже если не принимать во внимание эту «возможность злоупотреблений», проявляющихся как намеренное манипулирование сознанием людей, есть достаточно причин, способных повлиять на степень истинности создаваемого журналистикой оперативного знания. Среди них – и общие закономерности познания, в силу которых ни один фрагмент реальности человеческая психика не может отразить в полном объеме, и творческая природа сознания, способного «заместить» любую «отсеченную» существенную связь несущественной, малосущественной, кажущейся или предполагаемой связью, и особый характер обстоятельств, в которых работает журналист.

Социальные последствия неадекватности действительному миру той знаково-символической реальности, которую создает журналистика, бывают весьма ощутимы. Примеров тому – множество. Вспомним хотя бы такой: средства массовой информации долго и дружно пели гимн «мирному атому», невольно усыпляя бдительность человечества, и без того неосмотрительно вторгшегося в тайны бытия. Расплатиться за это пришлось Чернобылем...

Осознание ответственности такого рода не бывает быстрым. Это тоже момент познания – себя, своего места в мире, тех средств, которые могут уберечь от подобных бед. Результаты самопознания в журналистике на современном этапе уже дают возможность заключить: один из путей, ведущих к увеличению надежности прессы, связан с личностью журналиста, с совершенствованием его собственных умений познавать мир в процессе творческой деятельности.



## ОСОБЫЙ СТАТУС ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

Вообще-то творческий процесс в любом виде деятельности непрерывен: упрятанная в глубинах психики лаборатория по переработке информации не знает покоя ни днем, ни ночью. Но продукцию свою она выдает на-гора порциями – отдельными произведениями. Процесс рождения каждого из произведений – творческий акт – несет в себе черты, характерные и для творчества в целом, и для данного его вида.

Главная особенность творческого процесса как такового нам уже понятна: он всегда начинается освоением действительности. Без накопления информации не преодолеть той проблемной ситуации, какой является начало любого творческого акта: есть созидательная потребность, есть ориентировочная задача, а решения ее – нет. Оно придет только тогда, когда наступит «насыщение» информацией и забрезжит конкретный замысел.

Но в разных видах творчества этот момент оказывается принципиально различным. Одно дело, скажем, поэзия, где накопление информации идет почти неосознаваемо, представляя собой непосредственное переживание творцом его отношений с действительностью. Другое дело – наука, которая может на годы «привязать» исследователя к освоению «неподдающегося» предмета, сделав получение необходимой информации едва ли не единственным смыслом жизни.

В журналистике начальная стадия творческого процесса – тоже явление специфическое. Она представляет собой осознанную, целенаправленную познавательную деятельность, у которой есть все признаки особого статуса, а именно: особый предмет познания, особая цель, из которой вытекают конкретные задачи, особые условия. Постараемся поглубже понять, что это значит.

Журналистское произведение создается для сообщения о конкретных изменениях действительности – очевидных (совершающиеся события) или неочевидных (назревающие проблемы). Соответственно предметом познания для журналиста выступают конкретные ситуации жизни, в которых обнаруживают себя ее новые моменты – позитивные или негативные, но обязательно значимые для многих. По времени это преимущественно ситуации текущей реальной действительности, то есть сегодняшние, «свежие». Подчеркнем значение слова «преимущественно». Дело в том, что бывают случаи, когда возникает нужда в обращении к фактам вчерашнего дня, а иногда — особенно при наличии «белых пятен» в истории – и к сюжетам из далекого прошлого. Но это те самые исключения, которые подтверждают правило.

Масштабы ситуаций могут меняться в широком диапазоне: от локальных (из жизни одного человека) до глобальных (скажем, экологический кризис, угрожающий планете). По стадии развития проявляющихся в них противоречий

они делятся на позитивные, проблемные и конфликтные. Но самое главное в том, что любая из этих ситуаций осваивается журналистом не просто сама по себе, а в связи с более широкой ситуацией проблемного характера, в которую она входит в силу системной организации мира (ситуация на заводе есть часть положения дел в городе, ситуация в городе – часть обстоятельств, сложившихся в области, и т.д.). В этой более широкой ситуации журналиста интересует один ее аспект – назревшая или назревающая проблема, переживаемая многими людьми. Именно в контексте более широкой, масштабной проблемы журналист изучает свой предмет, устанавливая характер отношений между ними. А характер может быть разным:

- Ø конкретная ситуация может нести в себе проблему, быть ее проявлением – и тогда она способна выступить как источник новых сведений о проблеме, о вызывающих ее причинах, о тех опасностях, которые с нею связаны;
- Ø конкретная ситуация может нести в себе опыт разрешения масштабной проблемы – и тогда она способна дать знание о путях выхода из противоречия, о средствах, которые целесообразно использовать для этого;
- Ø в конкретной ситуации могут проявиться конфликтные последствия своевременной неразрешенной проблемы – и тогда она становится источником знания о тех потерях, к которым ведут подобные коллизии.

Именно эта связь конкретных реальных ситуаций с масштабными проблемами определяет актуальность и общезначимость того оперативного знания, которое журналист сообщает аудитории в своем произведении.

Но специфичен не только сам предмет познавательной деятельности журналиста. Специфичны и сведения о предмете, выступающие как цель журналистского поиска. Их круг широк: нам нужны сведения, которые характеризуют как особенности изучаемой ситуации, так и черты, объединяющие ее с масштабной проблемной ситуацией, как ретроспективу ее, так и перспективу, как сущность происходящего (то есть сторону, не доступную наблюдению, постигаемую только мыслью), так и явление – сторону видимую, слышимую, наблюдаемую, поддающуюся воспроизведению в деталях. Можно сказать, что цель познавательной деятельности журналиста в процессе творчества – получить не только необходимое оперативное знание о действительности, но и те средства, с помощью которых оно может быть адекватно предъявлено в тексте. Это связано с особенностями синтактики текста, сложившейся в процессе становления журналистики как особого рода творческой деятельности. Главным средством для выражения журналистской информации выступают факты – те «атомы» действительности, из которых складываются ситуации и которые, будучи обозначены в тексте, с большей или меньшей степенью точности способны эти ситуации воспроизвести. Если художник, создавая живописное полотно, подсматривает у жизни особенности линий, объемов, света и тени, в которых воплощается мир, то журналист осваивает детали, из которых складываются факты, позволяющие проникнуть в их суть.

Все это означает, что познавательные задачи у журналиста не только ответственны и велики по объему, но и весьма разнообразны. Решать же их приходится чаще всего в одиночку, в предельно сжатые сроки, при недостаточном исходном уровне компетентности. Вдобавок в подавляющем большинстве случаев познавательный процесс неотделим от межличностного общения, а следовательно – и от активного эмоционального переживания ситуации, тем паче что обстановка общения далеко не всегда бывает для корреспондента дружественной. Отсюда – высокое интеллектуальное и эмоциональное напряжение, увеличивающее вероятность просчетов. Есть еще одна особенность условий, существенно осложняющая журналисту освоение действительности: он практически всегда действует на «чужой территории» – в незнакомой или мало знакомой предметной среде, требующей определенных усилий для адаптации. Мало того: эта предметная среда может располагаться «на земле, под землей и на небе».

Итак, условия, в которых протекает журналистское познание, разнообразны настолько же, насколько разнообразна жизнь, подлежащая изображению. Можно сказать, что устойчивый признак условий познавательной деятельности журналиста заключается в отсутствии устойчивости.

Надо иметь в виду и то обстоятельство, что мыслительная работа, посредством которой корреспондент от предметно-чувственного созерцания действительности переходит к постижению неочевидных связей, сущности совершающихся в ней перемен, не завершается в момент прекращения контактов с объектом познания. Она продолжается все время, пока идет работа над текстом. Строго говоря, и это тоже лишь условная граница познавательного процесса: полученная информация становится той «рудой», которую человек при тех или иных обстоятельствах, в той или иной мере будет перерабатывать на протяжении всей жизни. Но сейчас для нас важно, что при создании произведения могут возникнуть осложнения познавательного характера. Скажем, вдруг обнаружится так называемый недобор материала: вроде бы напрашивается интересный вывод, а фактов, подтверждающих его, недостает – хоть снова отправляйся на объект. Бывает, что приходится-таки отправляться...

Совокупность рассмотренных обстоятельств и привела к тому, что в процессе формирования и развития журналистики как профессиональной деятельности сложились определенные формы познания и определенные его процедуры, помогающие строить работу рационально и получать возможно более надежный результат.

## ФОРМЫ И ХОД ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

В практике прессы журналистское произведение, как нам известно, существует в нескольких разновидностях, обозначаемых понятием «жанры». Выполняя общее назначение журналистского текста, его жанровые варианты тем не менее ориентированы на разные целевые установки и потому нуждаются в разной мере постижения действительности. В соответствии с этим познавательная деятельность корреспондента обрела три формы, в значительной степени отличающиеся друг от друга по объему задач, по их составу, по конкретным условиям, в которых они решаются.

Наиболее простой вариант познавательного процесса демонстрирует нам новостная журналистика. Этим понятием обозначается вся совокупность жанров, ориентированных на сообщение оперативной событийной информации. Правда, новость сначала надо найти, а это само по себе – большая сложность. Однако как стадия творческого акта познавательная деятельность в новостной журналистике все же наименее продолжительна и наиболее похожа на то, что называется сбором фактов, хотя на самом деле она к этому не сводится. Суть в том, что предмет познания здесь именно новость – свершившийся в действительности факт, существенным образом меняющий ситуацию. Соответственно целевая познавательная задача журналиста состоит в том, чтобы установить этот факт в определяющих его границах (в практике они осознаются как ответы на вопросы «Кто?» «Что?» «Где?» «Когда?») и определить, насколько существенные изменения в положении дел он вызывает (для этого приходится ответить себе на вопросы «Почему?» «Зачем?» «Что из этого следует?»). Последнее предполагает интенсивную мыслительную деятельность, в которой используются все основные логические операции: соотнесение, узнавание, различение, анализ, синтез, оценка. Однако глубокого собственного проникновения в неочевидные связи при этом не требуется: оно вполне может быть компенсировано сотрудничеством журналиста с более компетентными лицами – участниками событий или экспертами, согласившимися дать свои комментарии к происходящему. Познавательный процесс в данном случае протекает как ознакомление с ситуацией, занимает сравнительно немного времени и опирается на здравый смысл – присущую человеку способность к размышлению.

Куда более сложные задачи встают перед журналистом, если его творческий акт ориентирован на подготовку проблемно-аналитического материала, призванного проявить существо происходящих событий, определить тенденции их развития, обнаружить корни возникающих трудностей и возможные пути их устранения. Здесь мы имеем дело с другой разновидностью познавательного процесса – с журналистским исследованием ситуации. Оно представляет собой поэтапную познавательную деятельность, направляемую отчетливо осознаваемыми задачами и предполагающую не только установление фактов. Предмет познания в данном случае – ситуация в целом, взятая под углом зрения более широкой проблемы, касающейся многих людей. Освоение такого предмета невозможно без выявления неочевидных связей фактов,

составляющих ситуацию, прежде всего – связей причинно-следственных. Поэтому здравого смысла тут недостаточно, нужна работа мысли иного характера, иной степени напряжения, не сводящаяся ни к интуитивным прозрениям (хотя роль интуиции велика), ни к упомянутым выше логическим операциям (хотя все они и тут встречаются). То же самое можно сказать о случаях, когда внимание корреспондента сосредоточивается на человеке, с которым он собирается познакомиться аудиторию.

Третий вариант познавательного процесса в журналистике обусловлен особыми обстоятельствами действительности, а именно – наличием в ней негативных моментов, наносящих обществу вред, однако не только не очевидных, но скрываемых, маскируемых под благополучные. Это может быть, к примеру, неблагоприятная по существу, но успешно камуфлируемая деятельность махинаторов или взяточничества среди представителей властных структур. Если у журналиста возникает необходимость разобраться в происходящем и разоблачить его участников, обычного исследования уже недостаточно. Предмет познания в этом случае – ситуация, состоящая из фактов, значительная часть которых намеренно скрывается, а связи между ними, если они обнаруживаются, подаются далеко не в истинном свете. Целевая познавательная задача оказывается здесь чрезвычайно сложной: добыть скрываемые данные и понять их суть, их значение. Решение такой задачи протекает как журналистское расследование, в ходе которого автору будущего материала не раз приходится сталкиваться с нестандартными («нештатными») условиями и принимать нестандартные решения, ответственность за которые он должен брать на себя.

Но как бы ни значительны были отличия этих трех вариантов познавательного процесса, механизмы психики, посредством которых они осуществляются, едины: в переработке информационных сигналов действительности участвуют восприятие, память, мышление интуитивное, мышление наглядно-образное, мышление словесно-логическое, воображение. Принципиально един и состав технологических операций (процедур), образующих акт познания. Каждая из них носит комплексный характер, то есть представляет собой решение набора задач трех типов: эмпирические, предполагающие установление фактов, теоретические, направленные на выявление внутренних и внешних связей между фактами, организационно-практические, нацеленные на оптимальную организацию хода работы. Конкретное количество задач, равно как и степень сложности, зависит от разновидности познавательного процесса, однако в той или иной мере они присутствуют в журналистском познании всегда. Это и определяет стабильность операциональной структуры, образующей как бы лесенку из четырех ступенек, по которой журналист «спускается» в глубь жизни.

Первая «ступенька» – выработка заявки на тему, когда выявляется адрес искомой реальной ситуации (конкретный объект действительности, заслуживающий внимания прессы) и предположительно определяются

масштабы проблемы, в контексте которых искомая ситуация может быть значима; на этом этапе планируется ход работы.

Вторая «ступенька» – сбор предварительных данных. Смысл этой операции в том, чтобы повысить уровень компетентности журналиста, обогатив его знание об объекте, на котором предстоит работать, и о соответствующей проблеме за счет сведений, уже зафиксированных в документальных источниках, а также уточнить план деятельности и конкретные практические действия.

Еще одна «ступенька» – определение конкретного предмета изучения, осуществляемое в ходе первичного непосредственного знакомства с объектом. На этой стадии проверяется правильность «домашних заготовок» – предварительно выработанных предположений (гипотез) о состоянии объекта, о характере связи сложившейся на нем ситуации с проблемой, через которую журналист намерен ее рассматривать, – и вновь уточняется план деятельности, конкретизируются необходимые практические шаги.

Завершается познавательный процесс направленным изучением предмета – операцией самой сложной и самой развернутой: она предусматривает решение основных задач журналистского познания в конкретном творческом акте. Здесь устанавливаются все факты, характеризующие ситуацию; работой мысли вскрываются все их существенные связи и отношение к проблеме; делаются заключения о сущности происходящего; осознаются – и обсуждаются с компетентными лицами – варианты решения проблемы[7].

Результатом познавательной стадии творческого акта оказывается журналистская концепция изученной ситуации – представление о происходящем, интерпретированное журналистом в соответствии со своим мировоззрением, со своей системой ценностей. На основе этой концепции и формируется далее конкретный замысел будущего произведения. В структуре замысла уже четко проступают тема текста, его идея, принцип организации – этим замысел отличается от концепции.

## ОРИЕНТАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Чтобы познавательный процесс шел успешно, у журналиста должна быть сформирована твердая установка на восприятие действительности как совокупности источников информации, каждый из которых может подарить ему «эксклюзив» – то, что другим пока неизвестно. Умение добыть первичные, «живые» сведения служит одним из основных показателей высокого профессионализма журналиста. Условием, при котором такое умение появляется, выступает свободная ориентация в существующей информационной среде.

В обществе утвердилось понимание необходимости оказывать прессе информационную поддержку и сложилась довольно широко развернутая сеть информирования журналистов о происходящих событиях. К основным элементам сети относятся:

- Ø брифинги – короткие совещания, на которых происходит ознакомление работников средств массовой информации с позицией организаторов встречи (чаще всего это представители властных структур) по тому или иному вопросу;
- Ø презентации – торжественные встречи представителей каких-либо государственных, общественных или частных структур с общественностью, в том числе с представителями прессы, для ознакомления с новым предприятием, новой продукцией, новыми результатами деятельности;
- Ø пресс-конференции – встречи государственных и общественных деятелей, представителей науки, культуры с журналистами для информирования их в связи с актуальными событиями или для ответов на их вопросы;
- Ø пресс-релизы – специальные сводки сообщений для прессы о существенных фактах, подготовленные соответствующими пресс-службами;
- Ø специализированные информационные бюллетени о текущих событиях той или иной сферы действительности, издаваемые корпоративными информационными агентствами;
- Ø экстренные сообщения по факсу или электронной почте, поступающие в редакции от пресс-секретарей, пресс-служб, пресс-центров различных ведомств и общественных объединений, иногда – непосредственно от участников событий.

Как правило, по этим каналам распространяются анонсы (сообщения о предстоящих событиях) или информационные продукты «общего предназначения», созданные централизованно, без учета специфики определенного средства массовой информации. Теми же особенностями отличаются сообщения информационных агентств – специальных служб, готовящих журналистские материалы, предназначенные для использования в СМИ на договорных началах (подписка).

Такая помощь весьма существенна для деятельности редакций, но не снимает проблемы своевременного получения сведений непосредственно из жизни, а следовательно – проблемы источников информации (тем более, что и

подготовка агентских материалов связана с ними). Источником информации для журналиста выступает фрагмент реальности, контакт с которым пополняет сознание корреспондента новыми данными об этой реальности. В сущности, есть только три типа источников информации: документ, человек и предметно-вещественная среда. Что представляет собой каждый из них в общем плане?

Понятие «документ» употребляется в нескольких значениях. Согласно одному из них, наиболее широкому, документ есть материальный носитель записи (бумага, кино- и фотопленка, перфокарта, магнитная запись и т.п.) с зафиксированной на нем информацией для передачи ее во времени и пространстве. Это хранилище информационных продуктов, благодаря которому они включаются в коммуникативный процесс. Документ в узком смысле – информационный продукт особого рода, а именно: официальная бумага, созданная для подтверждения какого-либо факта или права на что-то. Для журналистики актуальны оба значения этого слова. Только надо иметь в виду: в данном случае речь идет именно об информационных продуктах, а они могут быть разного качества, поскольку несут на себе печать личности того, кто их создавал, и условий, в которых это происходило.

Другой тип источников информации – человек. В американской научной традиции он обозначается как «живой источник». Пожалуй, это центральное звено информационной среды. Во-первых, человек – это нередко свидетель или участник происходящих событий и потому выступает как держатель информации о них. Во-вторых, он – носитель информации о себе, о своем субъективном мире и облике. В-третьих, он – транслятор информации, полученной от других. Но есть у этого источника особенность, заметно осложняющая его освоение: он может либо «открыться» нам, либо не «открыться». Человек сам программирует свое информационное поведение, и журналист не может этого не учитывать.

Наконец, еще один тип источников информации – предметно-вещественная среда, иначе говоря – обстановка, которая окружает человека. Иной раз предметы и вещи могут рассказать о нем не меньше, чем он сам. По обстановке «прочитываются» события, отношения людей, их характеры, но при одном условии: если корреспондент знает язык вещей, если он умеет видеть и понимать их «речь».

Когда творческий акт журналиста начинается на основе каких-то конкретных данных, особых сложностей с поиском источников информации нет: ясно, что их можно обнаружить в ареале интересующего нас события. А вот как найти источники, которые могли бы открыть новую тему?.. С этой целью асы репортерской работы формируют сеть информаторов. Мотивы, по которым люди вступают в сотрудничество с прессой, различны. У одних это – стремление со временем стать журналистом, у других – желание подработать репортерским трудом, у третьих – солидарность с редакциями, ведущими борьбу с коррупцией, несправедливостью, произволом. Представители последней категории лиц, как правило, не стремятся ни к деньгам, ни к славе,



они вступают в контакт с прессой из гражданских побуждений и подчас многим рискуют, а потому нуждаются в гарантиях неразглашения имени. Однако практика показывает, что доступ журналистов к информации оказывается далеко не беспрепятственным. Подчас это приводит к тому, что приходится искать обходные пути, не довольствуясь обычными методами познания, которые в нормальных условиях способны дать достаточно надежные результаты.

## МЕТОДЫ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Понятием «метод» в современной науке обозначается система научно обоснованных действий, необходимых для решения задач того или иного типа. Методы формируются в процессе деятельности на базе стихийно найденных приемов – как итог их осмысления, систематизации, отбора по степени эффективности.

В соответствии с познавательными задачами, встающими перед работниками СМИ, методы журналистского познания действительности образуют две большие группы. В одну входят методы получения сведений (иначе говоря, эмпирические, поскольку основаны на опыте взаимодействия со средой). Другую составляют методы постижения сути происходящего (иначе говоря, теоретические – поскольку служат выявлению неочевидных связей фактов действительности и реализуются как мыслительная работа).

В группе методов получения сведений ясно различаются две подгруппы: традиционные журналистские методы и методы, заимствованные из конкретных социальных исследований. Они возникают на общей основе, восходя к одному и тому же феноменальному свойству человека – способности воспринимать информацию через визуальные контакты, через речевое общение и через освоение знаково-символических информационных продуктов в письменной и печатной форме. Однако между ними есть и существенные различия. При изучении того или иного состояния действительности традиционные методы позволяют выявить его качественное своеобразие и далее воспроизвести это своеобразие в тексте, а методы социологических исследований ориентированы на его количественное измерение и предъявление результатов в качественно-количественных характеристиках. Осознание того влияния, которое СМИ оказывают на социальные процессы, вызвало в профессиональной среде тенденцию к повышению надежности сведений и выводов. С одной стороны, в материалах широко публикуются данные науки, с другой стороны, сама познавательная деятельность журналистов обогащается благодаря использованию научных методов. Это и привело к тому, что на вооружении журналистики сегодня оказались многие из методов социологии.

К традиционным журналистским методам получения сведений относятся проработка документов, наблюдение и беседа.

Проработка документов – метод, позволяющий получать уже имеющиеся в «информационных кладовых» общества сведения самого разного характера: от фундаментальных положений науки до дневниковых признаний, дающих представление об их авторе. Журналист может непосредственно встроить их в свой материал, а может ограничиться только изучением найденных данных, чтобы составить себе представление о происходящем. Но в любом случае работа с документами – существенный момент творческого процесса. Она включает в себя поиски документа, его освоение, проверку на подлинность, надежность и достоверность.

В условиях «информационного взрыва» даже для того, чтобы найти необходимые источники, журналисту требуется высокий уровень библиографической грамотности, развернутое представление о типах и видах бытующих в обществе документов. В настоящее время существенно облегчает доступ к ним Интернет – всемирная компьютерная сеть, на серверах которой хранится огромное количество данных самого различного свойства.

Освоение документа складывается из трех процедур: извлечения данных, их интерпретации и фиксации. Каждая из них требует ориентации на определенные правила, главное из которых – тщательность и скрупулезность в работе. При этом надо иметь в виду, что документ содержит в себе не только специально внесенные в него сведения, но и такие, которые составитель не намеревался в него закладывать, – например, сообщение об условиях его создания, о личностных особенностях составителя. Отсюда – необходимость обращать самое серьезное внимание не только на содержание, но и на внешние характеристики документа.

Сложный процесс представляет собой и проверка документа. Она предполагает рассмотрение его с трех позиций. Во-первых, нужно установить его подлинность, то есть убедиться в том, что он действительно создан тем автором и при тех обстоятельствах, которые названы или предполагаются в тексте. Во-вторых, стоит озаботиться определением достоверности заключенных в нем сведений, то есть убедиться, что они соответствуют действительным событиям. В-третьих, важно дать себе отчет в том, насколько надежны, репрезентативны эти сведения, образуют ли они достаточную базу для серьезных выводов. Во всех этих случаях журналисту может потребоваться помощь специалистов, способных выступить как эксперты; надо заранее предвидеть такую возможность, устанавливая соответствующие контакты.

Наблюдение, в отличие от проработки документов, позволяет журналисту получать сведения непосредственно из текущей реальности – первичную информацию. Однако происходит это только в том случае, когда наблюдение подкрепляется четким осознанием актуальных познавательных задач, преднамеренным использованием аудиовизуальных контактов и опорой на определенные стандарты поведения, осознаваемые как правила. Если нет преднамеренности действий и осознанности задач, наши ощущения сливаются в чувственные образы, которые не фиксируются сознанием с необходимой устойчивостью и потому не способны выступить как сведения, нужные для познавательных целей. В этой связи журналисту очень важно в процессе своего профессионального становления сформировать установку на постоянное осознанное и преднамеренное восприятие действительности, чтобы он мог смотреть – и видеть. Ведь в сущности наблюдение для него – метод непрерывного пользования, от владения которым во многом зависят его способность оперативно реагировать на изменения социальной жизни, мера его инициативности и активности.

Какого характера сведения может получить журналист с помощью наблюдения? Во-первых, данные, выражающие сущность происходящего через его внешнюю, явленческую сторону, на основе которых делаются выводы о значении событий, об отношениях людей, об уровне их общей и профессиональной культуры, о традициях, привычках, социальных ориентациях – обо всем, что поддается «считыванию» по признакам, доступным восприятию. Во-вторых, данные, передающие внешние характеристики того или иного объекта и потому способные выступить в тексте как приметы реальной ситуации, создающие для читателя «эффект присутствия». Круг их обширен: от деталей внешности действующих лиц, их речи, жестов до примет обстановки, в которой происходят события.

Внимание журналиста в ходе наблюдения распределяется между тремя относительно самостоятельными звеньями происходящего: по мере появления очередной познавательной задачи в его поле зрения оказывается то поведение отдельного человека, то взаимодействие групп людей, то предметно-вещественная среда, на фоне которой разворачиваются события. Объем наблюдаемого так велик, что зафиксировать данные с необходимой полнотой архитрудно, и это порождает технические сложности. Тележурналисту помогает видеокамера, а радищикам и газетчикам остается серьезным образом тренировать память. Правда, можно еще разработать систему фиксирования в блокноте «опорных деталей» – знаков, по которым удастся в нужный момент восстановить то, что наблюдалось. Однако этим чаще всего пренебрегают. А память – она может и подвести. Отсюда неизбежность дополнительной нагрузки на журналиста при проверке данных наблюдения.

Проверка – этап очень ответственный. Дело в том, что в силу разных причин физического и психологического характера при наблюдении существует опасность иллюзии восприятия – неадекватного отражения наблюдаемого предмета. Скажем, в лучах закатного солнца листва деревьев выглядит не зеленой, а бронзовой или красноватой, при свете люминесцентной лампы лицо человека кажется безжизненно бледным... Возможны и ошибки интерпретации, связанные с избирательностью нашего восприятия, которое в свою очередь зависит от культурной, идеологической, нравственной «оснащенности» действующих лиц. Вы наблюдаете за разговором русского с болгаринном и видите, что оба кивают головой. «Слава богу, – думаете, – кажется, договорились». А на деле оказывается, что нет: кивок в болгарской знаково-символической традиции – знак отрицания; вы же его интерпретировали на основе нашей традиции как знак согласия и оказались невосприимчивы к другим проявлениям разногласий между собеседниками... Так бывает нередко. Особая разновидность этого метода – самонаблюдение. Тут внимание журналиста сосредоточивается на собственном поведении, на внешних и внутренних факторах, которые его определяют, что открывает доступ к сведениям о неочевидных, скрытых процессах, характерных для той или иной ситуации. Но и в данном случае нельзя обойтись без проверки, без соотнесения результатов самонаблюдения с информацией, полученной другими методами, из других источников.

Третий из традиционных методов получения сведений – беседа. От обычного диалогического общения она отличается по меньшей мере двумя существенными обстоятельствами. Как метод познавательной деятельности беседа представляет собой такое организованное речевое взаимодействие, которое со стороны журналиста направляется отчетливо осознаваемыми задачами и предполагает выработку стратегии и тактики, соответствующих условиям взаимодействия.

С помощью беседы можно получить широкий круг данных, образующий несколько сегментов, а именно:

- Ø фактические данные,
- Ø мнения (в том числе и эмоциональные реакции),
- Ø объяснения,
- Ø предложения и прогнозы,
- Ø речевые приметы собеседника, передающие некоторые особенности его личности.

При этом каждый сегмент характеризуется богатым разнообразием. Так, события (факты) могут быть позитивными и негативными по своему значению, наблюдавшимися собеседником и ненаблюдавшимися, такими, в которых он участвовал и в которых не участвовал, из собственной жизни, из жизни других людей, из жизни коллектива, города, страны. Мнения тоже могут относиться к разным объектам реальности, касаться разных сторон жизни – и это позволяет корреспонденту получать дополнительную информацию. Одно дело, что человек скажет, допустим, по поводу событий, в которых участвовал, и совсем другое – что он думает о произведении искусства или общественно-политической ситуации. Здесь – путь к постижению личности собеседника. Стратегия беседы на том и строится: понять партнера и наметить порядок задач, которые могут быть решены с его помощью. Под тактикой же имеется в виду осознанный выбор тех средств общения, которые более всего соответствуют данным условиям и способны обеспечить решение задач наилучшим образом. В ряду этих средств – характер вопросов и их чередование, реплики и замечания журналиста, его жесты и мимика, интонации и ритм разговора, полемические приемы, разного рода информационные стимулы, помогающие собеседнику раскрепоститься, одолеть скованность или нежелание говорить. Если интервьюер основательно готовится к беседе, продумывая стратегию и тактику, если научился контролировать ход общения, своевременно замечая возникновение в нем барьеров, если владеет достаточным количеством приемов, посредством которых такие барьеры преодолеваются, – успех обеспечен. Ну, а если собеседник намеренно скрывает данные, за которыми обращается журналист, – тут потребны нестандартные решения, находить которые не так-то просто. Желательно, однако, чтобы все они были достойными в моральном смысле и не выходили за рамки правового пространства.

Для фиксирования данных беседы сегодня чаще всего используется диктофон. Между тем это далеко не всегда целесообразно: бывает, он заметно мешает

контакту. Опытные журналисты наряду с диктофонной записью используют традиционный блокнот, а если и он сковывает собеседника – обходятся лишь короткими пометками по ходу разговора, «расшифровывая» их после того, как беседа завершилась. Не следует забывать, что данные, полученные в беседе, тоже нуждаются в проверке, предполагающей использование других источников сведений.

Из развернутой системы методов конкретных социальных исследований журналистика сегодня лучше других освоила контент-анализ, опросы, длительное систематическое наблюдение и эксперимент[8]. О них пойдет речь в следующей главе учебника.

В качестве методов постижения сути, то есть решения теоретических задач, для журналиста выступают знания, которыми он владеет. Когда задачи несложные, с ними можно справиться посредством здравого смысла – имеется в виду способность человека рассуждать на основе личного повседневного опыта, прибегая к логическим операциям, в состав которых входят соотнесение, узнавание, различение, анализ, оценка, синтез. Но нередко мы оказываемся перед необходимостью разобраться с задачами куда более сложными, предполагающими проникновение за границы очевидного. Тут требуется мыслительная деятельность иного характера. Она не может быть сведена ни к цепочке логических операций, ни к интуитивным прозрениям. И перечисленные операции, и интуитивные прозрения служат включению вновь поступающих сведений в систему ранее накопленных журналистом знаний посредством их переработки по правилам, задаваемым этими знаниями. Вот откуда значение личности журналиста: чем богаче система его знаний, играющих роль методов решения теоретических задач, тем глубже, точнее, масштабнее его мысль.

По степени универсальности необходимые журналисту теоретические знания можно представить в виде трех уровней. Базисным выступает философское знание, отражающее общие закономерности развития природы и общества. Кибернетический подход к мирозданию как к глобальной саморегулирующейся системе дает возможность преодолеть ограниченность отдельных философских концепций и сконцентрировать в общей теории систем те положения, с высоты которых становятся видны скрытые от обыденного взгляда пружины развития природы и социума. Хорошая философская подготовка для журналиста – ключ к ранней мудрости.

Второй по степени универсальности уровень – знания о человеке и обществе, накопленные социально-гуманитарными науками: историей, психологией, социологией, социальной психологией, макроэкономикой, правом, этикой. Университетская программа предполагает освоение будущими журналистами всех этих дисциплин, однако далеко не всегда акцентируется профессиональная значимость знаний. Между тем они-то и составляют тот интеллектуальный багаж, который определяет, насколько создаваемая прессой знаково-символическая картина мира адекватна действительности.

Третий уровень – знания, накопленные конкретными научными дисциплинами. Они играют для журналиста роль методов специализации и осваиваются во многом самостоятельно. Разумеется, развернутая система спецкурсов и спецсеминаров, которую предлагает студентам университет, образует неплохую стартовую площадку для специализации, но это именно стартовая площадка. Дальнейшая углубленная работа по избранному профилю требует от журналиста серьезных усилий, а иногда и второго образования.

И еще архиважный момент: ни один из перечисленных методов, будь то средства получения сведений или постижения сути, не может претендовать на самодостаточность. Их использование определяется принципом дополнительности. Ориентируясь на него, в каждом конкретном случае журналист комбинирует такой комплекс познавательных методов, который окажется наиболее результативным.

## ИТОГ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ СТАДИИ

По мере решения стоящих перед журналистом эмпирических и теоретических познавательных задач у него складывается все более отчетливое представление об изучаемой ситуации, которое к моменту завершения работы на объекте обретает концептуальный характер. Можно сказать, что продуктом познавательной стадии журналистской деятельности оказывается концепция изученной ситуации, представляющая собой единство знания о происходящем и отношения к нему. При этом, в соответствии с задачами, которые решались, знание – двупланово: его эмпирический пласт представлен фактами, характеризующими ситуацию, а теоретический осознается как понимание связей этих фактов (прежде всего – причинно-следственных), их значимости, как видение перспектив развития ситуации. Двупланово и отношение: с одной стороны, это система логически выверенных оценок, с другой – их эмоциональная «подсветка», результат более или менее глубокой эмпатии, «вчувствования» журналиста в эмоциональное состояние действующих лиц его будущего материала.

Однако концепция изученной ситуации – пока еще не то знание, которое предназначается потребителю. Это своего рода полуфабрикат, которому предстоит пройти не одну процедуру переработки, прежде чем он превратится в журналистское произведение – информационный продукт, способный с большей или меньшей точностью передать массовой аудитории оперативное знание о том, что происходит в жизни. Степень точности напрямую зависит от того, насколько качественно велся журналистом процесс познания действительности, и насколько умелыми и добросовестными окажутся его действия на следующей стадии работы. В ходе воплощения знаково-символической картины жизни забота об ее адекватности реальным процессам столь же важна, сколь и в ходе собственно познавательной деятельности.



- [1] Хоруженко К.М. Культурология. Энциклопедический словарь. Ростов н/Д, 1997. С. 229.
- [2] Там же. С. 384.
- [3] Там же. С. 476.
- [4] Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия. Екатеринбург, 1995. С. 142.
- [5] Международные принципы журналистской этики//Право и этика в работе журналиста/Сост. Б.Н. Лозовский. Екатеринбург, 1996. С. 198–201.
- [6] Там же.
- [7] В ранее вышедших работах автора главы цепочка технологических операций познавательной деятельности журналиста представлена так: выбор объекта – подготовка к контакту с объектом – первичное непосредственное знакомство с объектом – направленное изучение предмета. Думается, что обозначения, предлагаемые в этом учебнике, несколько точнее передают содержание операций в современных условиях. Заметим также, что понятие «операция» – не синоним понятия «этап». Хотя они и близки по смыслу, объемы их содержания не совпадают: этап есть обозначение фрагмента деятельности с точки зрения ее последовательности, операция – обозначение фрагмента деятельности с точки зрения той микроцели, которая в данном случае осуществляется.
- [8] Об использовании методов конкретной социологии в труде журналиста см. подробно: Социология журналистики/Под ред. С.Г. Корконосенко. М., 1998.

## ГЛАВА 3

### Лозовский Б.Н. МЕТОДИКА СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Работа с источниками информации  
Способы получения информации  
Этические нормы в работе с источниками информации

Как мы уже выяснили, прежде чем приступить к поиску и сбору информации, журналист выбирает тему. Выбор всегда зависит, определяется и объясняется общественными потребностями, жизненными перипетиями, событиями, конфликтами, которые требуют вмешательства журналистов для привлечения к ним внимания общественности. «Где взять тэму?» – спрашивал отнюдь не праздно редактор газеты Манасевич-Мануйлов в книге Валентина Пикуля «У последней черты». От точного определения общественно значимой темы зависит профессиональный успех не только отдельного журналиста, но и газеты (канала) в целом. Своя тематика формирует и свою аудиторию.

Что влияет на выбор жизненного материала, предназначенного для осмысления и опубликования?

- Ø Концепция данного СМИ, общественная миссия или представления о ней, имеющиеся в редакции;
- Ø специализация издания, канала;
- Ø потребности аудитории;
- Ø редакционный план работы;
- Ø персональные наблюдения, вкусы, предпочтения журналиста.

Но главным образом решение мотивируется событиями, сообщения о которых могут вызвать изменения в жизни, поведении, взглядах, знаниях, информированности, опыте значительной части аудитории, и потому сведения о них попадают на газетные полосы и в эфир. Так вот события, влекущие за собой подобные изменения, создают информационный повод, то есть необходимость их обнародования.

Рассмотрим модель этой стадии выполнения редакционного задания. Для подготовки газетной публикации группа студентов факультета журналистики Уральского гос. университета выбрала тему «Броневая защита горожан». При этом исходили из следующего: а) по материалам криминальной хроники, в Екатеринбурге не снижается количество квартирных краж; б) раскрываемость

их весьма невысока; в) это обстоятельство заставляет жителей города не надеяться на правоохранительные органы, а заботиться о себе самим, в первую очередь – устанавливая железные двери и решетки на окна. Студенты посчитали убедительным такой информационный повод, поскольку преступность беспокоит значительную часть населения города.

После того, как тема выбрана, журналист приступает к ее разработке, что включает в себя определение источников информации и способов ее получения. Для материала по теме «Бронева защита горожан» студенты методом «мозговой атаки» посчитали нужным добраться до таких источников сведений: владельцы квартир, поставившие и намеревающиеся ставить железные двери; организации, занимающиеся изготовлением и установкой железных дверей; сотрудники районных отделов внутренних дел, занимающиеся раскрытием квартирных краж; публикации на эту и смежные темы в периодике; магазины, где продаются различные защитные устройства, в том числе и для квартир; «специалисты» по квартирным кражам, «домушники» (правда, было признано, что отыскать последних весьма затруднительно).

Предполагаемые вопросы для выяснения: количество квартирных краж и их динамика; спасают ли от них железные двери; сколько дефицитных металлического листа и уголка уходит в год на обустройство жилья горожан; сколько денег тратят горожане на свою защиту; наблюдения и советы работников милиции, расследующих кражи из квартир, где были установлены железные двери. В действительности количество вопросов для выяснения и сбора материала оказалось значительно больше.

Приступая к работе с источниками, журналист решает три главные проблемы: выбор самого надежного источника информации, обеспечение доступа к нему и проверка полученных сведений.

## РАБОТА С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ

Почему выбор источника становится проблемой? Одна из причин заключается в том, что довольно много людей с готовностью дали бы журналисту информацию, однако у них нет должных полномочий и компетенции, и поэтому полученные от них сведения не могут считаться достоверными. Журналист, прежде всего, отвечает себе на такие вопросы: какая организация (департамент, отдел, комитет, контора) в действительности занимается вопросами, которые интересуют корреспондента? как она организована? кто является ключевыми фигурами (руководителями)? кто может дать исчерпывающую и точную информацию?

Лучшая «шпаргалка» для определения компетентных и полномочных персон – телефонные и другие справочники для внутреннего пользования, из которых можно узнать не только фамилии, имена, отчества функционеров, но и названия отделов, департаментов, служб. Некоторые журналисты заводят своеобразные досье на работников организаций, с которыми им приходится иметь дело, поддерживают с ними контакты даже тогда, когда это не требуется для дела, следят за их продвижением по службе, вовремя узнают о преемниках при переводе на другое место работы. Все для того, чтобы «законсервированный» на время источник в соответствующий момент мог быть использован незамедлительно.

Кстати, для подтверждения полученных данных наличия надежного информатора недостаточно. Когда материал появляется на газетной полосе или в эфире, требуется снабдить его еще одним атрибутом достоверности: обязательной ссылкой на источник. Отсутствие таковой обычно свидетельствует о непрофессионализме репортера. В других случаях, когда информация дается без указания на ее происхождение, либо мы сталкиваемся с внепрофессиональными мотивами поведения журналиста (руководства редакции, канала, студии), что часто встречается во время «информационных войн» и предвыборной борьбы, либо это делается для обеспечения конфиденциальности источника.

Разумеется, лучший вариант – это когда информаторы не возражают против обнародования их имен. У корреспондента появляется возможность вместо «известно, что...» сказать прямо, кому известно, вместо «говорят, что...» произнести имя того, кто говорит, вместо использования оборота «ожидается, что...» объяснить, кем ожидается, а взамен слов «как мне сказали...» указать на того, кто сказал.

Приходится учитывать, что собеседники журналиста боятся «репрессий» со стороны своего начальства, озабочены карьерой, не хотят общественной огласки, стесняются. Статья 41 Закона РФ «О средствах массовой информации» обязывает нас сохранять в тайне источник информации и не называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени. Если не

удалось уговорить собеседника назвать его в публикации, то поступать следует только по закону.

Довольно часто журналиста предупреждают: «Это не для печати. Я рассказал вам для того, чтобы вы знали общую картину, но говорить об этом не нужно». Как поступать в таких случаях? Практика обнаруживает несколько подходов. «Жесткий»: корреспондент представляется, убеждается в том, что собеседник идентифицировал его как журналиста, после этого использует полученную информацию по своему усмотрению («Он знает, с кем разговаривает, – пусть и выбирает выражения»). «Мягкий»: корреспондент уговаривает собеседника оставить в материале информацию, которую последний не желал бы распространять («без этого материал потеряет остроту», «ваша точка зрения будет плохо аргументирована», «о вас будут думать, что вы лукавите» и т.п.). Если человек поддается на уговоры – прекрасно. Если нет и журналист дал обещание не публиковать «неудобные» для источника сведения – следует поступать в соответствии с законом.

Ссылки бывают разные, начиная с конкретного «как нам сообщил имярек» и заканчивая традиционным оборотом «по сведениям, поступившим от лиц, заслуживающих доверия». В последнем случае при возникновении после публикации неприятностей редакции и журналисту необходимо защищать конфиденциальность своих источников.

Отдельного подхода требуют слухи как источник информации (молва, известие, обычно еще ничем не подтвержденное, по определению толковых словарей). Журналисты охотно пользуются сведениями такого рода, предварительно обезопасив себя необходимыми процедурами. А именно:

- Ø полезно найти источник слуха;
- Ø переспросить у источника, так ли было или есть на самом деле;
- Ø в случае отказа подтвердить слух – поискать другой источник, способный дать подтверждение;
- Ø при удачном поиске и полученном подтверждении договориться о том, что если после опубликования материала редакции будет предъявлен иск, источник явится в суд и подтвердит изложенные сведения.

В любой другой ситуации редакция и журналист берут на себя всю возможную ответственность. Иногда слухи становятся поводом для журналистского расследования и в конечном итоге перестают быть таковыми.

А как быть с анонимными источниками? Одно из существующих правил гласит: избегать пользоваться ими. Согласно другому мнению, информация от неизвестного осведомителя может быть использована, если по меньшей мере еще один источник ее подтвердит. При этом использование безымянного источника должно быть кратко объяснено в материале.

Однако самые распространенные источники информации для журналистов – представители органов власти. По данным Комиссии по свободе доступа к

информации (российский правозащитный фонд), около 80% журналистов систематически обращаются за сведениями к представителям различных ветвей власти, преимущественно – исполнительной. Особенность работы с органами управления заключается в том, что между средствами массовой информации и руководителями федерального, регионального и местного уровней есть посредники – пресс-секретари и пресс-службы. Они организуют брифинги, пресс-конференции и встречи с руководством для интервью, отвечают на запросы, проводят аккредитацию корреспондентов, приглашают их на закрытые мероприятия, готовят информацию в виде пресс-релизов, справок, отчетов. Нельзя не учитывать, что получаемая таким образом информация часто бывает односторонней, поскольку задачи пресс-служб не совпадают с обязанностями прессы: в первом случае – сделать положительным образ руководства в общественном мнении, во втором – сообщить аудитории о реальных фактах. Подобные отношения пресс-служб со СМИ складываются повсеместно и за некоторыми мало существенными отличиями характерны для всех организаций, в том числе и общественных. Поэтому опытные журналисты обзаводятся собственными информаторами, которые находятся «в недрах», внутри правительства, администрации, департамента, – для проверки полученных сведений, получения эксклюзива или закрытых данных.

Некоторые официальные учреждения пользуются повышенным вниманием СМИ, и репортеру полезно знать об организации в них работы с прессой.

Непростой объект журналистского интереса представляют собой органы внутренних дел, причем в зависимости от иерархического уровня они несколько различаются между собой. В частности, в областном УВД журналистам, чтобы получать информацию, по всей видимости, придется аккредитоваться.

Так, Положением об аккредитации при отделении информации и общественных связей ГУВД Свердловской области представителей СМИ предусмотрены следующие права для аккредитованных журналистов: посещать брифинги, пресс-конференции ГУВД; получать от пресс-службы пресс-релизы и иные информационные материалы; производить записи с использованием различных средств, за исключением случаев, предусмотренных законом; проверять достоверность информации, получать необходимые справки, консультации; присутствовать на заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, проводимых ГУВД, за исключением закрытых. Кроме того, аккредитованные журналисты имеют право получать интересующую их информацию без письменных запросов, в том числе у должностных лиц во всех подразделениях, подчиненных ГУВД области. В некоторых управлениях, однако, существует негласный закон, запрещающий рядовому составу милиции, ГИБДД давать интервью без согласования с вышестоящим начальником. Практически вся информация проходит через пресс-службу, с которой приходится «налаживать контакт», дабы не попасть в немилость, влекущую к отлучению от источника сведений. Поддержание личных связей – далеко не бесполезное дело для информированности журналистов.

С Федеральной службой безопасности работать несколько сложнее. Аккредитация предусматривается не во всех структурах. Вся информация проходит через группу по связям с прессой (общественностью) и в большинстве случаев предоставляется по запросам. Многие зависят от степени доверия к данному СМИ и конкретному журналисту. По действующим внутренним приказам, оперативные работники могут общаться с корреспондентами только через пресс-службу и по решению руководства.

Прокуратуры во взаимодействии с журналистами исходят из приказа Генерального прокурора (1993), которым обязанность сотрудничать со средствами массовой информации была возложена на старших помощников прокуроров. Они сортируют и дозируют информацию, предлагаемую прессе, в соответствии с законами и положениями, по которым действует данная правоохранительная структура. По наблюдениям журналистов, случается, что прокуратура пытается навязать свое мнение журналисту – как правило, это позиция обвинения в той или иной правовой коллизии. Целесообразно при этом найти противовес в виде защитника. Принцип «выслушать противоположную сторону» должен срабатывать и здесь. Объективность материалов от этого только выиграет.

Суды. Отношение третьей ветви власти с «четвертой» регламентируются Уголовно-процессуальным и Гражданско-процессуальным кодексами РФ. Они определяют пределы информирования журналистов в части находящихся в производстве дел, устанавливают ограничения по объемам сведений, предназначенных прессе, оговаривают условия, при которых журналисту разрешается и запрещается присутствовать на заседаниях суда. Информацию можно получить не только от судьи, но и от пресс-секретаря суда, специфика работы которого практически ничем не отличается от подобной работы в других организациях.

Как правило, визировать материалы у представителей всех трех ветвей власти не требуется. Согласно Закону «О средствах массовой информации», не допускается предварительное согласование содержания сообщений и материалов (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым). Многие журналисты, тем не менее, дают источникам информации почитать материал целиком или зачитывают фрагменты, чтобы уточнить цитаты, цифры, иные фактические сведения, и таким образом страхуют себя от ошибок.

Однако если органы власти, предприятия и организации с государственной формой собственности все же, несмотря на известные трудности, более или менее открыты (доступ к ним гарантируется правовыми актами), то предприятия и организации с частной формой собственности практически наглухо закрыты для журналистов. Здесь выручают связи, личные возможности репортеров и редакторов, благоприятное стечение обстоятельств, профессиональный опыт. Однажды на семинаре, где обсуждалась эта проблема, один из участников предложил выход: «Надо найти обиженного акционера и

расспросить его». Другой заметил: «Вспомнить бы хорошо забытое старое – рабоче-крестьянских корреспондентов, внештатных авторов – и вернуться к этой практике, тогда получить информацию не составит труда». Говоря в целом, выход заключается в изобретательной работе руководства и журналистов.

Выбрав источник и получив доступ к нему, собрав необходимые сведения, журналист проверяет полученную информацию. Причем проверку следует проводить при всяком удобном случае, не жалея для этого времени. Добросовестный журналист отличается тем, что для уточнения сведений сделает на пять звонков больше, чем его излишне беззаботный коллега.

Существует несколько испытанных способов проверки фактических сведений:

- Ø когда материал готов, следует перезвонить источнику и, опираясь на текст, перепроверить цифры, факты, иные данные, проговорить ясно и членораздельно важные высказывания и спросить: «правильно ли я воспроизвел ваше суждение?»;
- Ø по возможности следует сопоставить полученные сведения с имеющимися на это счет видео- и аудиозаписями, текстовыми документами;
- Ø опросить дополнительных свидетелей и очевидцев;
- Ø показать текст экспертам;
- Ø зачитать материал опытным коллегам в редакции;
- Ø дать прочесть текст редакционному юристу.

Все эти нехитрые действия избавят журналиста от возможных ошибок и последующих неприятностей.



## СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Журналист, приступающий к сбору информации из определенных заранее источников, сталкивается с тремя главными проблемами: выбор самого надежного способа получения данных; фиксирование полученных сведений с достаточной степенью надежности; обеспечение техники безопасности в работе. Мы уже отчасти касались методов добычи сведений, когда говорили о природе журналистского познания. Сейчас обратимся к ним как к инструменту репортерского труда.

Обычно работники масс медиа используют три самых распространенных метода: интервью, наблюдение, изучение документов. Среди них наименее надежные – интервью и наблюдение, при использовании которых сильно проявляется субъективность журналиста и объектов его интереса, и ее трудно преодолеть. Однако большинство материалов все же готовится именно на основании бесед с людьми.

Интервью. Успех интервью зависит от многих условий и в первую очередь от хорошо проделанной предварительно домашней работы. Она включает в себя максимально подробное знакомство с темой и с интервьюируемым с помощью различных источников и способов:

- Ø опрос тех, кто хорошо знает будущего собеседника, в том числе коллег в редакции, имевших с ним дело;
- Ø изучение материалов прессы, если он уже становился предметом интереса журналистов;
- Ø знакомство с результатами его профессиональной работы;
- Ø самообразование, то есть приобретение достаточной компетенции в той области, где собеседник – дока;
- Ø поиск биографических сведений о нем;
- Ø определение его пристрастий, привычек, круга друзей и интересов.

Студентка журфака, готовя дипломную работу о творчестве писателя Леонида Жуховицкого, перечитала все, что им написано, что написано о нем, все его интервью, опросила людей, которые знали его в той или иной мере. Общение оказалось весьма продуктивным, собеседник разговорчивым – и только потому, что интервьюируемый был «подкуплен» осведомленностью молодой журналистки. А вот пример с противоположным смыслом. Знаменитый испанский поэт Федерико Гарсиа Лорка дал согласие на интервью юной газетчице. Он охотно отвечал на ее вопросы и несколько раз упомянул имя своего друга, тоже весьма известного композитора Фалья.

– А кто такой Фалья? – переспросила журналистка.

Поэт помолчал, потом встал и открыл дверь, предлагая гостье покинуть комнату. На глазах девушки выступили слезы: она поняла свою ошибку. Но было уже поздно.

Итог домашней работы сводится к тому, чтобы убедиться в важности для собеседника темы предполагаемого разговора и составить перечень вопросов.

Продумывать этот перечень следует всегда – так журналист страхует себя от банальных, много раз уже задававшихся, некомпетентных, неуместных вопросов. К тому же собеседники не очень любят, когда с ними говорят «с кондачка», без подготовки, они рассматривают это как неуважение к себе. А наиболее квалифицированные «ответчики» не преминут воспользоваться оплошностью интервьюера и того гляди высмеют неумеху.

После подготовки остается условиться о встрече, иногда при этом согласовываются основные направления разговора. Профессиональные журналисты, как правило, стремятся устроить встречу наедине, потому что в присутствии других людей собеседник становится более предусмотрительным и сдержанным в своих суждениях. А искренность ответов есть едва ли не самое главное в интервью.

Одна из серьезных проблем для всякого журналиста – как установить доверительные отношения с интервьюируемым. Добиваются этого по-разному. Однако существуют общепринятые и отработанные психологией общения приемы. Анатолий Аграновский часто вспоминал совет отца, тоже высокочлассного газетчика: идешь на первое интервью – говори сам, на второе – слушай. В чем здесь суть? В том, что собеседнику нужно знать, кто его спрашивает, каковы его намерения, и на этом основании определить: доверять ему или нет, говорить обо всем или умолчать? Поэтому «демонстрация», «самопредъявление» журналиста помогают добиться расположения и желания рассказывать. Методическим пособием для начинающих интервьюеров может стать работа известного манипулятора Дейла Карнеги «Шесть правил, соблюдение которых позволяет понравиться людям». Однако советы Уолтера Бингхэма и Брюса Мура более уместны [1]:

- Ø находите и используйте приятные ассоциации;
- Ø позволяйте интервьюируемому чувствовать себя непринужденно и быть готовым рассказывать;
- Ø не задавайте вопросов прямо до тех пор, пока не убедитесь, что интервьюируемый готов дать желаемую информацию и дать ее точно;
- Ø слушайте;
- Ø дайте собеседнику рассказать полностью свою историю, затем помогите дополнить ее;
- Ø будьте честны и искренни, что значительно лучше, чем быть хитрым и искусным;
- Ø избегайте роли учителя;
- Ø не дерзите.

Важная часть интервью – собственно вопросы и их предъявление.

Рекомендации тех же авторов:

- Ø старайтесь ставить вопросы так, чтобы они были легко поняты;
- Ø не подсказывайте ответы на свои вопросы;
- Ø если вы предлагаете альтернативные вопросы, формулируйте их так, чтобы ни тот, ни другой не был приемлем для интервьюируемого;

- Ø помогайте интервьюируемому осознать ответственность за свои утверждения;
- Ø держите важные вопросы в уме до тех пор, пока не будет получена адекватная информация на каждый из них;
- Ø постигайте смысл каждого утверждения;
- Ø проверяйте ответы при любой возможности;
- Ø отделяйте факты от выводов;
- Ø записывайте все данные тут же или как можно быстрее по окончании интервью, поскольку обычно люди не представляют, с какой скоростью происходит забывание.

И последнее: по окончании интервью следите за дополнительной информацией или новыми направлениями в случайных замечаниях интервьюируемого. В конце разговора собеседники обычно расслабляются и нередко говорят то, чего тщательно избегали во время общения. Случается, что самое интересное для журналиста – именно в этих ремарках, характеризующих человека с неожиданных сторон. Поэтому особо внимательным следует быть тогда, когда разговор заканчивается. Кстати, интервью – прекрасный способ для наблюдения, фиксирования деталей поведения героя, персонажа, интервьюируемого, которые впоследствии могут быть использованы или обыграны в материале.

Работа на пресс-конференции. Подготовка к пресс-конференции требует домашней работы так же, как и интервью. Из всех возможных источников надо узнать все, что собой представляет инициатор пресс-конференции. Далее подготовьте список вопросов. Если заранее раздают пресс-релизы и другие документы, то позаботьтесь, чтобы они достались вам. На самой пресс-конференции следует:

- Ø четко произносить свои имя, фамилию и название средства массовой информации, которое представляете;
- Ø задавать вопросы в числе первых, так как времени, отведенного журналистам, может не хватить;
- Ø быть внимательным, так как важная информация выдается часто между строк, в подтексте;
- Ø слушать вопросы коллег и ответы на них, так как товарищи по цеху могут оказаться более изобретательными и искусственными.

Не следует задавать несколько вопросов сразу, формулировать громоздкие и продолжительные вопросы, дискутировать с отвечающим, пресс-конференция – не «круглый стол», свое мнение можно выразить в эфире или на полосе.

И в интервью, и на пресс-конференции внимательное выслушивание – едва ли не самый главный признак профессионализма. Причем из всего того, что произносится собеседником, журналисту, как рекомендует Г.В. Лазутина, важно зафиксировать: а) фактические данные; б) мнения; в) объяснения; г) предложения и прогнозы; д) речевые приметы собеседника (характерные особенности языка)[2].

Наблюдение так же, как интервью, представляет собой наиболее распространенный способ получения информации. Оно позволяет, во-первых, собирать образные детали о людях, местах и событиях, во-вторых, проверять информацию или впечатления, полученные от других людей, в-третьих, получать доказательства (свидетельства), которые невозможно найти другим способом, в-четвертых, восстанавливать событие для читателей, слушателей, зрителей. Видеокамера и фотоаппарат – весьма полезные инструменты для точного фиксирования происходящего. Некоторые журналисты, находясь в эпицентре события, наговаривают собственные впечатления об увиденном на диктофон.

Помимо простого наблюдения журналисты нередко используют и так называемое включенное наблюдение, когда сотрудник редакции на время меняет профессию. Делается это для того, чтобы глубже проникнуть в суть происходящего в той или иной области человеческого бытия.

Журналисты «меняют» профессию с давних времен. Репортажи Михаила Кольцова «Три дня в такси», бытовые зарисовки «молочницы» Ларисы Рейснер были первыми такими опытами в российской прессе. С тех пор кем только не становились корреспонденты: униформистом в цирке, продавцом рыбного отдела гастронома, бомжем, заключенным...

Две журналистки из «Комсомольской правды» решили попеть в подземном переходе матерные частушки, присланные в газету читателями. «Концерт» продолжался лишь полчаса – милиция помешала. Но и то успели заработать 25 рублей, огурец и две конфеты. Материал был опубликован под рубрикой «Испытано на себе». Корреспондент другой газеты попросил знакомого прокурора «устроить» его в камеру предварительного заключения на несколько суток, дабы изнутри познакомиться с нравами этого заведения. После «отсидки» он опубликовал серию репортажей, и... прокурора сняли с работы.

Этот случай стал поводом для продолжительной дискуссии о пределах использования данного метода сбора информации. Прежде всего необходимо согласовать возможность включенного наблюдения с руководством редакции, затем обеспечить безопасность источникам информации или тем, кто оказывал вам помощь, и позаботиться о собственной безопасности. Наконец, надо проконсультироваться с юристом.

Правила вроде бы понятные, и соблюдать их нетрудно. Но журналисты часто работают на грани фола, а то и прямо нарушают законы. Между тем Конституция Российской Федерации провозглашает право каждого (в том числе и журналиста) искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым, но лишь законным способом. «Диверсионная» методика тележурналиста Александра Невзорова, когда он разгоняет автомобиль со съемочной группой до ста километров в час, врывается на территорию предприятия и снимает до тех пор, пока не опомнятся охранники, может оказаться привлекательной для жаждущих репортерской

славы. Однако юридическую ответственность журналист в данном случае несет в полной мере.

Изучение документов. Документ, то есть информация, зафиксированная в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, фотопленке или видеокассете, – едва ли не самый важный инструмент в работе журналиста. С его помощью проверяются сведения, полученные в ходе интервью и наблюдения. Он становится аргументом и доказательством, когда журналисту нужно доказать свою правоту в суде. Опора на документы делает публикацию основательной и защищенной. Профессиональный журналист использует любую возможность, чтобы обеспечить себя копиями документов, с которыми ему приходится работать.

Одна из главных задач, которую приходится решать, – удостовериться в подлинности документа. Следует определить:

- Ø подготовлен ли документ компетентным (в силу своего положения) и уполномоченным для этой цели лицом;
- Ø не повлияла ли обстановка, в которой составлялся документ, на его содержание;
- Ø не искажены ли фамилии должностных лиц;
- Ø соответствует ли содержание документа тексту оттиска печати (углового штампа);
- Ø подписан ли документ уполномоченным для этой цели лицом.

Желательно также установить дату появления документа и его номер. Рассказывают, что в эпоху отсутствия такого количества множительной техники, какое имеем сегодня, Анатолий Аграновский, изучая официальные бумаги, срисовывал оттиски печати в свой блокнот, чтобы при необходимости подтвердить: я видел этот текст.

Кроме того, профессиональный подход требует проверки изложенных сведений по другим источникам (опрос работников соответствующего департамента, экспертов, иных причастных к содержанию документа людей).

Важно также, знакомясь с текстом, четко отделять события, о которых идет речь, от его оценок, факты от мнений о них. Используя отдельные фрагменты документа в публикации, следует учитывать общий контекст, в котором этот документ функционирует.

Корреспондент ИТАР-ТАСС, работающая в жанре расследований, Лариса Кислинская опубликовала в «Совершенно секретно» материал «Кто “заказал” Отарика», который построила на извлечениях из показаний некоего Ю. Воронцова. Последний говорил, что к убийству предпринимателя Квантришвили причастен один из бывших вице-премьеров Правительства России. Однако, как пишет в журнале «Журналист» сотрудник Судебной палаты по информационным спорам И. Еремин, из пояснений прокуратуры г.

Москвы следовало, что Воронцов признан судебно-психиатрической экспертизой невменяемым, уголовных дел в отношении лиц, фигурирующих в его показаниях, возбуждено не было. Таким образом, вырванный из общего контекста событий документ привел в правовом отношении к искажению существа дела.

Делая извлечения из документа, пишет Г.В. Лазутина, профессиональный журналист всегда:

- Ø фиксирует точное название документа, его автора, дату и место издания;
- Ø заключает в кавычки изъятые фрагменты текста и указывает страницы;
- Ø помечает специальными знаками собственные мысли и оценки, возникшие во время чтения;
- Ø при завершении работы специально проверяет все цитаты, названия, цифры, фамилии, имена и прочие сведения[3].

Перечисленные правила уместны при работе с любым типом документальных источников. Есть специфика работы с личными документами, к коим относятся дневники, письма, завещания и другие. Главное требование: всеми ими можно распоряжаться только с разрешения их автора или владельца. Лишь письма, поступающие в редакцию «самотеком», не требуют согласия авторов, поэтому журналисты вправе использовать их полностью либо в сокращенном виде. Если, правда, в письме нет специальной просьбы не публиковать или не называть фамилию и имя его автора. К тому же сведения, излагаемые в таких письмах, требуют проверки.

Социологические способы получения информации. В практике СМИ иногда применяется методика, заимствованная из социологии. В частности, анкетирование используется для изучения мнений о газете или вещательном канале, представлений аудитории по значимым общественным проблемам, а также для сбора дополнительного статистического материала. Важно при этом грамотное (с методической точки зрения) составление анкеты. В противном случае результаты опроса окажутся не соответствующими действительности. Так, социологами был открыт «эффект картошки», суть которого заключается в следующем. Население опрашивали по поводу частоты употребления в пищу разных продуктов питания, но в список продуктов забыли включить картошку. В результате анкетного опроса оказалось, что никто из опрашиваемых не ест картофель вообще.

Контент-анализ текстов, то есть анализ содержания, имеет целью получить количественные характеристики явления – например, частоту появлений на газетной полосе имени одного из кандидатов в депутаты в сравнении с другим, повторяемость той или иной темы и т.д. Существенную пользу этот метод приносит при изучении читательской (слушательской, зрительской) почты, что позволяет понять тематические предпочтения аудитории, ее типичные претензии к редакции и пожелания. Методика проведения контент-анализа

требует четкого выделения единиц счета, без чего статистические результаты и выводы могут оказаться некорректными.

Журналистский эксперимент. Суть этого приема заключается в том, что журналист создает ситуацию, которая заставляет людей проявлять свои «законсервированные» до эксперимента качества. Журналистка «Вечерних ведомостей из Екатеринбурга» решила поторговать... мужем прямо на улице. Покупателя не нашлось, но реакции интересующихся этим экзотическим товаром составили текст репортажа.

Эксперимент позволяет также обнаружить неочевидные процессы, закономерности в работе учреждений и предприятий. Анатолий Рубинов, признанный изобретатель подобных «постановок», называл их операциями. Так, в один день он отправил из Москвы собственным корреспондентам «Литературной газеты» в разных городах сто пронумерованных писем. Цель состояла в том, чтобы понять, почему письма идут так долго и от чего зависит скорость доставки. Эксперимент был организован искусно, а материал, опубликованный под заголовком «Меченые атомы», оказался не только познавательным, но и весьма действенным: почтовое ведомство внесло некоторые изменения в технологию работы, в частности, появились конверты со стилизованными цифрами – те самые, которыми мы пользуемся и сегодня.

Тактика сбора сведений для критического и (или) расследовательского материала. Приступая к изучению острой темы, профессиональные журналисты руководствуются следующим алгоритмом действий:

- Ø сначала знакомятся с информацией из общедоступных источников;
- Ø затем составляют список имен и организаций, которые следует посетить;
- Ø в этот список включают людей, придерживающихся разных точек зрения на проблему, которая интересует журналиста;
- Ø предпочитают использовать только законные способы получения информации;
- Ø действуют по методу «открытого забрала» (В. Аграновский), который обеспечивает право «противника» на защиту и рождает ощущение справедливости[4];
- Ø стараются освободиться от гида, которым снабжают журналиста на предприятиях и в организациях;
- Ø ведут разговоры с источниками информации наедине, без присутствия третьих лиц;
- Ø наносят «визит вежливости» к начальству, чтобы потом не быть обвиненными в том, что с руководством корреспондент не встречался;
- Ø запасаются необходимым количеством документов или их копий, свидетельствами очевидцев (не менее двух) по поводу тех или иных фрагментов события, проблемы, темы.

## ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ В РАБОТЕ С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ

Существует несколько не общепринятых (в силу разного отношения журналистов к этике), но вполне обоснованных требованиями профессионализма правил. В частности, не следует:

- Ø «прикидываться», то есть представляться работником другой профессии, предположим, водопроводчиком, почтальоном, прохожим и т.п. (кроме использования включенного наблюдения);
- Ø запугивать собеседника (хотя в некоторых наставлениях западным репортерам допускается легкий шантаж интервьюируемого: «Иногда делайте вид, что вам известно больше, чем на самом деле... – пишет Д. Рэндалл. – Но этот номер выгорает только у опытных репортеров»[5]);
- Ø советовать, давать рекомендации;
- Ø обещать «разобраться» и принять меры (это не входит в компетенцию журналистов);
- Ø допускать поступки, которые могут вызвать моральное осуждение окружающих;
- Ø идти на сближение ни с «положительными», ни с «отрицательными» персонажами;
- Ø принимать подарки и услуги, поскольку могут возникнуть отношения зависимости журналиста от источника информации;
- Ø производить запись разговора на диктофон без ведома собеседника (напротив, необходимо убедить его в том, что диктофон не позволит исказить его мысли и суждения); в то же время не лишним окажется дублирование диктофона записями в блокнот принципиально важных заявлений и суждений, так как техника, бывает, отказывает;
- Ø в любом случае, с человеком, которого журналист намерен критиковать, нужен еще один последний разговор, где автор излагает выводы и оценки, к которым пришел, собирая информацию.

Особо внимательно надо отнестись к интервьюируемому, когда они произносят: «Это не для печати».

И последнее: не наследуй! После тебя здесь будут другие журналисты, и в соответствии с впечатлением, которое ты оставил у людей, они могут попросту отказаться с ними разговаривать.

[1] Искусство разговаривать и получать информацию. М., 1993. С. 283–292.

[2] Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества. М., 1988. С. 51.

[3] Там же. С. 35.

[4] Аграновский В.А. Кто ищет... М., 1988. С. 464.

[5] Рэндалл Д. Универсальный журналист. Великий Новгород; СПб., 1999. С. 88.



## ГЛАВА 4

### Мисонжников Б.Я. ОТРАЖЕНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ТЕКСТЕ

Журналистский текст и его функции  
Диалектика текста и диалектика отражения мира  
Создание текста – процесс творческий

Журналистский текст, обладающий специфическими качественными признаками, является вместе с тем текстом в универсальном, классическом значении этого понятия. Более того, именно данный вид текста наделен широкими, можно сказать, уникальными возможностями – он представлен исключительно многоаспектно, в самых различных вариантах, воссоздается с учетом осмысленной и логически оправданной целесообразности.

Прежде чем перейти к исследованию этого яркого феномена, необходимо, однако, внести некоторые терминологические уточнения в понимание текста вообще.

Интерес к нему в XX в. обрел поистине взрывной характер. Текст рассматривается уже не только как словесное сочинение или его фрагмент и даже не только как последовательное расположение знаков, образующих единое семантически завершенное произведение. Ныне он понимается и как явление космологическое, соотносится, а порой и полностью отождествляется со всем окружающим миром: «мир есть текст», и «мы живем внутри грандиозного текста». Он читается в прямом смысле этого слова, поскольку, например, полна глубокого смысла даже «клинопись журавлиных стай». И в самом деле, то, что нас окружает, открыто для познания, любая деталь наделяется соответствующим значением и, соединяясь с другими деталями, образует своеобычное «повествование», которому присуща изначальная премудрость, логичность и гармония. Поскольку окружающий мир познается, «прочитывается», то возможно вести речь о том, что «весь мир есть знаковая система – бесконечно глубокий по своему смыслу текст»[1].

Одним из первых сумел осмыслить и системно представить диалектически сложную природу текста российский философ, культуролог и литературовед М.М. Бахтин (1895–1975). Он отнюдь не сводил предмет изучения лишь к сумме знаков или к способу истолкования материала. Бахтиным текст определяется как плоть общения[2].

Такой взгляд в целом соответствует концепции выдающегося литературоведа Ю.М. Лотмана (1922–1993), который говорит о типологии текстов и рассматривает каждый определенный объект как текст, выделяя, например, иконические тексты живописи и скульптуры[3]. Для нас особенно важно, что в числе образцов текста, «открытого для наращивания», то есть последовательно вбирающего все новые знаковые комплексы, называется и газета – это «газетный роман, сама газета как целостный текст»[4]. Подчеркнем, что здесь речь идет о едином тексте печатного издания, его общем знаковом пространстве, в котором интегрированы письменные, иконические и прочие материалы. Такой подход представляется исключительно перспективным, поскольку, с одной стороны, расширяет возможности диалектического исследования издания как разделенного на относительно самостоятельные текстовые системы, а с другой стороны, позволяет выявить закономерности их объединения в общее произведение, установить качественный уровень их совместимости.

Таким образом, как видим, текст – это и физический, вполне конкретный мир (от местного ландшафта – до космической «книги»), и средство общения, причем далеко не всегда выраженное в предметной, вещественной форме.

Текст может воплощаться, например, в публикациях прессы, а может и в устном сообщении – сошлемся на бесписьменную природу фольклорных текстов, эту своего рода «бесписьменную форму бытия»[5]. Текстовый материал реализуется и в таких паралингвистических, невербальных средствах коммуникации, как жест, расстояние между участниками коммуникативного акта, голосовые модуляции и т.д. Эти характеристики обретают первостепенное значение в передачах, соответственно, телевидения и радио. Едва ли не все свойства текста могут находить выражение в журналистских материалах. Причина состоит в том, что эти материалы строятся на семиотической основе – то есть складываются из множества знаковых комплексов. А любой гомогенный (однородный по строению) текст – это система специально отобранных однотипных знаков. Выделим характеристики текста как своеобразного феномена. Согласно А.М. Коршунову и В.В. Мантатову, основной из признаков – знаковость, поскольку текст всегда зафиксирован и представлен в конкретных знаках. Они могут быть письменными – это средства естественного языка, генетически неразрывно связанного с появлением и существованием человека. Именно этим языком воспроизводится содержание философской, художественной, конкретно-научной литературы и, добавим, журнально-газетной периодики. При помощи знаков воссоздаются и тексты метаязыка, служащего для формализации исследования и описания естественного языка. И, конечно же, в процессе текстообразования

используются иконические знаки – для создания иконических (изобразительных) текстов, которые, в частности, явно доминируют в журнальной иллюстрированной печати.

Другое свойство текста – его отграниченность, то есть противопоставление группы знаков, образующих текст, сторонним, не входящим в его состав, проще говоря – чужим знакам. Действует принцип «включенности-невключенности». Любой текст, и прежде всего гомогенный, вбирает в себя только подходящий, принципиально отвечающий его природе знаковый материал. Другой материал решительно отторгается. Возникает вопрос: а как же объяснить те случаи, когда в пределах иконического знакового комплекса вдруг оказывается элемент иной знаковой системы? Например, в пространство иллюстрации помещается вербальный (словесный) материал, выраженный соответствующей шрифтовой графикой. Иконическая система основана на внешнем сходстве знака и объекта отражения, а письменные знаки – это всего лишь символы, не имеющие внешнего сходства со своим значением: звуком, предметом, идеей т.п.

Всегда ли отторгаются чужеродные элементы? Конечно, далеко не всегда. Дело в том, что возможна глубинная модификация знакового образования, когда меняется характер его понятийного содержания, то есть сигнификат. Письменные знаки перестают, к примеру, выполнять свою первоначальную коммуникативную функцию, и первостепенную важность обретают их внешние, формальные эстетические признаки. Так, в знаменитой живописной работе И. Босха «Удаление Камней Глупости» представлен значительный по объему шрифтовой графический материал: с изобразительными средствами соединяются письменные, причем надпись, воспроизведенная стилизованной текстурой (острым ломаным готическим шрифтом), крайне трудно читается. В переводе с голландского она звучит так: «Мастер вырезает камни – мое имя Лубберт». Однако современный человек вообще вряд ли станет мучиться расшифровкой старинного письменного текста. Надпись настолько глубоко проникла в ткань живописной композиции, что уже не воспринимается как обособленный семантический элемент. Полотно представляет собой единый иконический текст, и его единство обуславливается созвучием стилистики шрифта и всего живописного произведения: изысканно-строгая символика позднего Средневековья отразилась и в образах людей, и в шрифтовой графике надписи.

С развитием печати прием воссоздания иконического текста с интенсивными включениями элементов письма стал применяться очень активно. Главное условие того, чтобы иконография не отторгала письмо, не меняется: стилистические обертоны должны совпадать, а в шрифтовой графике наиболее важное значение обретает эстетика внешней формы. Примеров – бесчисленное множество, но приведем один – известную фотографию А.М. Родченко «Радиослушатель» (1929). Именно так называется журнал, который в руках ребенка занимает центральное положение во всей композиции. Крупно представленные на обложке журнала буквы характерного для той эпохи почерка своей спокойной округлостью сочетаются с формами чашки, блюда,

динамика. Возникает ощущение единства и гармонии, иконический текст органично вбирает в свое поле элементы текста письменного. Принцип связности и цельности единого текстуального пространства в этом случае не нарушается ни в малейшей степени.

Стать цельным произведением, не рассыпаться на отдельные чужеродные ингредиенты тексту позволяет соответствующая структурность – внутренняя организация. Это свойственно любым текстовым моделям, включая, разумеется, и те, которые существуют в пределах печатного издания. Более того, в этом случае требуется особо строгая организация материала, поскольку все журналистские произведения должны отличаться четкостью композиционного построения, ясностью и конкретностью семантики. С этими проявлениями качественной природы текста неразрывно связано присущее ему тематическое единство. В его основе лежит авторский замысел, концептуальная позиция того, кто, создавая произведение, осуществляет отбор необходимого для текстопостроения материала – соответствующих цели знаков или более крупных комплексов. Если представить образно, это нужные для возведения здания простейшие строительные материалы или сложные, собранные заранее модульные конструкции. Как и при постройке дома, в прессе исключается случайное нагромождение элементов, требуется взвешенный выбор средств, ориентированный на обеспечение цельности и неразделимости материала.

Качественные признаки текста всегда присущи и журналистским произведениям. В практике СМИ неукоснительно действуют законы текстообразования. На журналистику распространяется общенаучное суждение Коршунова и Мантатова, проясняющее особенно важные, ключевые положения проблемы: «Рассматриваемое понятие относится не только к естественным языкам. Всякую знаковую структуру, выражающую некоторый целостный смысл, реализовывающую определенную культурную функцию, можно рассматривать как текст. Это дает возможность перенесения точных методов лингвистики на всю совокупность наук о культуре. Понятие “текст” в данном случае намного шире и глубже его словарного определения»[6].

## ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ И ЕГО ФУНКЦИИ

Под журналистским текстом следует понимать сложное и разнохарактерное системное знаковое образование. Журналистский текст – это понятие родовое, предполагающее внутреннее деление, классификацию, основанную на изменении видового признака (таксономическое деление). В ходе классификации устанавливаются видовые категории, и прежде всего те, в образовании которых участвуют основные «языки» СМИ – шрифтовой текст (письменные знаки, или символы) и иконический (иконические знаки). Разумеется, в процессе создания текста участвуют и другие, менее значительные в семантическом плане элементы – украшения, линейки и т.д. Такая большая амплитуда возможных вариантов текстового материала в печатном издании позволяет добиться особенно высокого уровня отражения всех сторон жизни. В этом и заключается уникальность журналистского текста как универсального и максимально эффективного средства коммуникации.

В то же время журналистский текст в силу своей многогранности довольно сложен для рассмотрения в качестве единого объекта. Его многие практические проявления едва ли взаимно соотносимы, не имеют общей предметной основы – например, иконический текст печатного издания и бесписьменный вариант текста (практически любой аудиоканал). Эта проблема волнует многих исследователей средств массовой коммуникации. Особенно большой интерес представляет мнение видного специалиста по семиотике, культуролога и философа У. Эко. Он обращает внимание на то, что проблематика массовых коммуникаций «потребовала семиологического обоснования своих принципов» (Эко следом за Ф. де Соссюром предпочитает говорить не о семиотике, а о семиологии).

К средствам массовой коммуникации Эко относит кино, прессу, телевидение, радио, ротاپринтные еженедельники, комиксы, рекламу, различные виды пропаганды, легкую музыку, массовую литературу. Разумеется, к ним можно применить методы какой-либо одной дисциплины – психологии, социологии, педагогики, стилистики и т.д. Вполне допустимо глубокое исследование отдельных сторон и специфических технологий деятельности различных средств коммуникации. Но ученый резонно говорит и о необходимости выявления «общей подкладки», поскольку на определенном этапе развития общества «то разное, что есть в характере и воздействии таких способов коммуникации, как газета, кино, телевидение или комикс, отходит на второй план по сравнению с тем, что в них есть общего».

Это имеет очень большое как теоретическое, так и практическое значение, поскольку позволяет более осмысленно взглянуть на процессы, протекающие в конкретных средствах массовой коммуникации, обобщить опыт, выявить более эффективные методы работы с журналистским текстом. Эко, выступая за предельно точные категории в коммуникативных областях, обращает внимание на двусмысленность термина «средство» в выражениях типа «художественные средства», «средства массовой коммуникации» или же в удачных, по его

мнению, словосочетаниях (например, «средство – это сообщение»). Исследователь выражает надежду, что такое «мифологическое» понятие, как «средство», со временем будет истолковано как канал, сигнал, форма сообщения, код и т.д. И вот, наконец, Эко, предлагая точно определить метод анализа массовых коммуникаций, приходит к принципиально важному выводу: «При изучении массовых коммуникаций, когда сводится воедино разнородный материал, можно и нужно, опираясь на междисциплинарные связи, прибегать к разнообразным методам, от психологии до социологии и стилистики, но последовательно и целостно изучать эти явления можно только в том случае, когда теория и анализ массовых коммуникаций составляет один из разделов – причем наиболее важных – общей семиологии»[7].

Попытаемся пояснить это краеугольное положение. Эко ведет речь о том, что система массовой коммуникации обязательно должна аналитически исследоваться в плане ее знакового выражения, то есть исследоваться должен ее текстообразующий фактор. Это действительно позволяет обнаружить общую основу столь разнохарактерных феноменов, каковыми являются каналы коммуникации. Такой основой можно считать активный знаковый аспект данных средств, при всех различиях моделей текстов в зависимости от типа средства коммуникации. Например, из письменных знаков формируются тексты, доминирующие на страницах газетно-журнальной периодики, – письменные тексты. Исключение составляют лишь те немногие специализированные издания, в которых большую часть площади занимают иллюстративные материалы. Поэтому под текстом произведения для печатных СМИ почти всегда подразумевается его традиционный письменный вариант.

Журналистский текст в любом своем проявлении обладает многокачественными характерными признаками, и в этом плане он может быть соответствующим образом оценен. Так, можно установить, насколько высок уровень исполнения материала, и какие критерии подходят для этого. Немецкий исследователь периодической печати Г. Рагер, отмечая большую методологическую сложность определения качественных параметров журналистского текста, предложил основными считать следующие его признаки: объективность, форму подачи материала, актуальность, релевантность (то есть соответствие между информационными запросами аудитории и полученным ею сообщением)[8].

Таким образом, определилась прямая зависимость оценки качественного уровня журналистского текста от того, как в нем реализован важнейший социальный принцип – способность представить неискаженную картину событий. Это основной аспект социального функционирования журналистского текста, при котором главную роль играют сугубо содержательные достоинства СМИ. Если для механической записи материала и его визуального представления (набор газетных статей, верстка номера) достаточно символических письменных знаков, то для передачи и восприятия сути публикаций необходимы знаки следующей ступени, более сложно организованные. В широком смысле это – «знаки социального факта»,

«заданные» семантическими возможностями текста и возможностями аудитории. «Знаки, поступающие из журналистских текстов, аудитория воспринимает не “один к одному”, а в собственном осмыслении. Поскольку аудитория всегда разнородна, постольку в ней зарождается не одно, а несколько осмыслений. Когда знаки из журналистских текстов начинают систематически не совпадать с реальным опытом аудитории, конкретное средство массовой информации перестает пользоваться доверием тех, для кого оно действует»[9]. Наличие «знаков социального факта» практически всегда свойственно журналистскому тексту.

С социальным смыслом органично связан идеологический аспект журналистского текста. Независимо от того, в пределах какой общественно-экономической формации воссоздается журналистское произведение, оно будет всегда весьма жестко идеологически ориентировано. Это продиктовано неизменным существованием определенного, соответствующего конкретному обществу и времени дискурса (от франц. discours – речь). Слово «дискурс» здесь понимается двояко: как текст, служащий «обозначением смысловой среды всеобъемлющей культуры, в которой обитает цивилизованный человек, постоянно общающийся с другими людьми и совместно с ними творящий бесконечный глобальный текст»[10], и как текст, который, «являясь... целенаправленным социальным действием, не только создается в процессе социальной деятельности, отражая ее, но также создает, продуцирует социальную действительность»[11]. Любой, по сути, журналистский материал выступает как часть этого дискурса. Публицистическое произведение в той или иной мере всегда интегрировано с важнейшим сегментом общего дискурса – политическим дискурсом, который несет в себе идеологическое содержание.

Это вполне естественное положение вещей – текст журналистского произведения существует самостоятельно и в то же время диалектически связан с другими сферами духовной жизни. Поэтому правомерно выделять в системе массовой информации идеологический аспект текстообразования, семиотический (знаковые системы, письменная речь, изображение, правила отбора языковых и неязыковых средств), а также технологический (отбор информации, оперативность, адекватность, качественное разнообразие, тиражирование, доставка и т.д.). Идеологический аспект включает в себя упорядоченный состав текстовых источников, набор тем, по которым высказывается массовая информация, прогноз и организацию аудитории, зависящие от программы массовой информации и ее источников: газет, редакций радиовещания и телевидения[12]. Содержание текстового материала массовой информации отражает с определенных идеологических позиций положение вещей в мире.

Любой журналистский текст, то есть материал достаточно адаптированный к публикации в соответствующих средствах массовой информации, отличается существенной актуализацией отмеченных выше признаков – коммуникативных, социальных, идеологических. Во многих текстах уровень актуализации данных признаков может достигать максимума – это практически все газетно-

журнальные тексты на острые общественно-политические и экономические темы. Их резонанс во всех сферах функционирования оказывается очень высоким. В некоторых текстах проявление указанных признаков может быть в той или иной мере приглушенным. Для сравнения рассмотрим три отрывка из публикаций, объединенных тем, что это именно газетные тексты, написанные настоящими мастерами слова и посвященные проблемам образования, то есть обладающие определенным тематическим созвучием.

Всякий «развитой гимназист» считает необходимым заниматься русским языком.

Что же дают этим юношам, которые, говоря громко, с такой жадностью стремятся к этому источнику знания?

Половину курса они посвящают главнейшим образом на то, чтоб изучить, где надо ставить и где не надо ставить букву, которая совсем не произносится.

Вторая половина курса посвящена изучению «древних памятников» и того периода литературы, который никого уж не интересует.

Все, что есть живого, привлекательного и интересного в «предмете», исключено.

Мертвые сочинения, вместо того чтоб развивать, приучать мыслить, приучат к «недуманию».

И в результате...

Три четверти образованной России не в состоянии мало-мальски литературно писать по-русски. Привычка к шаблону в области мысли. И спросите у кого-нибудь, что такое русский язык.

– Скучный предмет!

А ведь это язык народа, это половина «отчизноведения», это «душа народа». Позвольте этим шаблоном закончить сочинение о преподавании русского языка.

В.М. Дорошевич. Русский язык (1905 г.)

Господин директор принял у меня документы (заявление в полтавскую гимназию о том, что дочь автора хочет сдать экзамен по латыни. – авт.), пересмотрел их, не сказал, что «уже поздно», но совершенно корректно выставил другой барьер: недостает еще... «свидетельства о благонадежности».

Признаюсь, несмотря на мой почтенный возраст и разносторонний опыт, это требование г. директора гимназии меня несколько... ошеломило. Положим, как российский обыватель, я обязан был знать, что «благонадежность» в нашем отечестве есть нечто очень важное и необходимое, как пища, как вода, как воздух, даже более – как паспорт. Без «благонадежности» вы – человек, в сущности лишенный всех прав состояния. Вы, положим, окончили учительскую семинарию и получили «право» заниматься учительством. Но если «администрация» не пожелает признать вас «благонадежным», вы потеряли годы учения напрасно: учителем вам не быть. Точно так же вам загражден доступ на службу государственную, земскую, а порой (при особенной энергии власти) даже и на частную. Одним словом, без особого



милостивого разрешения полиции, называемого «свидетельством о благонадежности», человеку остается порой одна торная дорога – в экспроприаторы. Разрешение на это не нужно, но зато самый «род деятельности» не всякому по силам...

В.Г. Короленко. О латинской благонадежности (1908 г.)

В развитии университетской науки есть немало сложностей... Многообразие, противопоставленное научно-исследовательским институтам, здесь благо: студенты по всякому вопросу должны получать знания из первых рук. Но есть и великое преимущество университетской науки – постоянный приток молодежи. Я побывал во многих лабораториях, отделах и едва ли не всюду слышал: «Появился один дипломник, светлая голова». Или: «Этого ни за что не упустим». Или даже: «Есть один парень, буду делать ставку на него». Ведет сейчас исследования у вирусологов некий подающий большие надежды дипломник Валя (фамилию называть не буду, рано), а рядом с ним уже крутится, выполняет первые научные задания третьекурсник Валера, – эта работа не знает перерывов, она надолго, навечно. Я спросил у Борисова, что ему нужно, чтобы создать новый отдел (люминесцентных методов). Он перечислял: нужны помещения – вроде бы уже найдены, нужны приборы – уже имеются. Он сказал: – Мне бы найти двух хороших, молодых физиков. Молодых. Хороших. Двух.

А.А. Аграновский. Незаменимые (1972 г.)

Не вызывает сомнения достаточно высокий уровень решения коммуникативных задач, которые стояли перед авторами этих трех текстов. Благодаря умелому и точному в профессиональном отношении изложению материала, удачному использованию композиционных и языковых средств данные публикации выполняют одно из условий коммуникативного акта – обмен осмысленными сообщениями. Литературно хорошо проработанные, ясно выстроенные и обладающие несомненными архитектурными достоинствами тексты легко воспринимаются читателем, доносят до него авторские мысли и чувства.

Кроме коммуникативной задачи, тем или иным образом решаются задачи социального характера – тематически значительные, поднимающие произведения на ступень широкого обобщения. Тексты написаны в разное время и разных жизненных ситуациях, посвящены проблемам разного масштаба. Если публикация Дорошевича касается культурно-просветительской стороны общественной жизни, пусть даже исключительной важности, она все же, как нам представляется, не достигает той напряженности, не отражает того уровня социального отчаяния, негодования и протеста, как это можно наблюдать в публикации Короленко. Речь идет, подчеркнем, совершенно не о степени публицистического мастерства, не о том, кому из авторов удалось более эффектно в литературном плане воплотить свой замысел, а о присутствии в тексте качественно различных социальных факторов, что может быть

свойственно тем или иным произведениям. У Короленко социальный фактор обозначен более жестко, за гранью публицистического повествования – изломанные судьбы «неблагонадежных» людей.

Вне всякого сомнения, отчетливо ориентирован в социальном плане и материал Аграновского. Но социальный фактор в нем относительно смягчен, не достигает такого накала и драматизма, какой присущ прежде всего произведению Короленко. Аграновский в этом случае осознанно выбирает тему не слишком громкого общественного звучания и, соответственно, использует спокойную, неброскую модель сюжетопостроения, хотя повествует, само собой разумеется, о социально важных сторонах жизни.

Как видим, в публицистических текстах, выполненных даже в пределах единого тематического направления, могут по-разному проявляться социальные факторы – феноменологически активно воздействующие компоненты. Они детерминируют в конечном счете качественный уровень осуществления социальной функции, обязательно присущей вообще любому журналистскому тексту.

Социальный аспект произведения выступает в сочетании с аспектом идеологическим. Вместе с тем это разные понятия, о чем свидетельствует и анализ приведенных выше примеров. Идеологический аспект, отражая познавательную-смысловую сторону текста, конкретно проявляется в его концепте – «языковом воплощении понятия»[13], своеобразном семантическом ядре. В рассматриваемых нами текстах концепт выражен различным образом: в произведении Дорошевича он сводится к исполненной искреннего сожаления, хотя и не лишенной гражданского пафоса и назидательности констатации неблагополучия с преподаванием русского языка. В произведении Короленко на первый план выходит идея острого противостояния произволу властей предрержащих, и вследствие этого данный текст становится особенно активно воздействующим элементом политического дискурса. У Аграновского концепт формулируется в подчеркнуто спокойном тоне и явно не окрашен избыточной экспрессией, не относится к категории рискованных, взрывных журналистских опытов – он сводится к проблеме развития университетской науки, утверждает необходимость преемственности.

Таким образом, можно говорить, что в процессе создания журналистского текста формируется его соответствующая концептуально-конкретная основа, которая отличается целостностью и завершенностью в идейно-познавательном отношении, причем формируется она с максимально возможным учетом влияния внешних факторов. Эта концептуальная основа существует в форме определенных – сходных или абсолютно различных – идеологам, материализованных в тексте благодаря знаковым комплексам. Вот почему В.Н. Волошинов мог по праву заметить: «Область идеологии совпадает с областью знаков. Между ними можно поставить знак равенства. Где знак – там и идеология. Всему идеологическому принадлежит знаковое значение»[14]. От характера концептуальной основы, уровня ее воздействия на сознание читателя напрямую зависит уровень социальной «заряженности» произведения, его возможность тем или иным образом влиять на общественные процессы.

## ДИАЛЕКТИКА ТЕКСТА И ДИАЛЕКТИКА ОТРАЖЕНИЯ МИРА

Любой текст, в том числе и журналистский, есть, образно говоря, живой организм. Согласно законам диалектики, он рождается, развивается в том или ином направлении, участвует в общественно-культурных процессах, а потом может либо в прямом смысле слова погибнуть, оказаться безвозвратно утраченным, либо, как чаще всего и происходит, потерять актуальность. Так, увы, до нас дошли далеко не все инкунабулы – первые печатные книги, те, которые были выпущены в XV в., и так погребено под толщей архивной пыли большинство публикаций СМИ. Случаются, правда, и чудесные превращения: текст, который считался архаичным, с годами почти мумифицировался, в силу тех или иных причин вдруг может быть востребован. СМИ иногда публикуют взятые из старых газет и журналов материалы. Они могут содержать информацию, в чем-то созвучную современному положению дел. Например, в наши дни «Огонек» перепечатывает из газет начала века рассуждения следующего характера: «Квартирный вопрос – самый важный для москвича. Возрождение квартир идет *crescendo*, успокоительные речи, что с появлением больших домов цена упадет, едва ли основательны. Настоящее время – время самой горячей стройки. Возводятся дома в 6–7 этажей с сотнями квартир, но никаких успокоительных результатов квартиронаиматели не видят».

Текст никогда не существует вне времени, однако и во временном плане он должен рассматриваться по меньшей мере в двух аспектах. Во-первых, с момента своего создания он занимает место на общей оси исторического времени, в общем временном пространстве, причем оценивать его надо с учетом реалий конкретного периода. Такое развитие явления, учитывающее трансформацию значений, актуализацию на определенном этапе то одних, то других качественных признаков, называют диахронией (от греч. *dia* – через, сквозь и *chronos* – время). Во-вторых, текст может восприниматься сиюминутно, с учетом лишь в данный момент проявляющихся качественных особенностей, как бы в своем мгновенном состоянии, а не в движении. Такое состояние и исследование текста как семиотической системы называют синхронией (от греч. *synchronos* – одновременный).

Любой письменный вербальный текст – как журналистский, так и литературно-художественный – никогда не бывает полностью самодовлеющим, замкнутым в пространстве исключительно собственной семантики, изолированным от иных развернутых знаковых комплексов, и не только вербальных, но также созданных на другой семиотической основе, в частности иконических. Осуществляется бесконечный сложно организованный диалектический процесс вовлечения одних текстовых образований в другие, и корни этого процесса обнаруживаются в глубокой древности, когда творческая фантазия народа рождала яркие образцы бесписьменных текстов. Органично присущее тексту свойство включать в себя сторонние элементы, а также наложение одних ассоциативно-семантических структур на другие с образованием новых дополнительных значений называется интертекстуальностью.

В рамках теории текста как филологической дисциплины данное понятие разработано достаточно глубоко, и, конечно, его удобно использовать для более полного анализа журналистских текстов. Но, безусловно, это надо делать с учетом их специфики. Ведь журналистские тексты по сравнению с литературно-художественными более многоаспектны, прежде всего в формальном отношении.

Интертекстуальность, будучи неотъемлемым качественным признаком любого связного и целостного знакового образования, отражается в понятии интертекста. «Это те элементы иного текста, которые присутствуют в смысловой структуре рассматриваемого текста как неотъемлемая ее часть. Интертекст – всегда сжатый парафраз текста-источника, возникающий не непосредственно из самого текста-источника, а опосредованно – через представление о тексте-источнике в культурном тезаурусе читателя»[15]. Не случайно здесь фигурирует понятие тезауруса (от греч. *thesauros* – сокровище, сокровищница), своеобразного словаря, аккумулирующего понятийный опыт и отражающего семантические отношения между его составляющими элементами. Именно благодаря тому, что в тезаурусе человека, воспринимающего сообщение, содержатся представления о других текстах, которые могут быть извлечены из долговременной памяти, и оказывается возможным явление интертекстуальности. Одно из самых конкретных ее проявлений – аллюзии (от лат. *allusio* – шутка, намек), стилистические фигуры, выражающиеся в том, что текст соотносится с известными историческими и литературными фактами, событиями, персонажами и проч. К примеру, достаточно привести слова «И ты, Брут», как сразу же на их основе окажется воссозданной сложная семантическая конструкция.

Принцип интертекстуальности реализуется сложно, процесс реконструирования прежних текстуальных образований протекает неоднозначно, возможно диалектическое отрицание «устаревших» понятий, что дает повод говорить, в частности, и о «негативной интертекстуальности». Художественное творчество и публицистика различаются в этом отношении, как и во многих других. «Функциональное отличие интертекста в поэтическом тексте от интертекста в журнальных статьях заключается в том, каким образом интертекст включается в смысловую структуру текста. В стихотворении интертекст способствует актуализации целого пласта смысла, расширяя структуру метафорических отношений в тексте; в журнальных статьях интертекст является экономичным способом выполнения прагматических установок высказывания за счет включения сознания читателя в порождение аргументации, подтверждающей истинность передаваемого смысла». Но в то же время, еще раз подчеркнем, общность многих черт художественных и журналистских текстов проявляется постоянно: даже самые логически строгие и рационалистичные публикации газетно-журнальной периодики не лишены обычно аллюзий и метафорических конструкций. Еще ярче это проявляется в художественно-публицистических жанрах. Общность могут обуславливать и «так называемые “лирические отступления”, например, описания пейзажа или погоды в... газетном репортаже, когда целью описания является не передача

фактической информации о местности или природных явлениях на момент создания текста, а изображение с их помощью чувств автора в те моменты»[16].

Понятно, что по отношению к тексту, на который они воздействуют, все интертекстуальные образования занимают определяющую позицию, – ведь они предшествуют его возникновению. Но чтобы особо подчеркнуть причинно-следственные связи, четко выделить хронологическое и логическое детерминирование интертекста, используют понятие претекста (от лат. *praе* – впереди, перед и *textus* – ткань, сплетение, соединение). Оно удобно для сугубо практического применения, так как позволяет установить истоки сторонних включений в текст, в том числе, конечно, и журналистский. Претексты очень активно вовлекаются в процесс создания материала. Автор обязательно накапливает опыт чужого вербального текстопостроения, осмысливает его, систематизирует, и, как подчеркивает И.П. Смирнов, восприятие «чужого литературного материала непременно включает в себя момент редукции претекстов до их простейших семантических составляющих». Эти составляющие не всегда легко узнаваемы в новом сочинении, но иногда случается так, что претексты встраиваются в него в качестве почти целостных конструкций. Подобная методика «была воплощена, в частности, в футуристических коллажах, которые предполагают беспризнаковость посттекста (то есть текста уже воспроизведенного, созданного с использованием претекстов. – авт.), смонтированного целиком и полностью из фрагментов претекстов»[17].

Некоторые журналистские тексты также полностью или почти полностью формируются на основе использования имеющихся претекстов – например скомпилированные материалы. Правда, возникает вопрос этической оправданности такого профессионального хода. Другое дело, если претексты вовлекаются в творческий процесс с целью усилить оригинальный авторский материал, сделать его более ярким, повысить интенсивность и глубину его воздействия на сознание читателя. Такие приемы возможны в любых журналистских жанрах. Именно об этом идет речь, когда утверждается, что «многие фельетонисты обращаются к приему травестирования (перелицовывания) классических сюжетов, вкладывая в готовую форму новое содержание»[18]. В сатирических материалах претексты вообще могут проявляться по-особому эффектно, оформляться красноречиво, и едва ли не обязательное требование, предъявляемое к ним, – это их узнаваемость.

Рассмотрим опубликованный в 1860 г. фельетон В.С. Курочкина «Критик, романтик и лирик», направленный против представителей эстетики, которая ему была чужда и явно претила. Литератор весьма едко высмеивает, в частности, некоего Ивана Ивановича – вымышленное лицо, приютившееся на страницах литературного еженедельника «Сын отечества»:

Иван Иванович – «вечный и последний романтик» и в то же время «человек жизни», понимающий под словом жизнь «не слепое веяние минуты, а великую, неистощающуюся, всегда единую тайну». Иван Иванович вообще «странный и оригинальный субъект, оригинальный, впрочем, как хаос, а не как стройное явление». Вследствие этой оригинальности Иван Иванович нравственность называет индравственностью, угрызения совести хандрою, живет в злоуханных номерах, где-то в Гончарной улице, потому что ему, вследствие все той же оригинальности, кажется, будто Гончарная ближе к Москве, чем Знаменская или Невский проспект; в этих номерах играет на гитаре и предается постоянным и неутомимым загулам, а в свободное от загулов время пишет стихи, но какие стихи!.. Иван Иванович, – замечает автор далее, – может с таким же правом сказать: «я люблю безобразия, господа!», как Тарас Скотинин говорил: «я люблю свиной, сестрица!».

Введенный Курочкиным в ткань повествования персонаж, а именно герой комедии Фонвизина «Недоросль» Тарас Скотинин, лицо легко узнаваемое и проявляется в качестве интертекста. Данный персонаж выступает в роли передаточного элемента: через него смысл претекста проникает в создаваемый автором материал. Действенность умелого использования претекстов может быть очень велика, поскольку они, привнося дополнительную семантику, позволяют автору не просто более рационально расходовать творческие ресурсы, но и стилистически разнообразить повествование, вводить в него тонкие добавочные нюансы. Претекст – это отнюдь не цитата. Важно то, что он, в свою очередь, также зависим от контекста нового материала, от его семантических и психоэстетических характеристик. Претекстуальные конструкции могут до некоторой степени субъективно интерпретироваться, окрашиваться в соответствии с волей автора нового материала (посттекста) в те или иные экспрессивные тона. Так, претекстуальный материал даже серьезного произведения, погруженный в фельетонную стихию, воспринимается, хотя бы отчасти, в ее свете. Рассмотрим фрагмент фельетона М. Кольцова «Устарелая жена»:

Гость из Военной академии горько огорчен. Хмуро его хмурое лицо. Сжаты крепко его крепкие челюсти. Покраснели его красные обветренные скулы. Он возмущен возмутительными поступками.

Он смотрит на меня. Но что я могу сделать?  
Что я могу сделать, – ведь это обычная история!

Что обычно, то не потрясает. История о том, как один Евгений Онегин не любил Татьяну Ларину, а потом полюбил, но было уже поздно, – она, взятая в отдельности, превращена гениальным поэтом в классический роман. А сотни тысяч жестоких бытовых драм, несчастных браков, загаженных жизней ложатся удобрением в века, выбрызгиваясь мелкими строчками в хронике происшествий об убийствах из ревности, о брошенных в колодцы младенцах, о криво обрезанных собственной рукой жизнях.

Пришелец из Военной академии разгорячен подлым поступком товарища.  
Подумаешь, удивил!

Здесь претекстом для газетного фельетона служит текст пушкинского произведения, причем он претерпевает определенное воздействие контекста: автор «Устаревшей жены» мастерски балансирует на грани почти манерного фельетонного ерничанья и отмеченного истинной глубиной показа человеческой драмы.

Диапазон вовлечения в текст и творческой интерпретации претекстов может быть исключительно широк и разнообразен: это не только их вживление в чувствительную ткань новых произведений, но и нередкое использование в заголовочных комплексах, иной раз без формального возвращения к ним в ходе повествования, даже без упоминания, поскольку, по замыслу автора, претекст должен относиться как бы ко всему повествованию целиком. Так, М. Зощенко иногда давал своим рассказам названия, руководствуясь данным методом. В «Страданиях молодого Вертера» речь вовсе не идет ни о каком Вертере и не содержится никаких аналогий или опосредованных ассоциативных связей с конкретным героем Гете. Это же самое мы наблюдаем в рассказе «Бедная Лиза», персонаж которого (тоже, правда, Лиза) не имеет ничего общего с романтически-трагической героиней знаменитого произведения Н.М. Карамзина. Претексты здесь, по сути, полностью спародированы, и это происходит вследствие интенсивного воздействия контекстов прозы Зощенко. Такой прием отнюдь не является редкостью для публицистики, где он позволяет придать образным структурам дополнительные выразительные оттенки.

В качестве претекста может быть взято любое семиотическое образование, наделенное соответствующей логикой и экспрессией. Это, например, иконический текст – либо динамичный, представленный в движении (театр, кино), либо статичный (живопись, ваяние, зодчество). Для одного из своих сатирических рассказов Зощенко выбирает название знаменитого фильма – «Огни большого города», и вербальный элемент, собственно название, служит лишь связующим звеном с иконическим текстом, в данном случае – с кинотекстом. А вот в путевых очерках «Письма из Испании» В.П. Боткина функцию претекста выполняют иные иконические комплексы – живописные полотна Б.Э. Мурильо: публицист, развивая свои непосредственные наблюдения, дает прямое и весьма подробное описание работ живописца, в которых присутствует «природа со всею своею плотию и кровью, и вместе провеянная какою-то невыразимую идеальностью». Вовлечение претекста во вновь создаваемое произведение – это своеобразное указание на связь нового текста с другим, отсыл к нему. А другой текст может быть представлен и зафиксирован при помощи любых существующих естественных или условных знаков.

Участие претекста в творческом процессе приковывает особо пристальное внимание исследователей, и предпринимаются, в частности, попытки его

классифицировать. Так, в претексте выделяют тематический аспект, степень и глубину включения в создаваемый материал, роль в связи со значением содержания. Представляется существенным следующий вывод: «Выясняя важность или, напротив, дополнительность претекста, в первую очередь необходимо учитывать три обстоятельства: во-первых, какой удельный вес он имеет в художественном сознании автора, во-вторых, его место в культурном хронотопе (то есть место во времени и пространстве. – авт.), к которому писатель принадлежит, в-третьих, степень поддержки, которая оказывается со стороны внутритекстовых способов смыслопорождения семантическому заряду, привносимому им в смысловой подтекст произведения»[19].

Речь здесь идет о художественно-литературном тексте, но даже без оговорок относительно близости ему произведений художественно-публицистических жанров СМИ стоит указать на принципиальное сходство основных методов построения всех вообще вербальных текстов, включая, разумеется, и журналистские. При существенном содержательном различии технологические приемы остаются идентичными, и едва ли не в каждом газетном или журнальном номере в материалах всех жанров можно обнаружить примеры привлечения претекстов и других интертекстуальных включений.

Любые варианты интертекста оказывают в той или иной мере воздействие на формирование подтекста – дополнительного семантического образования, возникающего в пределах текстового материала и в определенной степени скрытого в нем, всегда неявного, требующего домысливания. В одном произведении может быть один подтекст, а может быть и несколько. Это зависит от того, как осуществляется процесс текстопостроения, уместны ли подтексты вообще, способствуют ли они решению основной задачи, которая стоит перед автором. Конечно, подтексты могут возникать и случайно, вследствие профессиональной небрежности, помимо авторской воли, и это будет очень серьезной погрешностью – увы, сочинитель сказал то, что вроде бы и не собирался сказать. Однако настоящий мастер слова умело пользуется этим важнейшим средством текстопостроения, незаменимым прежде всего при создании художественно-публицистических произведений. Например, С.П. Залыгин в очерке «О Твардовском» точно формирует сложное подтекстовое пространство: в нем детали, казалось бы, прозаические, несущественные наполняются огромным дополнительным значением. Вот отрывок из этого очерка (автор приходит проститься с Твардовским, но в траурный зал никого не пускают, для Залыгина делают исключение):

Зал красный, стулья вдоль стен – красные, красный гроб на красном постаменте.

Вот она и кончилась, жизнь мальчика с хутора Загорье Починковского района Смоленской области. Часа четыре думалось мне рядом с мертвым Твардовским – лицо поэта, мыслителя, жителя XX века, гражданина СССР.

Прекрасное при всем том было лицо.



А о чем мне думалось – этого повторить нельзя. Есть такие моменты, которые мысленно и хотя бы приблизительно повторить нельзя, невозможно.

Хоронили Твардовского на Новодевичьем кладбище, могила его – поблизости от могилы Никиты Хрущева.

Здесь представлена сложно и многоступенчато сконструированная система подтекстов, будто вязь, вплетающаяся в ткань основного повествования. Мы домысливаем феноменологию предметов (красный – сильнейшее и символическое цветообозначение), домысливаем судьбу «поэта, мыслителя, жителя XX века, гражданина СССР» и, конечно, пытаемся осознать почти мистическое значение символического погребения «поблизости от могилы Никиты Хрущева».

В подтексте автору удастся о многом рассказать, используя ограниченный объем лексического материала. Умение профессионально распорядиться теми возможностями, которые имеются в подтекстуальных конструкциях, свидетельствует о высоком творческом потенциале литератора. Не случайно В.В. Овечкин с похвалой отозвался о сочинителе, которому в отношении сюжетопостроения и развития характеров персонажей многое «удалось сказать, не вынося из подтекста в прямой текст»[20].

Очень важным в творческом плане показателем можно считать многослойность текста, обусловленную существованием подтекста. Подтекстуальные структуры коренятся в самых жизнеобеспечивающих, базовых семантических уровнях произведения. Они, эти структуры, могут быть представлены в концентрированном варианте – воздействовать в каком-то одном месте повествования, порой внезапно, взрывным образом. Но это вовсе не будет означать, что воздействие подтекста скажется лишь на данном фрагменте, поскольку в силу своей яркости и эффектности оно может распространиться на все произведение. Другой вариант – относительно равномерное распределение подтекстуальных структур на протяжении всего повествования. Это может быть очень уместно при создании произведений высокого публицистического звучания – статей, очерков, обзоров. Что касается сатирических жанров, и в частности фельетона, то именно подтекст дает возможность живо и нестандартно организовать весь текстообразующий материал, тонко акцентировать внимание на его ведущих идеях. Нельзя не признать справедливым следующее суждение: «Постепенное, логически обоснованное и композиционно выдержанное развитие подтекста от “ситуации-основы” до публицистических выводов способствует глубокому пониманию фельетона»[21].

Владение законами текстообразования необходимо журналисту, прежде всего для успешной практической работы. Разумеется, автор произведения не стремится лишь на сугубо дискурсивной, то есть рассудочной, основе разрабатывать творческие ходы, просчитывать наиболее рациональные

варианты интертекстуальных включений, формировать пространство подтекста. Безусловно, большую роль играет также интуиция, поскольку творчество немислимо без смелого выхода за границы стереотипов, поворота «против течения» и в ряде случаев парадоксального отрицания жестких логических схем. Однако без понимания природы строго выверенного закона текстообразования творческий процесс будет развиваться хаотично, с высокой энтропией – рассогласованностью структурных элементов. Даже одаренный журналист, не знакомый с научными основами текстообразования, не сможет в полной мере использовать те возможности, которые таятся в текстовом материале, пройдет мимо интересных творческих ходов и, скорее всего, упрощенно и одномерно отразит события в своем произведении.

## СОЗДАНИЕ ТЕКСТА – ПРОЦЕСС ТВОРЧЕСКИЙ

Создание текста – акт всегда индивидуальный, глубоко личный и сокровенный. Автор (гораздо реже – авторы) остается один на один с материалом, обдумывает его, подвергает анализу, классифицирует и соответствующим образом излагает. Метод изложения, изначально заданный характер интерпретации материала играют большую типобразующую роль.

Автор может пойти совершенно различными путями. Он может предельно субъективировать формально-содержательные структуры произведения. В этом случае процесс смыслопорождения пойдет затрудненно, в семантическом отношении данная текстовая модель окажется имплицитной – не выраженной прямо, неявной. Текст становится самодовлеющим, уже в нем самом, в манере автора высказываться зияют зыбкие, нечеткие и капризные смыслы. Такой вариант текстообразования показывает, что «к тексту можно относиться как к уникальному, порожденному своеобразием личности автора произведению, которое представляет интерес само по себе. В этом случае не то, что “за” текстом, а именно он сам и есть “подлинная” реальность»[22]. Читателю бывает порой сложно понять такой текст и соответствующим образом его воспринять.

Но это отнюдь не означает, что каждый материал изначально квалифицируется как имплицитный, то есть в известной мере закрытый, лишь подразумеваемый, или, наоборот, как эксплицитный, то есть ясный, недвусмысленный[23]. Большое значение имеет готовность читательской аудитории воспринять предложенный ей текст.

Несмотря на всю сложность строгого разграничения двух означенных текстообразующих моделей – в самом деле, ряд текстов, которые когда-то казались крайне индивидуализированными, позже стали классическими – существует необходимость их хотя бы относительно правильного диагностирования и оценки. Надо понимать, произведен ли текст одной прихотью автора с целью выразить свои исключительно личные, малоинтересные для других чувства или, наоборот, произведен для фиксации материала, созвучного многим людям. Как подчеркивает Г.-Г. Гадамер, «нам придется различать: записку “для себя”, использование которой обеспечивается собственной памятью; письмо, которое благодаря точному адресу само обеспечивает условия для понимания; и, наконец, все виды печатной продукции, лишенные точного читательского адреса»[24].

Печатная продукция, и прежде всего, разумеется, газетно-журнальная периодика, обращена к широким читательским кругам, и поэтому при разработке ее текстовой модели следует использовать понятные и общеупотребительные стилеобразующие средства, избегать искусственно усложненных вариантов сюжетопостроения и фабульного хода. Незыблемое правило журналистики – добиться такого уровня четкости и конкретности материала, который был бы в состоянии обеспечить адекватную передачу сообщения, то есть без искажения идеи, без семантических и

психоэстетических деформаций, без потери даже самых незначительных оценочных нюансов. Конечно, создание журналистского текста – процесс творческий, большую роль играет авторское видение и понимание проблемы, его суждения и выводы, но безудержное стремление оригинальничать, субъективировать изложение фактов, экспериментировать с лексическим материалом будет явно не к месту. Различные текстовые модели «реализуются в соответствующих типах языка: общепринятом и индивидуальном, авторском. Первый – это язык повседневной коммуникации, средств массовой информации, публицистики; второй – язык оригинальных, только данному автору свойственных стилистических средств»[25].

Даже действуя в профессионально ограниченном текстовом пространстве, журналист имеет возможность создавать яркие, самобытные произведения. Но положительный результат будет достигнут только в том случае, если автор сполна и, главное, творчески использует имеющийся потенциал текстообразования, выберет верное направление в моделировании материала. Ведь уже на стадии первоначальной обработки эмпирических данных автор на дискурсивной или, наоборот, интуитивной основе пытается определить общие ориентиры изложения материала, подобрать подходящую видовую модель текстообразования.

Письменные тексты в издательской практике классифицируют по способам изложения и видам следующим образом: повествование, описание и рассуждение[26]. В повествовательном тексте рассказывается о каких-либо событиях и фактах последовательно, размеренно, с отражением происходящего во времени. Описательный же текст нацелен на воссоздание картины реальной жизни и, возможно, с особо тщательной прорисовкой отдельных фрагментов и эпизодов. А вот текст, в котором доминирует аспект рассуждения, содержит исследование предметов и явлений, обосновывает какие-либо положения с привлечением других, полностью или частично уже обоснованных положений и утверждений, то есть путем аргументации. Включение в ткань произведения положений и утверждений, истинность которых установлена прежде, считается доказательством, а именно частным проявлением аргументации. Применение рассуждения приемлемо, в первую очередь, для аналитических публикаций.

Диалектически с видовыми характеристиками письменных текстов связаны методы их построения. Само собой разумеется, тексты с различными жанровыми признаками и строиться будут различным образом.

Так, публикации из группы информационных жанров, как правило, создаются с предельно рациональным и экономичным расходом текстообразующего материала, минимальными интертекстуальными включениями, ровной и умеренной стилевой организацией. Здесь, прежде всего, ставится задача добиться наибольшей полноты осуществления коммуникативного акта.

Совсем иное дело – методы построения художественно-публицистических текстов. В этом случае могут вводиться и очень развернутые

интертекстуальные образования, часто формируются подтексты различного уровня сложности, сюжетосложение почти никогда не бывает прямолинейным и упрощенным. Скорее наоборот: с целью познания и отражения соответствующих сторон действительности автор стремится располагать сюжетообразующие элементы оригинально, порой даже причудливо, если это способствует более полному раскрытию идейно-тематического содержания произведения.

У методов построения аналитических текстов – иная специфика. Согласно концепции А.А. Тертычного, выделяются, во-первых, методы познавательно-ориентированного построения: фиксация какого-нибудь отдельного факта, описание взаимосвязанных явлений, фиксация всего познавательного акта и, наконец, описание «схемы» доказательного рассуждения. Во-вторых, выделяются методы коммуникативно-ориентированного построения текста: обусловленные представлением о соответствии текста ожиданиям аудитории, обусловленные представлением о способах и формах отражения действительности, ожидаемых аудиторией[27].

Схема действий автора выглядит следующим образом. Исходя из поставленной задачи написания именно журналистского текста, он выбирает перво-наперво соответствующий тип речевой деятельности. В данном случае единственно возможный вариант – язык повседневной коммуникации, без труда понимаемый читательской аудиторией. Затем, конечно с учетом жанрового фактора, стремится в общих чертах наметить видовую модель будущего текста, что во многом обуславливается характером собранного эмпирического материала. Наконец, автор подыскивает подходящие варианты построения текста, определяет конкретный метод его конструирования.

Практически на всех этапах текстотворчества журналист оперирует группами знаков, зафиксированных в тех или иных формах. Структурируя, он создает из них развернутые комплексы, которые обретают дополнительное значение. Мы наблюдаем удивительное и таинственное явление: знаки, как правило, хорошо знакомые и чуть ли не заурядные, вследствие интеграции, объединяясь под влиянием авторской воли, наполняются новым, порой очень самобытным и ярким содержанием, реализуют богатейший и уникальный информационный потенциал. Произведение является журналистским, если оно выполнено как текст, рассчитанный на активное использование в коммуникативной деятельности, и представляет собой систему в том значении, которое возникает при подходе к тексту как информационному продукту, воплощенному в знаках. Осуществляется диалектически сложный процесс построения взаимосвязанных содержательных и формальных структур на всех уровнях, начиная с элементарного и кончая высшим, когда произведение осознается как целостность. В журналистском материале отражается классическая триада, на которой зиждется принцип построения текстовой модели. Она предполагает, что все произведения духовного творчества состоят с действительностью в семантических отношениях – как «обозначающее с обозначаемым», включаются в прагматические отношения (использование произведения

потребителем), а также становятся носителями синтаксических отношений, существующих между произведением как единым целым и отдельными его элементами[28].

Внимание к механизмам текстообразования, действующим усложненно и в силу этого не всегда легко распознаваемым, вызвало активное введение в теорию текста понятий нарратива и, соответственно, нарратологии (от лат. *narrare* – рассказывать и гр. *logos* – слово; понятие, учение). Вообще-то у термина «нарратив» довольно древняя история: в античном ораторском искусстве он использовался для обозначения одной из частей речи, а именно изложения (*narratio*). Позже семантика данного термина значительно модифицировалась и в настоящее время обрела отчетливые текстосоотносительные черты. Интересна следующая попытка его определения: «Термин “нарратология”, первоначально связанный с исследованиями в рамках семиотики, сегодня является общеупотребительным, более точно очерчивая внутри общего понятия “повествовательность” ее структурированную часть: уровни повествования, связи автор – повествователь – герой – читатель, “точка зрения” и др.»[29]

В понятии нарратологии, таким образом, отражается многогранный процесс реализации текстообразующего потенциала, проявление подходов, характерных для воссоздания конкретного текста в условиях соответствующей системы взаимоотношений текстоопределяющих факторов. В этом понятии ключевое место отводится автору, который оказывается отнюдь не отстраненным создателем произведения. Он выступает как субъект организации и развития внутренних, глубинных сюжетобразующих линий, возрождается в повествователе и герое. Но затем автор как бы оживает и продолжается уже в читателе, дает ему импульс движения и творчества, через повествователя и героя доносит свои мысли и чувства. Кстати сказать, читатель, порой пусть и безотчетно, ощущает эту связь с автором, проявляет интерес к его личности. Таким образом, сфера существования любого опубликованного текста не ограничивается страницей книги, журнала или газеты, а находит продолжение во многих других реалиях жизни.

С одной стороны, автор вынужден действовать в пределах, обусловленных строгими законами построения определенной текстовой модели, а с другой стороны, он в любом случае старается ввести в действие весь арсенал средств текстообразования, которым располагает и который помог бы ему выразить состояние его внутреннего мира с необходимой полнотой. В действие включается такой важный фактор, как текстовая модальность, которая «отражает мироощущение автора и реализуется в субъективно-оценочной модальности... высказывания, дискурса и широкого контекста», «реализуется совокупностью логико-семантических, стилистических, структурно-синтаксических, словообразовательных и экстралингвистических средств, которые тесно взаимосвязаны»[30]. В жестком алгоритме текстопостроения автор ищет и пытается использовать даже самые мелкие бреши для введения в ткань материала элементов своего личного отношения, подчас и чрезмерно субъективного характера. Он добивается этого благодаря композиционным и

архитектоническим приемам, выбору нужной интонации при интерпретировании фактов.

Большую роль играет правильный отбор лексического материала, а для этого необходимо тонко чувствовать слово, распознавать его нескончаемые нюансы психоэстетического плана. Слово, ошибочно вовлеченное в процесс текстуализации, может ведь интонационно окрасить произведение неподобающим образом, создать впечатление фальшивости. В этой связи представляется очень ценным мнение А.Т. Твардовского, который заявлял, что «все эти “калейдоскопы”, “силуэты”, “рельефы”, “контрасты” и т.п... это слова, не имеющие ни цвета, ни запаха, ни вкуса, как их имеют, например, “снег”, “хлеб”, “соль”, “яблоко” и т.п.»[31] Разумеется, данное мнение отнюдь не означает, что слова первой группы вообще не стоит привлекать в качестве текстоформирующего материала. Все дело в том, что каждое слово должно стоять на своем месте, органично вписываться в контекст. К примеру, одно и то же слово может легко войти в повествовательную ткань корреспонденции или статьи и быть отторгнутым структурой очерка.

Понятие текстовой модальности отражает, помимо всего прочего, практические усилия автора, предпринятые для более полного самовыражения, его поиск оптимальных вариантов текстообразования среди всех возможных.

Модальность – это поле, в пределах которого автор делает то, что не противоречит установленным правилам, что можно делать, чтобы реализовать авторское волевое начало в его субъективном проявлении. И вот в границах действия фактора текстовой модальности автор во всех мыслимых аспектах экспериментирует, подбирает средства построения текста, моделирует. Ведь его естественное желание – создать интересное, самобытное, «свое» произведение, с глубокими нарративными характеристиками. Т. Готье свидетельствует о том, как работал с текстом О. де Бальзак: «ночь уходила на одну-единственную фразу; он хватал ее, перехватывал, выгибал, мям, расплющивал, вытягивал, укорачивал, переписывал на сто ладов, и – удивительное дело! – необходимую, бесспорную форму он находил, только исчерпав все приблизительные»[32].

Работа непосредственно над текстом – главная составляющая часть всего творческого процесса, и каждый автор идет исключительно своей стезей. У него, правда, может быть сходство с коллегами в методе сбора материала, в приемах организации труда, в тематических, эстетических и социально-политических предпочтениях, но никогда не происходит детального совпадения содержательно-формальных аспектов двух различных текстов. Тема никогда не может быть реализована одинаково. В этой связи интересно наблюдать за тем, как авторы ряда периодических изданий освещают одно и то же событие: даже в близких по статусу газетах репортажные, например, тексты будут сильно, а иногда просто в корне различаться.

Мы же сравним несколько классических текстов, касающихся романа И.С. Тургенева «Дворянское гнездо». Эти критические статьи с ярко выраженными

публицистическими признаками были написаны сразу после выхода в свет тургеневского произведения и опубликованы в журналах того времени. Имеются в виду статьи Д.И. Писарева, А.А. Григорьева и Н.А. Добролюбова[33]. Прежде отметим, что все данные материалы имеют немало общего. Их объединяет то, что для середины XIX в. они были исключительно актуальны, ориентированы на широкую аудиторию, а именно читателей журнальной периодики, и поэтому в текстопостроении здесь использована, безусловно, эксплицитная модель: произведения не отличаются чрезмерной усложненностью, их содержательно-формальный аспект выражен отчетливо, прозрачен, легко просматривается и воспринимается. Эти тексты ясны и открыты, что, конечно, не препятствует формированию подтекста. По видовым характеристикам, вне всякого сомнения, это тексты-рассуждения с высоким уровнем аналитичности. Схема структурирования материала полностью замкнута на ведущем претексте – тургеневском романе, что обуславливается, впрочем, уже самой жанровой природой литературно-критических публикаций. Они, кроме того, содержат в значительном объеме различные интертекстуальные включения и являют собой образец глубокой нарративной организации всего текстового пространства: авторы как личности-субъекты погружены в повествование, формируют и активно артикулируют свое мнение на всех уровнях текстообразования, совмещаясь с образом повествователя, проникают в самые сокровенные области существования главных и второстепенных героев и при этом непосредственно вовлекают в повествовательный процесс читателя – в частности, через доверительный тон прямых монологических обращений вызывают в нем чувство сотворчества.

Но в то же время статьи принципиально различны. Источником различий служит то, что публицисты в полной мере пользуются свободой текстопостроения в пределах избранной текстовой модальности, позволяющей выразить авторское миропонимание.

Писаревский текст ориентирован в первую очередь на отражение канвы рассматриваемого произведения в нравственно-воспитательном плане, чем продиктован и выбор соответствующих содержательно-формальных средств. Автор не обходится без назидательных и риторических элементов изложения, не преминул, в частности, указать «родителям и воспитателям на те препятствия, которые могут встретиться при чтении “Дворянского гнезда”», но, тем не менее, на его взгляд, «необходимо познакомить девиц с этим во всех отношениях замечательным произведением». Налет дидактичности, впрочем, – это скорее всего дань типологическому профилю журнала «для взрослых девиц», для которого предназначалась статья. Очень быстро Писарев переходит к серьезному анализу романа и делает аргументированные и социально важные выводы о роли и месте женщины в обществе.

Иное дело – подход к построению текста у Григорьева. Его интересует в основном поэтика Тургенева-романиста: каких художественно-эстетических принципов тот придерживается, как создает живые, с неподдельными чувствами образы персонажей, как в его творчестве воплощаются высокие



идеалы искусства. Освещению этой грани тургеневского творчества подчинены все используемые Григорьевым выразительные текстообразующие средства – гармонично организованные, воздействующие без лишней категоричности, и в этом отражается, несомненно, его позиция как публициста, его мироощущение.

А вот Добролюбов в условиях, по сути, той же самой текстовой модальности весь комплекс средств и приемов, включая расположенный в несколько уровней развернутый подтекст, подчиняет обоснованию одной идеи – призыву прихода «настоящего дня». Варианты «эстетической критики» сразу же сурово отменяются, поскольку она «сделалась теперь принадлежностью чувствительных барышень». Автор усиливает давление, используя характерную лексику: «борьба», «свобода», «доблесть», «гражданский герой», «угнетенные», «произвол», «пропаганда» и др. Организация текстового пространства, расположение всех сюжетоформирующих линий произведения, создание сложной и довольно мастерской архитектоники нацелено на решение одной откровенно декларированной задачи – вытеснить «дворян разночинцами в русском освободительном движении». Своими разоблачениями «лишних людей» Добролюбов сознательно содействовал этому[34]. Именно сознательно, строя субъективную модель текстообразования.

Даже краткий анализ этих известных классических текстов позволяет сделать вывод о том, насколько сложен и потенциально многообразен процесс создания публицистического, да и вообще журналистского произведения. Понимание законов текстопостроения, принципов взаимодействия различных структур единого текстуального пространства может расширить творческое видение автора, дать ключ к решению конкретной практической задачи.

- [1] Линник Ю. Икона Софии. Петрозаводск, 1991. С. 13, 2.
- [2] Подробнее см.: Библер В.С. Диалог. Сознание. Культура (идея культуры в работах М.М. Бахтина)//Одиссей. Человек в истории. 1989/Отв. ред А.Я. Гуревич. М., 1989. С. 31.
- [3] Лотман Ю.М. Текст в тексте//Текст в тексте. Труды по знаковым системам XIV. Вып. 567. Тарту, 1981. С. 5.
- [4] Лотман Ю.М., Минц З.Г. Литература и мифология//Семиотика культуры. Труды по знаковым системам XIII. Вып. 546. Тарту, 1981. С. 42. – Если в указанной работе вопрос ставится именно о семиотике периодического издания, то о семиотике других феноменов (например театра, кино, поведения) см. подробнее: Почепцов Г.Г. История русской семиотики до и после 1917 года: Учеб.-справ, изд. М., 1998. С. 50, 93, 300.
- [5] Банин А.А. Слово и напев. Проблемы аналитической текстологии//Фольклор. Образ и поэтическое слово в контексте/Отв. ред. В.М. Гацак М 1984., С. 175.
- [6] Коршунов А.М., Мантатов В.В. Диалектика социального познания М., 1988. С. 284–286.
- [7] Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб., 1998. С. 386, 407–409.
- [8] Rager, G. Qualitat in der Zeitung. Ergebnisse erster Untersuchungen//Redaktion 1994. Almanach far Journalisten/Red. M. Begemann, B.L. Flöper Bonn, 1993. S. 165–170.
- [9] Сидоров В.А. Социальный факт и его значение в журналистике//Журналистика и социология '97. Журналист: личность, должность и долг/Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 1998. С. 139–140.
- [10] Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации: Учеб. пособие. СПб., 1996. С. 172.
- [11] Турунен Н. Русский учебный текст как разновидность дидактического дискурса. Опыт лингводидактического исследования в аспекте межкультурной коммуникации. Jyväskylä, 1997. С. 47. Подробно о дискурсе и его социальном аспекте также см.: Конецкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. М., 1997. С 74, 106, 111, 226–227, 295.
- [12] Об этом подробнее см.: Волков А.А. Стиль массовой коммуникации и общественно-языковая практика//Язык и массовая коммуникация, социолингвистическое исследование/Отв. ред. Э.Г. Туманян. М., 1984. С. 37–38.
- [13] Термин «концепт» справедливо предлагается использовать как «такое содержание слова, которое возникает при употреблении слова в конкретных условиях: в определенной обстановке общения, в ситуативном или речевом контексте, в речи» (Аникина А.Б. Слово в культуре//Журналистика в 1994 году: Тезисы научно-практич. конф. Ч. IV/Отв. за вып. М.В. Шкондин. М., 1995. С. 3–4).
- [14] Волошинов В.Н. Философия и социология гуманитарных наук. СПб., 1995. С. 222.
- [15] Толочин И.В. Метафора и интертекст в англоязычной поэзии: лингвостилистический аспект. СПб., 1996. С. 61.
- [16] Там же. С. 62, 15.

- [17] Смирнов И.П. Порождение интертекста (Элементы интертекстуального анализа с примерами из творчества Б.Л. Пастернака). 2-е изд. СПб., 1995. С. 45, 96.
- [18] Черепухов М.С. Сатирические жанры//Жанры советской газеты: Учеб пособие/Общ. подгот. текста осуществлена М.С. Черепуховым. М., 1972. С. 382. Опыт травестирования издавна проявляется во многих литературных жанрах, напр., в бурлеске (см. подробнее: Квятковский А.П. Поэтический словарь. М., 1966. С. 66–67).
- [19] Бухаркин П.Е. Об одной евангельской параллели к «Шинели» Н.В. Гоголя (к проблеме внетекстовых факторов смыслообразования в повествовательной прозе)//Концепция и смысл: Сб. статей/Под ред. А.Б. Муратова, П.Е. Бухаркина. СПб., 1996. С. 206, 198, 210–211. Что касается употребления термина «хронотоп», то отметим здесь приоритет М.М. Бахтина. Именно он предложил «существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений... называть хронотопом (что значит в дословном переводе – «времяпространство»)» (Бахтин М. Время и пространство в романе//Вопросы литературы. 1974. №3. С. 133).
- [20] Овечкин В.В. Статьи, дневники, письма. М., 1972. С. 161.
- [21] Кайда Л.Г. Роль заголовка в организации подтекста в фельетоне//Проблемы журналистики. Вып. 8. Мастерство журналиста/Отв. ред. И.П. Лысакова, В.С. Терехова. Л., 1976. С. 87, 88.
- [22] Кармин А.С. Основы культурологии: морфология культуры. СПб., 1997. С. 122–123.
- [23] О понятиях, обозначенных данными терминами, подробнее см.: Бабкин А.М., Шендецов В.В. Словарь иноязычных выражений и слов, употребляющихся в русском языке без перевода. 2-е изд., испр.: В 3 т. Т. 2. СПб., 1994. С. 495, 638–639. К слову сказать, термины *implicite* и *explicite* используют в русских как научных, так и публицистических текстах издавна. См., напр.: Герцен А.И. Соч.: В 9 т. Т. 2. М., 1955. С. 125; Щедрин Н. (Салтыков М.Е.). Собр. соч.: В 12 т. Т. 10. М., 1951. С. 135.
- [24] Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. М., 1991. С. 133.
- [25] Черницкая Л.А. Поэтика романов Натали Саррот. СПб., 1993. С. 11. В качестве примера индивидуальной модели автор приводит произведение «Тропизмы» Н. Саррот, в котором «мы имеем индивидуальный язык в чистом виде, что затрудняет понимание этого произведения, так как для читателя, незнакомого с эстетикой и структурой «новой» литературы, оно выглядит как набор бессмысленных фраз» (С. 33–34).
- [26] См. подробнее: Накорякова К.М. Литературное редактирование материалов массовой информации: Учеб. пособие. М., 1994. С. 75–76. Некоторые авторы предлагают также рассматривать как вид текста определение (см., напр.: Терехова В.С. Литературное редактирование: Учеб. пособие. Л., 1975. С. 45).
- [27] Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998. С. 178–199. В этой связи также см.: Мисонжников Б.Я. Журналистский текст как средство коммуникации//Социальное функционирование журналистики/Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 1994. С. 82–97.

[28] Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества: Метод, указания. М., 1988. С. 12, 10. Об отношениях знаков – текстовых элементов также см.: Ивлев Ю.В. Логика: Учебник. М., 1992. С. 16; Мисонжников Б.Я. Функция знака в массовом коммуникативном процессе//Основы информационной культуры: Учеб. пособие/Отв. ред. С.В. Смирнов. СПб., 1998. С. 24.

[29] Светлакова О.А. «Дон Кихот» Сервантеса: Проблемы поэтики. СПб., 1996. С. 68. Для любого текста характерен последовательный процесс нарративизации, и поэтому справедливо суждение о том, что «наррация не останавливаема» (Малинов А.В. Образ смерти в русской сказке//Вече: Альманах рус. философии и культуры/Отв. ред. А.Ф. Замалева. СПб., 1995. С. 178).

[30] Усачева Н.И. К проблеме модальности публицистического текста (На материале немецкого и русского языков)//Анализ статей зарубежной художественной и научной литературы: Межвуз. сб. Вып.7. /Отв. ред. Ю.Д. Левин. СПб., 1996. С. 24, 26.

[31] Твардовский А.Т. Письма о литературе. 1930 – 1970. М., 1985. С. 330.

[32] Готье Т. Из книги «Оноре де Бальзак»/Сост. И.Д. Лилеева. М., 1986. С. 116–117.

[33] Статья Д.И. Писарева «Дворянское гнездо». Роман И.С. Тургенева» была опубликована в 1859 г. в №11 «журнала наук, искусств и литературы для взрослых девиц» «Рассвет» (Писарев Д.И. Соч.: В 4 т. Т. 1. Статьи и рецензии. 1859–1862. М., 1955. С. 18–33); статья А.А. Григорьева «И.С. Тургенев и его деятельность. (По поводу романа «Дворянское гнездо»)» опубликована в 1859 г. в №4, 5, 6, 8 журнала «Русское слово» (Собр. соч. Аполлона Григорьева. Вып. 10. М., 1915); статья Н.А. Добролюбова «Когда же придет настоящий день?» – в 1860 г. в №3 журнала «Современник» (см.: Соч. Н.А. Добролюбова. Т. 3. 7-е изд. СПб., б. г. С. 216–252).

[34] Бялый Г.А. Добролюбов о Тургеневе//Уч. записки Ленингр. гос. ун-та. №158. Сер. филол. наук. Вып. 17. Русские революционные демократы/Отв. ред. И.Г. Ямпольский. Л., 1952. С. 171.

## ГЛАВА 5

### Кройчик Л.Е. СИСТЕМА ЖУРНАЛИСТСКИХ ЖАНРОВ

Жанр или текст?

Оперативно-новостные тексты

Оперативно-исследовательские тексты

Исследовательско-новостные тексты

Исследовательские тексты

Исследовательско-образные тексты

Поэтика публицистического текста резко изменилась в 90-е годы XX в. Эти изменения сказались на системе журналистских жанров и на их использовании в редакционной практике.

Жанры советской прессы были поделены на три большие группы: информационные – заметка, интервью, репортаж, отчет; аналитические – статья, корреспонденция, письмо, обзор печати, обозрение, рецензия; художественно-публицистические – очерк, фельетон, памфлет. Внутри этой схемы – своя иерархия: передовая статья – «флаг номера», без нее газета не выходила, фельетон – «король жанров», корреспонденция – «кусочек жизни» и т.д. У каждого жанра – свое место на газетной полосе, своя регулярность появления: очерк – в подвале второй-третьей полос, к празднику, международное обозрение – еженедельно, экономическое – раз в месяц, обзор печати – ежемесячно, рецензия – один-два раза в месяц на последней полосе. Политическая информация на первой полосе, экономическая – на второй, международная – на третьей, культурно-спортивная на – четвертой. С легкой руки В.И. Ленина это именовалось «концертом политической газеты»[1]. Каждый жанр «вел» свою партию, выступая в соответствии с регламентом строго выверенной идеологической партитуры.

Все отрепетировано. Никакой отсебятины. Неудивительно, что в сороковые годы слово «репортер» считалось в советской журналистике бранным. Журнал «Советская печать» в пятидесятые вел по этому поводу дискуссию: нужен ли нам репортер? не отдаст ли его работа буржуазной журналистикой? Ведь он вносит в свое выступление нездоровый дух сенсационности и предполагает индивидуальный взгляд на описываемое событие. Слово «сенсация» тоже считалось бранным. Чаще всего оно употреблялось в словосочетании «буржуазная сенсационность». Брезгливо (и брюзгливо) цитировали слова американского пресс-магната Херста о том, что если собака укусила человека –

это не сенсация, а если же человек покусал собаку, то это было сенсацией. Укушенная собака становилась жупелом – пугалом советских газетчиков.

Постсоветская российская журналистика существенно отличается от своей предшественницы. Во-первых, на смену директивной, одноцветно идеологизированной прессе пришла публицистика более раскованная по мысли и стилю. Сравним:

Наша печать должна всесторонне и глубоко раскрывать опыт партийных организаций по руководству хозяйством, смело вскрывать недостатки, помогать партийным организациям быстрее устранять эти недостатки.

(Коммуна [Воронеж]. 1965. 19 окт.)

Если бы налогообложение было простым делом, то не учили бы налоговых инспекторов в США девять лет. Не потому ли у нас налоги не умеют собирать, что плохо учены? Я занимаюсь расчетами причитающихся бюджету платежей более 22 лет... Убеждена, что облагать налогом надо не прибыль, а доход.

(Новые Известия. 1999. 20 апр.)

Примеры взяты без долгого специального поиска, но они характерны. В первом случае газета мало заботится о реакции аудитории. Да и написано это не для широкой публики – для обкома партии. Передовые статьи в те времена не читали – их просматривали заинтересованные лица: кого хвалят, кого ругают? Текст не соответствовал реальности: «опыт партийных организаций по руководству хозяйством» был хорошо известен гражданам, стоящим в очередях за товарами первой необходимости, но кого это волновало? Господствующий стиль публицистики советского периода – «долженствование». Словесное клише («всемерно и глубоко раскрывать», «смело вскрывать недостатки») ничего не значило. Второй текст – размышления специалиста-экономиста. Здесь есть ссылка на собственный опыт, обращение к опыту зарубежному, приглашение читателя к размышлению, конкретное предложение. Справедливости ради отметим, что публицистика рубежа XX–XXI вв. обязана своей родословной талантливым предшественникам – Анатолию Аграновскому, Василию Пескову, Эльраду Пархомовскому, Ярославу Голованову, Владимиру Орлову, Евгению Богату, Геннадию Бочарову, Ольге Чайковской...

Во-вторых, современная публицистика все отчетливее персонифицируется. Автор перестает быть обезличенным ретранслятором передаваемой информации – он все явственнее становится ее интерпретатором. Точка зрения конкретного лица интересна сегодня сама по себе. Это, кстати, российская традиция, идущая от дореволюционной поры, – прислушиваться к голосу Каткова, Суворина, Дорошевича, Амфитеатрова, Короленко, Леонида Андреева. Интервью, беседы, колонки, комментарии, письма в редакцию свидетельствуют об активной роли субъекта высказывания на газетной полосе.

Газетные рубрики («Факт и комментарий», «Телнеделя» Ирины Петровской в «Известиях»), радио- и телепрограммы («Мы», «Тема», «Абазур», «Человек в маске») стремятся закрепить за человеком право на высказывание.

Выступления СМИ все демонстративнее носят личностный характер («Известия» подчеркивают это обстоятельство оформительскими приемами – фотографией автора рядом с текстом).

Персонализация текста вызвана к жизни не только общим процессом демократизации постсоветского общества, но и тем, что в условиях существующего ныне рынка информации товаром становится не просто новость, а новость, «упакованная» в публицистический текст.

Публицистический текст, как известно, напоминает двугорбого верблюда: первый горб – факт, второй – отношение автора к факту. Спрос на личностную журналистику в условиях растущей конкуренции СМИ создал прецедент выбора. Публицист откликается на этот спрос предложением собственного имени. Имя (в широком смысле этого слова) становится знаком издания или канала, представляющих это имя: Леонид Парфенов на НТВ, Юрий Щекочихин в «Новой газете», Александр Васинский в «Известиях»... Имя способствует возникновению диалога с аудиторией.

Третья особенность современной российской прессы – она работает в режиме диалога с аудиторией. Прямая линия в «Комсомольской правде», рубрика «Мнение» в «Известиях», «Письма про то, как мы живем» в «Новых Известиях», беседы со слушателями в живом эфире на «Русском радио» – примерам несть числа. Диалогичность рождает многоголосие, возникает эффект субъективности; полифонизм звучащих голосов, предлагающих различные точки зрения, побуждает аудиторию к самостоятельному определению собственной позиции. Учитывая это, настраиваясь на волну ожиданий аудитории, пресса одновременно ориентируется и на более занимательную, более остроумную форму подачи материала. Диалог с аудиторией предполагает ее отклик на предложенный текст, интерес к нему. Интерес возможен тогда, когда публицист не просто предлагает факты, заслуживающие, с его точки зрения, внимания, но и сообщает о них в яркой, воздействующей на эмоции аудитории форме.

Даже в пределах возрастных или профессиональных интересов аудитория дифференцирована. Газета не может не учитывать это обстоятельство, она пытается искать разные интонации в диалоге с предполагаемыми потребителями информации. В Москве совершено нападение на одного из активистов еврейского культурного центра, и материал А. Гамова в «Комсомольской правде» посвящается растущему в обществе антисемитизму. Как привлечь внимание к проблеме, серьезно осложняющей межнациональные отношения в стране? Как побудить молодого читателя прочесть статью, поднимающую общенравственные вопросы? Гамов выбирает путь метафор, способствующих эмоциональному восприятию текста: «В этот вторник случилось то, что рано или поздно должно было случиться. “Состав преступления”, который никто не заметил, тронулся с места и набирает ход. Он

вооружен и очень опасен. И сегодня, чтобы остановить его, недостаточно только поймать и обезвредить стрелочника-недоростка, пролившего кровь невинного человека». Здесь и игра словами («состав преступления» – «состав тронулся»), и киноассоциации (ссылка на фильмы «Вооружен и очень опасен» и «Найти и обезвредить»), и переосмысление известного фразеологизма («найти стрелочника», то есть крайнего – «поймать стрелочника»), и использование неологизма («недоросток» вместо «переросток»). Апелляция к интеллекту – одна из действительно-активных форм диалога с аудиторией.

Но возможны варианты. В том же номере «Комсомольской правды» в интервью с самым знаменитым официантом Москвы Б. Кавериним, журналист, представляя собеседника, пишет: «Люди в белых жилетах. Молчаливые, важные, на лице написано, что знают все про всех, но фиг скажут». Перелицовка известного клише «люди в белых халатах», разговорное «фиг скажут» – приметы постмодернизма в публицистике: эпатирующее, раздражающее снижение уровня диалога. Предполагается, что публике интересен не человек, действительно много повидавший на своем веку, – интересны рассказываемые им незамысловатые байки о знаменитых посетителях ресторана Центрального дома актера. «Да ты знаешь, какие в нее Лагутенко “бабки” впилил? И брат старший, Рамиль, – теперь ее продюсер, без него мамаша Земфирина тебе про дочку даже не чихнет...» – безымянные персонажи еще одной публикации говорят языком молодежной улицы. В нем мирно уживаются «продюсер» и «впилил», «бабки» и «мамаша Земфирина», «даже не чихнет» и «обстановка в семье». «Я пишу фразой, доступной бедным», – заметил однажды М. Зощенко. Редакция, понимая, что текст – это товар, стремится учитывать все способы повышения интереса аудитории, в том числе и чисто стилистические.

Четвертая особенность современной публицистики – возросшая роль приема в обработке материала. Текст все очевиднее приобретает черты литературности: меняется его стилистика, слово становится более экспрессивным, более эмоциональным и остроумным. Персонификация повествования привела к более широкой, чем раньше, игре в «чужое слово» (М.М. Бахтин), свойственной художественной речи, к заметному расширению повествовательных интонаций (ироническое письмо, «стеб», «новояз», жаргон), к усложнению композиционно-стилистической структуры материалов. Текст как точка зрения индивидуума, как слово, принадлежащее определенному субъекту высказывания, становится в речевом своем содержании более выразительным. Это замечание относится ко всем без исключения жанрам.

Несмотря на повышенную производственную занятость, связанную с войной в Югославии, федеральный министр иностранных дел Германии Йошка Фишер в прошедшую субботу все же женился в четвертый раз. 51-летний вице-канцлер и неформальный лидер партии «Союз 90»/«зеленые» заключил во Франкфурте-на-Майне брачный союз с 29-летней журналисткой Николой Леске.

(Из заметки)



Происходит этот процесс не демонстративно, а как бы само собой так получается. Но Конституция на российскую уже не совсем похожа, законы по-особому работают, и даже границы области, как ворота при сильном ветре, то захлопнутся, то откроются. Гости из соседних губерний, если не наездом – на день, а подольше задержатся, спрашивают: где мы?

(Из корреспонденции)

Внедрение в питерскую жизнь «ипотеки по-русски» сопровождается барабанным боем. Председатель наблюдательного совета Федерального агентства по ипотечному жилищному кредитованию называет Петербург «колыбелью российской ипотеки», вице-губернатор города, председатель комитета по строительству – «полигоном для отработки федеральной программы ипотечного кредитования». Спорить не о чем. Разве что колыбелька дороговата да полигон – крайне опасен для жизни.

(Из статьи)

Такова общая тенденция: остроумие опирается на поиск неожиданных решений обсуждаемых проблем, на оригинальную трактовку фактов, на введение аудитории в относительно легко декодируемую и разнообразную систему образов. Подчеркнем – поиск остроумного решения творческой задачи способствует расширению жанровых границ материала. В сущности, все названные выше особенности современной российской публицистики имеют в своей основе важнейший процесс, происходящий в прессе, – ее эссеизацию. В одном из своих выступлений Григорий Померанц назвал Новое время эпохой фельетонизма[2]. Рубеж XX–XXI вв. входит в историю как эпоха эссеизации публицистики: от персонификации повествования до перевода субъекта высказывания в действующее лицо исторического процесса – только один шаг. И этот шаг уже сделан. Мир и субъект, этот мир воспринимающий, в равной степени становятся предметом исследования. Публицист сегодня ощущает себя не сторонним наблюдателем описываемых процессов, а равноправным их участником. Автор предлагает аудитории текст, который перестает быть равновеликим жанру.

## ЖАНР ИЛИ ТЕКСТ?

В современной российской журналистике понятие «жанр» заметно потеснено понятием «текст». И тому есть объяснение.

Во-первых, вместе со старой системой организации СМИ (жесткая вертикаль сверху донизу – от союзных до стенных газет) рухнула и прежняя классификация жанров. Процесс размывания жанровых границ был отмечен еще в середине 1970-х В.В. Ученовой[3]. Исследовательница отмечала, что диффузия жанров способствует их взаимообогащению, что она является объективным результатом усложняющихся отношений человека с окружающим миром, поскольку отражает изменения, происходящие в сознании творца, что взаимопроникновение элементов одних жанров в другие способствуют внутренним преобразованиям, происходящим в публицистических текстах. Процесс «пересмотра» жанровых границ привел к тому, что некоторые жанры – отчет, интервью, корреспонденция, репортаж – перестали жестко атрибутироваться только как информационные или аналитические[4]. Одновременно произошла переоценка жанровых ценностей: одни жанры практически ушли с газетной полосы (очерк, фельетон, передовая статья, обзор печати), другие, напротив, усилили свое присутствие (интервью, комментарий, эссе). Приметой газетной полосы стали пиарменовские и рекламные тексты. Наконец, некоторые теоретики и практики СМИ стали выделять новые жанры: журналистское расследование, исповедь, версию, беседу, пресс-релиз.

Во-вторых, глобальное расширение коммуникационного пространства в связи с развитием новых информационных технологий (сети Интернет в частности) создало естественные предпосылки для унификации жанров. Российская журналистика, сохраняя верность традициям, впитывает в себя все наиболее продуктивное из журналистики западноевропейской и американской. Вобрав в себя черты комментария, эссе, фельетона, закрепилась на газетной полосе колонка (как вариант – персональная рубрика на радио и ТВ). Интервью захватило смысловые пространства очерка, перестав быть только новостью из первых уст и явив несомненный интерес к личности собеседника.

В-третьих, изменения, начавшиеся в России в 1990-е гг., коренным образом изменили характер СМИ. Конституционно закрепленные свобода слова, гласность и отмена цензуры привели к тому, что в постсоветском обществе принципиально изменились отношения внутри коммуникационной системы «действительность – автор – произведение – аудитория». Система эта замкнута, динамична и постоянно возобновляема. Рассмотрим природу взаимодействия звеньев данной коммуникационной цепи.

Ключевые понятия, объединяемые категорией «действительность», – факт, явление, характер – как бы раздвинули свои содержательные границы. С отменой цензуры исчезли запрещенные факты, расширилось информационное поле, увеличились возможности доступа к необходимой для расследования информации. Публицист-исследователь стал выступать и как прогност. Анализ

скрытых тенденций открыл путь к предвидению будущего социальных процессов и ситуаций. На смену плановому прожектерству («нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме») пришла прагматическая прогностическая публицистика. Изменился и герой репортажей, очерков, зарисовок. Им стал человек повседневного дела, а не только человек подвига. За рубриками «Частная жизнь», «Светская хроника», «Вне политики», «Без ретуши» и другими стоит естественное стремление увидеть то известного политика, то бизнесмена, то «звезду», то «человека с улицы» в быту, дома, в неожиданных ситуациях. Окружающий мир динамичен, и задача журналиста показать эту динамику сквозь ткань переживаний избранного им героя.

Претерпело изменения и второе звено коммуникационной цепочки – автор. В ответ на предоставленную ему бóльшую свободу действий публицист охотно предлагает свою точку зрения на событие. Отсюда – повышение статуса комментария, который из разновидности статьи превратился в самостоятельный жанр. Отсюда же появление в качестве полноправного жанра – колонки, то есть рубрики, персонально закрепленной за конкретным журналистом.

Было бы ошибкой не видеть ангажированности публициста в современном российском обществе. На смену административно-партийному давлению пришло давление экономическое. Некоторым противовесом ему можно считать интересы аудитории. Тиражная зависимость во многом предопределяет и тематическую адресность текста, и характер подачи материала. Аудитория из нетребовательного потребителя предлагаемой ей информации становится придирчивым покупателем товара. Некогда широко афишировавшаяся обратная связь СМИ и аудитории измерялась количеством получаемых писем, как правило – сигналов о бытовых неурядицах, с которыми сталкивались читатели. Газеты были коллективным организатором текущего ремонта, коллективным сантехником и водопроводчиком, дворником и электромонтером. Современная аудитория активно воздействует на СМИ рейтингом публикуемых материалов. Успешно разговаривать с ней можно только на темы, ее интересующие.

Социологические исследования показывают, что жанровые ожидания аудитории менее значительны, чем тематические. Мольеровский Журден признавался, что сорок лет говорит прозой, даже не подозревая об этом. Современный читатель оперирует понятиями «материал», «текст», «заметка», «статья», не вкладывая в них какой-то жанровый смысл.

Так текст или жанр господствует в современных СМИ? Уточним эти понятия. Главная особенность художественного текста (и публицистического тоже) состоит в том, что он развернут во времени и пространстве, так как в нем имеются ретроспективные отношения – ретроспективная память и перспективные отношения – предсказуемость[5]. Иными словами, он прочно взаимодействует с внетекстовыми факторами – контекстом и подтекстом. Под

контекстом понимаются система социальных отношений, породившая данный текст, историческое время, в котором существует СМИ, связь текста с этносом, на который он рассчитан, с личностью автора – его биографией, индивидуальной творческой манерой, особенностями его психологии, мировоззрения и мировосприятия. Подтекст – это та социально-нравственная и психологическая подоплека, которая расширяет смысловое поле высказывания, делая завершённую речевую структуру открытой для интерпретации и дальнейшего толкования. Прямолинейность задания в публицистическом тексте очевидна, однако его взаимодействие с внетекстовыми элементами – контекстом и подтекстом – придает материалу эстетическую целостность.

Проблема целостности текста приобретает особое значение в связи с тем, что размывание жанровых границ таит в себе опасность утраты вкуса к жанру[6]: аморфное произведение затрудняет восприятие аудиторией фактов, проблем, ситуаций, в нем заключенных. Опасность такого рода не следует преувеличивать: в публицистическом тексте объединяющим элементом является личность пишущего (говорящего), поэтому, как бы ни были растворены жанровые признаки внутри текста, целостность его защищена. Текст выполняет свою задачу только в том случае, если опирается на доминирующие в нем жанровые признаки, позволяя автору достичь поставленных целей: а) дать оперативную информацию о происходящем; б) осуществить необходимый анализ описываемого процесса – выявить причинно-следственные связи, породившие данную ситуацию; в) создать понятийно-образную картину происходящего. Взаимодействие этих целей в пределах текста дает в конечном счете возможность почувствовать его жанровые пределы.

Вот характерный пример – заметка, опубликованная в «Известиях»:

Правительство готовится к посевной. Не успев толком подготовиться к зиме, правительство начало готовиться к посевной, посвятив этой теме специальное заседание комиссии по оперативным вопросам. Как всегда, главная проблема сегодня, не считая погоды, – деньги. К тому же в этом году их потребуется больше, чем в прошлом. Такой урожай зерна, какой получили в 1998 году, был последний раз 45 лет назад. В итоге сегодня нужно 1,6 миллиарда рублей, чтобы обеспечить хозяйства деньгами, иначе они продадут последние запасы зерна, хранящиеся для сева. Затем – 2,2 миллиарда рублей на удобрения, 25 миллиардов – на горючее, из них 7 – весной. Еще «по мелочам» требуется регионам, федеральному фонду семян, на пересев озимых и т.д. Итого получится десятая часть всех доходов бюджета.

Светлана Бабаева.

Короткая заметка в 12 газетных строк являет собой текст, в котором в сжатом виде есть элементы и статьи, и корреспонденции, и фельетона. Читатель не просто знакомится с перечнем предстоящих затрат – перед ним возникает унылая картина нашего хозяйствования в деревне («Такой урожай зерна, какой получили в 1998 году, был последний раз 45 лет назад»). Дата – сигнал для размышлений: мы вернулись в 1953 год, когда сельское хозяйство СССР было задавлено непомерными налогами и бездарным управлением. Смысловое пространство заметки расширяется историческим контекстом – напрашивается прямая параллель между кризисным состоянием общества тогда и теперь. Первая фраза – «Не успев толком подготовиться к зиме, правительство начало готовиться к посевной...» – содержит явно иронический подтекст: власть не только критикуется, она осмеивается. Что это – отчаянная смелость газеты или демонстрация слабости власти? Или ангажированность издания, стремящегося свалить негодное правительство? В первой фразе – приговор всей предыдущей деятельности властей, приговор, рассчитанный на понимание аудиторией, прекрасно осведомленной о положении дел в аграрном секторе России. «Как всегда, главная проблема сегодня, не считая погоды, – деньги». Подтекст этой фразы понятен тем, кто внимательно следит за политико-экономической жизнью России. «Как всегда» – бездарно, непродуманно, скверно. Свою иронию автор заметки этим «как всегда» закрепляет – во всем, конечно же, будет виновата погода. Но – «как всегда» – и денег нет. Естественно возникают вопросы: почему отрасль экономики, во многом определяющая стратегическую безопасность страны, требует лихорадочного поиска средств? почему объемы посевной поглотят примерно десятую часть доходов бюджета? почему сорок пять лет толчемся на месте, боясь коренным образом реформировать отрасль?

Показательно, что автор не только перечисляет размеры предстоящих расходов, но и комментирует сложившуюся ситуацию: «Не успев толком подготовиться...», «Еще по мелочам требуется...», «Нужно 1,6 миллиарда рублей... иначе хозяйства продадут последние запасы зерна...» Стиль письма свойствен скорее зарисовке, корреспонденции, а не суховатой оперативной информации. В пределах материала – конкретные задачи дня. За пределами – страна, пытающаяся решить свои проблемы по-прежнему бюрократическими методами.

Процитированный выше текст показателен: информации, заложенной в нем, достаточно для эмоционального воздействия на аудиторию. Личностное начало также ощутимо.

Так кто же победит в борьбе на газетной полосе, в радио- и телеэфире? Текст или жанр?

Определение жанра. Хитроумные теоретики предпочитают избегать исчерпывающих определений. В литературоведении под жанрами подразумевают «сложившиеся в процессе развития художественной словесности виды произведений»[7]. В публицистике жанрами именуют «устойчивые группы публикаций, объединенные сходными содержательно-

формальными признаками»[8]. При всей заманчивости этих определений они не выглядят полными, хотя и позволяют говорить о специфической природе жанра.

Жанр – категория исторически конкретная, то есть развивающаяся во времени, претерпевающая изменения в процессе своего существования. Эволюция жанров напрямую связана с тем, как человек постигает окружающий мир. Публицистика своим развитием обязана другим видам деятельности: торговля породила потребность в обмене коммерческой информацией – родилась газета. Из деловых взаимоотношений на страницы газеты перекочевал отчет. Из потребности в конфиденциальной информации – письмо. Фельетон на страницах французской газеты «Журналь де Деби» возник в 1800 г. как явление демократизации прессы: после Великой французской революции надо было завоевывать аудиторию, привлекать ее на свою сторону. Консервативно настроенные аристократы сообразили это раньше, чем республиканцы. Так появилась рубрика «фельетон», объединяющая самые разнообразные материалы. Постепенно рубрика превратилась в непринужденный диалог с аудиторией, далее – в обличительный жанр. Общее историческое развитие жанров – от простого к сложному – от заметки-хроники в несколько строк до серьезных аналитических материалов.

Жанр – особая форма организации жизненного материала, представляющая собой специфическую совокупность структурно-композиционных признаков. При этом в жанре мы имеем дело не со случайной совокупностью черт, а с системой элементов формы. Со времен римского ратора Квинтилиана человечество совало свой нос во все дырки Вселенной, пытаясь осмыслить происходящее с помощью знаменитых вопросов: что? кто? где? когда? каким образом? почему? Причудливая комбинация ответов на эти вопросы рождает жанр. Или точнее – элементы жанра в том или ином публицистическом тексте. Структура заметки подчинена одной задаче – оперативному сообщению о новости, структура интервью – ведению диалога, поддерживающего интерес аудитории к собеседнику журналиста. Структура отчета подчинена описанию события, воспроизводимого в существенных своих элементах, но не исключающего произвольного изложения происходящего (вне фактической пространственно-временной последовательности). Структура репортажа служит воспроизведению процесса в его реальных пространственно-временных границах: иллюзия наглядности возникает благодаря последовательному описанию происходящего в деталях и подробностях. Взаимосвязь описательных и повествовательных компонентов текста здесь очевидна.

Жанр – категория типологическая, то есть обладающая рядом устойчивых, повторяющихся признаков. Именно это помогает понять смысл известной метафоры М.М. Бахтина: «Жанр – представитель творческой памяти в процессе литературного развития»[9]. Способ отражения действительности в каждом жанре свой и предопределяется прежде всего познавательными задачами, решаемыми публицистом. Если помнить, что жанр – это, во-первых, специфический способ отражения действительности, а во-вторых,

специфический способ ее анализа, то метод предстанет как соединитель содержания и формы: характер отобранных для анализа фактов (содержательный аспект) неотделим от выбранного автором метода ознакомления с этими фактами (формальный аспект). Точно так же неразрывны форма и содержание жанра в способе анализа действительности: система аргументации (содержание) и способ сопоставления фактов, способ изложения аргументов создают целостность публицистического текста. Идет ли речь об эмпирическом описании фактов или об их осмыслении, журналист, препарирруя факт, устанавливает причинно-следственные связи, позволяющие увидеть за конкретным фактом явление.

Содержание текста (любого жанра) зависит от задач, решаемых публицистом, уровня познания действительности, от его индивидуально-психологических особенностей восприятия окружающего мира. В общем виде содержание текста – это соединение объективно существующего факта с субъективной его оценкой. В каждом конкретном случае такое соединение осуществляется на различных уровнях воспроизведения и осмысления действительности: кратко и развернуто, в описании события и описании переживания, в описании процесса или в системе доказательств. Содержание текста – это освоенная публицистом реальность, преобразованная в систему фактов, рассуждений, оценок и выводов. Форма жанра предопределена как особенностями личности публициста (тем, что называется индивидуально-психологическим видением мира), так и устойчивыми признаками публицистического повествования, свойственными тому или иному жанру. Набор композиционных и стиливых приемов, используемых публицистом для воспроизведения картины мира или его фрагментов, велик. Главное здесь – привлечение внимания к описываемым фактам, проблемам, ситуациям: ясность и логичность в системе аргументации; занимательность и остроумие в изложении материала; создание целостного представления о воспроизводимой социально-нравственной проблеме, ставшей предметом анализа.

Жанр – категория гносеологическая. Появление на газетной полосе (в эфире радио и ТВ) того или иного жанра всегда определяется теми задачами, которые решает публицист, – что познается, на каком уровне, с какой целью и какими средствами. В. Солганик прав, утверждая, что жанр – «это всегда установка на определенный тип, способ изображения, характер и масштаб обобщений, вид подхода, отношение к действительности»[10]. Отрицательный факт может стать предметом обсуждения в критической заметке или корреспонденции, а может лечь в основу выступления фельетониста. Если публицист не видит в отрицательном факте заложенного в него комического противоречия, то на свет появляется критический текст, если автор выявляет комическое содержание факта, возникает фельетон.

Жанр – категория морфологическая. Публицистический текст – это особая форма бытия произведения. Объем познаваемого материала в заметке, интервью, репортаже, отчете, корреспонденции, статье различен, что предопределяет структуру повествования – максимально сжатую в заметке,

развернутую в статье. В репортаже – опора на деталь, на выразительный язык, на соединение различных описательно-повествовательных элементов текста. В статье ядром является система рассуждений – выдвинутые положения аргументируются, иллюстрируются. В корреспонденции главное – описание эпизодов, из которых складывается общее представление о проблеме. Центр заметки – одномоментное воспроизведение ситуации.

Таким образом, морфология жанра – это: а) особенности структуры повествования; б) место факта в повествовании; в) образный строй повествования; г) специфика разработки проблемы (конфликта).

Жанр – категория аксиологическая, то есть содержащая определенную оценку действительности публицистом: любой текст либо утверждает, либо отрицает что-то. Система ценностной ориентации автора напрямую зависит от его мировоззрения, мироощущения, мировосприятия. Нередки случаи, когда один и тот же факт в прессе воспроизводится и воспринимается по-разному. Но поскольку факт по природе своей инвариантен (то есть неизменен), то и ответственность журналиста за достоверность его подачи и за объективность оценок также неизменна.

Жанр – категория творчески-созидательная. Трактовка фактов, ситуаций, проблем публицистом создает текст как определенную модель мира. Поскольку трактовка эта у разных авторов различна, публицистический текст каждый раз создает новое представление о действительности в виде понятийно-образной модели ее. Чем полнее и убедительнее эта модель, созданная публицистом, тем активнее воспринимается она аудиторией. Иными словами, эстетически организованная и запечатленная картина мира побуждает к сотворчеству аудиторию: публицистический текст выступает как одно из средств формирования личности. Чем разнообразнее комбинация образов и понятий в тексте, тем активнее идет процесс сотворчества, тем прочнее обратная связь в коммуникативном звене аудитория – автор.

Итак, что же такое жанр? Публицистический жанр – это относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста, обусловленная своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца.

Детерминизм жанра. Жанр – оптимальная форма решения творческой задачи, стоящей перед публицистом. Поэтому – в отличие от текста – он всегда жестко детерминирован: цель, лежащая в основе решения любой творческой задачи, определяет выбор жанра. Детерминизм (обусловленность) жанра связан: а) с объективными свойствами анализируемого или описываемого факта; б) с конкретными задачами, решаемыми данным изданием и данным автором; в) с мировоззренческими и индивидуально-психологическими особенностями личности журналиста. Творчество публициста носит избирательный характер. Разрабатывая тему, анализируя попавшие в поле его зрения факты, корреспондент еще на предварительной стадии своей работы осуществляет



определенный выбор жанра, останавливаясь, в конечном счете, на том, который представляется ему наиболее подходящим. Бытующее среди журналистов-практиков убеждение, будто о жанре предстоящего текста он не думает и тот складывается сам собой, интуитивно, противоречит существу творческого процесса. Интуиция как составная часть творчества способствует рождению целостного текста: текст вбирает в себя необходимые жанровые элементы, подчиняясь логике развития мысли автора.

Жанровая классификация публицистических текстов. Прежняя классификация устарела – а что взамен? Современные теоретики журналистики предпочитают оперировать терминами «журналистика новостей», «авторская журналистика», «аналитическая журналистика». Иногда тексты группируют по методам сбора и обработки информации: «репортерская журналистика», «образная публицистика», «комментирующая журналистика». Между тем, какая бы классификация ни предлагалась, публицистический текст непременно включает в себя три важнейших компонента: а) сообщение о новости или возникшей проблеме; б) фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации; в) приемы эмоционального воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне).

В этой связи тексты, появляющиеся в прессе, можно разбить на пять групп:

- 1) оперативно-новостные – заметка во всех ее разновидностях;
- 2) оперативно-исследовательские – интервью, репортажи, отчеты;
- 3) исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
- 4) исследовательские – статья, письмо, обозрение;
- 5) исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет.

## ОПЕРАТИВНО-НОВОСТНЫЕ ТЕКСТЫ

Ядро этих текстов – новость, то есть сообщение, содержащее информацию, ранее неизвестную аудитории. Сущность любой новости образует факт – нечто, имевшее место во времени и пространстве. Факт инвариантен, а изложение, интерпретация его вариативны. Разговоры о масштабности, общезначимости, ударности факта бессмысленны: восприятие его зависит от характера подачи сообщения и от уровня аудитории, от ее интересов (социальных, этических, возрастных, профессиональных). Поэтому принципиальная задача любого СМИ заключается в том, чтобы дать максимально представительный поток информации, удовлетворяющий запросы аудитории. Из этого потока читатель, слушатель, зритель выберет для себя то, что его интересует в данный момент. Важнейшие требования, предъявляемые к информационному сообщению:

- Ø оперативность;
- Ø релевантность – соответствие интересам аудитории; фактическая точность;
- Ø декодируемость – понятность для аудитории сути сообщения;
- Ø очищенность сущностной информации от «шумов» (дополнительных сведений, деталей и подробностей, отвлекающих от смысла основной темы);
- Ø краткость информации.

Всем этим требованиям соответствует ведущий оперативно-новостной текст СМИ – заметка. Ее жанровое своеобразие выражается в максимальной локализации пространственно-временных координат. Заметка несет в себе классическое триединство: все факты в ней (предполагается, что они есть) объединены одной темой, фиксируется одномоментное состояние процессов, происходящих в действительности, и точно обозначено место действия. Идеально, когда все три компонента заметки сконцентрированы в двух-трех фразах, открывающих текст. Такой зачин в заметке называется лидом. Лид – фактологическая основа заметки, ее смысловой центр, определяющий структуру текста: изложив суть факта, репортер затем расширяет информационное поле материала, дополняя его новыми сведениями – цифрами, цитатами, ссылками на источники полученной информации. Нередко говорят о протокольной бесстрастности заметки, о ее безусловной, изначальной объективности. Но как бы точен и правдив ни был материал, он в любом случае субъективен, ибо, во-первых, предлагает факт, извлеченный из реальности (и, следовательно, уже получивший субъективное предпочтение автора и редактора), а во-вторых, сохранить абсолютную объективность в изложении факта даже в жанре заметки практически невозможно.

Вот характерный пример. «Новые Известия» в заметке «Надписи на рейхстаге сохраняют для истории» пишут:

В Москве обратили внимание на решение руководства бундестага ФРГ увековечить на внутренних стенах здания бывшего рейхстага надписи, которые оставили в мае 1945 года советские воины. Как говорится в сообщении МИД РФ, переданном в Интерфакс, «сохраненные на стенах рейхстага надписи – часть нашей совместной истории, напоминание о том, сколь долгим, трагичным и исполненным огромных жертв был путь к миру, добрососедству и сотрудничеству государств континента». 19 апреля 1999 г. в Берлине состоялось торжественное открытие после реконструкции здания бывшего рейхстага, в котором будет работать парламент ФРГ.

Нетрудно увидеть, что текст представляет собой так называемую прямую пирамиду, в которой центральная новость – открытие после реконструкции здания бывшего рейхстага – отнесена в самый финал повествования. Акцент переносится, таким образом, на другую часть сообщения: Берлин решил сохранить надписи, сделанные советскими солдатами в мае сорок пятого. Информация об этом дается со ссылкой на позицию министерства иностранных дел РФ, одобritельно отнесшегося к сохранению «части нашей совместной истории». Корреспонденция в том же номере газеты «Рейхстаг обретет вторую жизнь» компенсирует «упрятанность» главной новости сообщения. Случайность? Нет, скорее, хорошо продуманная информационная операция – скрыть давно существующее раздражение тем фактом, что «проклятый» рейхстаг вновь стал парламентским центром Германии, и при этом сохранить, как говорится, хорошую мину при плохой игре – выразить удовлетворение сохранением исторических надписей. Кто после этого упрекнет Россию в том, что она даже в мелочах не стремится поддерживать взаимовыгодные партнерские отношения с одной из крупнейших стран Европы?

Автор заметки ограничен в выявлении собственного «я», на первый план в текстах такого рода – в короткой хронике, в развернутом новостном сообщении – выступает сообщение о факте. Однако автор и не безразличен к информации – он всегда ощущается и в отборе фактов, и в их группировке, и в изложении. Целенаправленность, свойственная публицистическим текстам, свойственна и заметке. «Обязательства перед МВФ выполнены», – гласит заголовок заметки, опубликованной в «Санкт-Петербургских ведомостях». В смысловом подтексте заголовка – вопль души российского правительства: деньги нужны позарез, почему МВФ медлит?! Этот подтекст подтверждается и текстом:

«Россия на 90 процентов выполнила свои обязательства перед Международным валютным фондом и Всемирным банком», – заявил вчера прибывший в Вену премьер-министр России Сергей Степашин, выступая перед коллективом российского посольства в Австрии. По словам С. Степашина, результатами проделанной правительством работы был даже удивлен руководитель миссии МВФ Жерар Беланже, который прибыл вчера в Москву. «Они приехали в Москву с большим недоверием, но то, что они увидели, их обнадежило», – отметил российский премьер-министр.

Внешне очень простой материал, а сколь богат он дополнительной информацией, свойственной любой самой скупой на слова хронике. Заметка – удобная форма распространения новостей, положительных и отрицательных. Россия 1990-х годов жаждет стабилизации. Заметка устами тогдашнего премьера подтверждает: стабилизация есть, правительство работает успешно. Об этом премьер сообщает сотрудникам российского посольства в Вене. Невелика аудитория, но информация отсюда идет на весь мир. У сообщений подобного рода есть отрицательный эффект: чем активнее официальные источники успокаивают народ, тем недоверчивее тот относится к заверениям. 1998–99 гг. прошли под знаком займа России у МВФ: дадут – не дадут? Правительству очень хочется, чтобы дали, хочется пристойно выглядеть в глазах сограждан! Отсюда – сверхоптимистичный тон.

Что ж, как говорят теоретики, нужно не только увидеть интересные факты – важно уметь подать их. Способность за происшествием увидеть сущность явления – доказательство не только мастерства публициста, но и мастерства восприятия заметки аудиторией, умеющей читать между строк. Давний спор – является ли публицистикой новостная информация – бессмыслен: любое сообщение, опубликованное в СМИ, рассчитанное на определенное восприятие аудиторией и несущее на себе печать личности автора, – публицистично.

## ОПЕРАТИВНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ТЕКСТЫ

В чем специфика отчета, репортажа и интервью как жанров публицистики? В том, что в них при общем сохранении интереса к новости на первый план выступает не оперативное значение сообщаемой информации, а ее истолкование. Важно подчеркнуть: анализ в отчете, интервью и репортаже – не самоцель, а естественно возникающий итог воспроизводимого события или его комментирования. Господствуют в отчете, репортаже и интервью повествовательно-описательные элементы, а не логико-рациональные. Факт, зафиксированный в заметке, может быть возвращен на газетную полосу, в радио- и телеэфир в виде развернутого материала, сообщающего детали и подробности с места события, комментирующего и оценивающего происходящее. Вкупе с заметкой отчет, репортаж и интервью позволяют создать движущуюся панораму действительности, передать ощущение динамики жизни. Взаимно дополняя друг друга, оперативно-исследовательские тексты не просто дают представление об окружающем нас мире, но и позволяют усвоить логику общественного развития, помогают понять особенности людей как участников социальных процессов.

Репортаж – один из самых эффективных жанров публицистики, поскольку соединяет в себе преимущества оперативной передачи информации с ее анализом. Стержнеобразующий жанровый элемент здесь – отражение события в том виде, в каком оно происходило на самом деле. Как и любому публицистическому жанру, репортажу свойственно специфическое воспроизведение времени и пространства. Время в репортаже дискретно (прерывисто), условно, ибо не соответствует по продолжительности реальному времени описываемого события (в литературоведении такое время называют концептуальным), но оно всегда движется в одну сторону – от начала описания события к его завершению. Это жанр фабульный (как и отчет): основу повествования составляет последовательное описание события. В сочетании с наглядностью, то есть воспроизведением деталей и подробностей, последовательность описания создает эффект присутствия репортера на месте события. Эффект присутствия – не имитационный прием, а реальное доказательство того, что публицист описывает событие, лично им наблюдаемое.

Об этом приходится напоминать, поскольку и теоретики, и практики время от времени спорят о природе наглядности в репортаже. В середине 1970-х Геннадий Бочаров, известный в те годы репортер «Литературной газеты», утверждал, что журналист может написать хороший репортаж даже не побывав на месте события, а реконструировав его. М.И. Шостак, автор ряда обстоятельных работ, посвященных труду репортеров, пишет о том, что репортажу «вовсе не всегда нужна последовательная констатация хронологических моментов». И далее: «Участие автора в событии очень желательно»[11]. Однако репортаж не может быть написан со слов очевидцев. Реконструкция события – прерогатива очерка, зарисовки. Журналист волен отбирать наиболее значимые, с его точки зрения, эпизоды происходящего. Но

избирать для повествования композицию, разрушающую реальный ход происходившего, значит разрушить жанр: вместо репортажа читатель увидит корреспонденцию с элементами репортажа, статью, обозрение и т.д. Репортер имеет право привести свидетельства других участников или очевидцев событий, но они будут лишь своеобразной цитатой в тексте, в котором главенствует автор. Автор репортажа – не обязательно действующее лицо события (хотя может и быть им, например, в материалах типа «репортер меняет профессию»), но он всегда – активный наблюдатель и комментатор действия. События в репортаже не инсценируются (как иногда принято думать), а воспроизводятся во всей их полноте. Иными словами, репортаж – публицистический жанр, дающий наглядное представление о событии через непосредственное восприятие автора – очевидца или участника события.

Природообразующие элементы репортажа:

- Ø последовательное воспроизведение события – динамизм повествования, связанный с протяженностью действия во времени и пространстве;
- Ø наглядность – создание образной картины происходящего путем использования предметного описания деталей, приведения подробностей ситуации, воспроизведения поступков и реплик действующих лиц;
- Ø предельная документальность – репортаж не терпит ни реконструкции, ни ретроспекции, ни творческого вымысла (который возможен в очерке и фельетоне);
- Ø образная аналитичность – отвечая на вопрос, каким образом происходило событие, публицист выступает как исследователь (вспомним знаменитые репортажи В. Гиляровского);
- Ø эмоционально окрашенный стиль повествования, придающий рассказу дополнительную убедительность;
- Ø активная роль личности самого репортера, позволяющая не только увидеть событие глазами рассказчика, но и побуждающая аудиторию к самостоятельной работе воображения.

Классическим образцом жанра, подтверждающим все сказанное выше, является репортаж В. Пескова «Моя река, мои журавли...» из цикла «Мещерское половодье». Журналист рассказывает о своей поездке в Приокский заповедник. В материале звучит экологическая тема: человек и окружающая его природа, ее защита. Раскрытию темы подчинено все: и начальные эпизоды – столовая на станции Шилово, где посетителей кормят лещами (««Извините, лещ у нас керосином припахивает», – сказала официантка. Лещ действительно отдавал керосином»), и рассказ о капитане парходика, на котором плывет журналист, повернувшем свое суденышко назад, чтобы корреспондент мог сделать необходимые фотокадры, и встреча с безруким трактористом, который рассказывает легенду о журавлином пере, приносящем счастье. Динамизм повествованию придает то обстоятельство, что парходик плывет по разлившейся Оке. Время действия – с утра до вечера. Репортаж густо населен действующими лицами. Каждый из персонажей обрисован кратко, но точно. «У капитана якорь и шрам на руке. На лице под кожей – темные точки, какие

оставляют уголь и охотничий порох». А вот «старуха, у которой в корзине берутся куры, а поверх полушубка, наподобие ленты с патронами, висят бублики на шпагате». Вот девчонка, царевной восседающая на груде мешков и корзин и бережно держащая большое зеркало. Вот милиционер, который «косит глаз в сторону зеркала и, набравшись, наконец, храбрости, садится рядом с девчонкой».

Песков ведет рассказ неторопливо – подстать неспешному шлепанию паровозных колес. Сама эта неспешность имеет внутренний резон: нечаянно сложившийся коллектив потом будет активно участвовать в работе журналиста, подсказывать новые объекты для съемок, поднимать в воздух своим криком перелетных птиц... Палуба – «семнадцать пар глаз» – коллективный герой репортажа: «Теперь вся палуба хочет видеть гусей»... «После возбуждения палуба замолкает»... «Вся палуба машет руками, кричит»... И при этом находятся индивидуальные черточки для многих попутчиков, главным образом – через речь. «А ну как газета к германцам дойдет. Позарятся на красоту и опять...» – это сказала бабка. «Лежу под Брянском в окопе. Мокрый, вши поясницу грызут, патроны на счет, котелок языком полирован», – а это из рассказа безрукого тракториста. «Надо человеку и знать, и любить, и беречь свою землю. Тогда и умирать за нее легче, и жить на ней... хочется», – говорит капитан. Пароходик плывет, и журналист напоминает об этом движении: «На крошечных островах, посреди половодья стоят аккуратные домики бакенщиков с обязательной цифрой на стене. 450... 463... 475». И вот путешествие завершается: «Море воды в вечерней тишине стало стеклянным. Красное солнце раскаленной монетой катится в воду. Сейчас коснется, закипит, пойдет пар...»

Сегодня так не пишут. Другое время – другие ритмы. Неизменно одно: публицист постоянно помнит, что его задача – дать аудитории почувствовать ту атмосферу, в которой разворачивалось событие, дать увидеть то, чему он, журналист, какое-то время назад сам был свидетелем. В репортаже ничего не надо придумывать – надо только уметь видеть, слушать и анализировать.

Специфика интервью как жанра заключается в том, что в его тексте внешне главенствует точка зрения не автора, а собеседника журналиста. Это не означает, что голос публициста в интервью не слышен: во-первых, ход самой беседы искусно направляется журналистом (содержание и структура общения жестко подчинены задачам, решаемым автором), а во-вторых, демонстрация точки зрения собеседника по обсуждаемому вопросу подразумевает, предполагает, выявляет (иногда – прямо, иногда – косвенно) и позицию корреспондента. Искусство интервью заключается в том, что аудитория всегда получает возможность соотнести взгляд публициста со взглядом его собеседника.

Формы интервью различны: беседы, диалоги, монологи, полилоги, анкеты... Но все это многообразие в сущности своей подчиняется двум важнейшим задачам: выявить точку зрения собеседника по обсуждаемому вопросу (вопросам) и

рассказать о собеседнике, создать его психологический портрет. Важнейшим жанрообразующим признаком интервью является субъективизация повествования. В основе текста лежит высказывание собеседника – его живая речь, отражающая особенности мышления говорящего. Чрезвычайно важно эти особенности уловить и зафиксировать. Высказывание может быть зафиксировано как оперативный отклик на только что случившееся событие (экспресс-интервью, микроинтервью). Но это может быть и развернутый монолог – ответ на заранее сформулированный и переданный собеседнику вопрос. Это может быть беседа-диалог, в которой обе стороны выступают равноправными участниками, обсуждая волнующие их события.

Техника подготовки к интервью и его проведения была рассмотрена в главе о методах сбора информации. Здесь мы сосредоточимся на итоговом тексте, в котором отражаются и течение беседы, и мастерство литературного оформления материала.

Текст интервью в большинстве случаев представляет собой своеобразный комментарий произошедшего (или происходящего). В нем господствует не столько факт, сколько отношение к нему. Вот характерный пример – беседа Марии Варденги с писателем Борисом Васильевым «К вопросу о себе» («Аргументы и факты»). Перед нами не просто свод суждений популярного литератора, его портрет. Публициста интересует отношение Васильева к главным вопросам современной российской жизни – к власти, к путям развития страны, к нравственному состоянию общества. Главное в интервью (то, ради чего оно задумано) – побудить читателя к ответственности за собственную жизнь, обозначить нравственные ориентиры, помочь подавить в себе внутренний «скулеж». При этом журналистка постоянно варьирует вопросы к собеседнику – личные и общие. Возникает необходимый «бинокулярный» эффект: точка зрения конкретного человека – писателя Бориса Васильева – сочетается с точкой зрения автора интервью. А в фокусе этих двух взглядов оказывается позиция обыкновенного российского гражданина, к которому обращен материал и который является одним из его героев. Вот фрагменты текста.

«– Борис Львович, как относитесь к девизу: “Мои года – мое богатство?” – Чушь. В семьдесят пять дважды хуже, чем в тридцать семь. Только и всего». Сугубо биографический вопрос выполняет двоякую цель: напоминает, что беседа пойдет с человеком немолодым, и предлагает неординарно мыслящего собеседника (обычно пожилые люди говорят о возрастной мудрости). Следующие вопросы развивают эту мысль: от мудрости возраста («А мудрость, которая приходит с годами?», «Вы-то сами по-настоящему мудрых людей встречали?») разговор переходит к проблеме мудрости власти («Вы, знаю, несмотря ни на что, сохраняете уважение к нынешней власти», «Вы, Борис Львович, в восьмидесяти годах активно занимались политикой. Каковы ваши впечатления от похода во власть?»). Писатель говорит о том, что его волнует, постоянно апеллируя к собственному опыту («Я в свое время по Китаю проехал... Там все очень разумно...»); «Вот у нас тут рядом совхоз есть –



“Солнечный”. Его директор покойный большим нашим другом был. Немец чистокровный, умел работать – чудный был дядька, чудный работник»; «Я пережил украинский голод 30-х годов: мы жили в Смоленской области, и он докатился аж туда»). Это лишает резкие высказывания Бориса Васильева декларативности. Другие писатели иной раз предстают в материалах СМИ как изрекатели истин. Васильев говорит живо, раскованно («Ребята, вы не понимаете, что ли?.. Какой у нас Китай, слушайте?.. Послушайте, есть три пути, чтобы жить»). И постепенно размыкается круг: «К вопросу о себе» – заголовок с подвохом. О себе – значит, о каждом из нас: «И заметьте: кто скулит? Обыватель. На то он и обыватель – он всю жизнь скулит и просит... А ты не проси. Ты с себя начинай. Ты – исходная всего точка». Так подтверждается известное определение жанра: интервью – беседа журналиста с каким-либо лицом, представляющая общественный интерес и предназначенная для опубликования или передачи по радио и телевидению.

Некогда отчет относили к сугубо информационным материалам. Сегодня некоторые специалисты включают его в число жанров аналитических. Учебники прежних лет предметную сторону отчета видели в действии, выраженном в слове: текст писал журналист, побывавший на сессии совета, на собрании, на конференции. При этом допускалось, что описание события во всей его полноте возможно не только в строго последовательной, хронологической форме, но и в форме «комплектации» отдельных смысловых узлов (тематический и аналитический отчет). Однако главной жанровосодержащей приметой отчета полагалось строго документальное изложение происходящего.

Сегодня отчет, заметно теснимый другими жанрами, старается сохранить свое место в прессе, широко используя элементы корреспонденции (картинки с натуры), репортажа (эффект присутствия), статьи (система рассуждений автора), комментария (описание факта с последующим его анализом). Расширилась и предметная основа отчета – «Спорт-экспресс» публикует отчеты о матчах, турнирах, соревнованиях; в «Известиях» нередки отчеты, связанные с проведением общероссийских акций (например, кампании за возвращение дезертиров в свои части); «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Новая газета» публикуют отчеты, рассказывающие о разнообразных событиях политической, экономической, культурной жизни страны. Естественно, не исчез и традиционный прямой отчет, протокольно фиксирующий разного рода заседания (правительства. Думы, местных органов власти), собрания обществности и т.д.

Современный отчет видоизменился, но сохраняет свои родовые жанровые признаки. Какие?

Ø В основе лежит максимально полный рассказ о конкретном отдельном событии, лично наблюдаемом автором;

Ø повествование ограничено определенными пространственно-временными рамками, охватывающими описываемое событие. Это не означает, что публицист не может раздвинуть границы своего рассказа, но такое расширение выглядит как намеренное вкрапливание дополнительных эпизодов в описание хода события;

Ø существенным содержательным элементом отчета является детализация события, изложение подробностей. Причем в качестве детали и подробности выступают не предметные описания вещи или ситуации, а, как правило, реплики действующих лиц;

Ø стремясь эмоционально воздействовать на аудиторию, автор не обязан приглушать формальные приемы «самовыражения» (они, как известно, все равно очевидны в структуре повествования, в отборе деталей, в индивидуальных особенностях письма). Побуждение аудитории к активному восприятию текста отчета связано с прямой демонстрацией собственной позиции.

Разумеется, отчет как жанр более строг в сравнении с репортажем или интервью (главная его задача – предельно объективное изложение происходящего), но в этих границах публицист не обязательно выступает бесстрастным информатором. Лексическая и смысловая экспрессия отчету не противопоказаны. Вот характерный пример. Районная газета «Семилукская жизнь» (Воронежская область) публикует пространственный отчет (он занимает часть первой и всю вторую полосу) своего корреспондента с сессии районного Совета. Сессия подводит итоги года и намечает перспективы года следующего. «Ничего хорошего 1999 год району не сулит», – мрачно замечает журналист, предпославший материалу заголовок с характерной интонацией: «Купить бы фанеры. Да денег нет. И лететь некуда». Текст разбит подзаголовками на несколько частей, которые вводят в тревожную атмосферу жизни района: Пролог, «Сегодня хуже, чем вчера! А завтра хуже, чем сегодня», «Вся жизнь борьба – покой нам только снится», «Батарей просят тепла, а коммунальщики – денег», «После повышения зарплаты станем еще беднее?», Эпилог.

Приводя информацию об итогах бюджетного года и планах на 1999 г. журналист оперирует цифрами и фактами, почерпнутыми из выступлений участников сессии. Главное здесь – вывод автора о том, что «районная казна не может выполнять свои обязательства. Кредиторская задолженность ее уже составила 34,4 миллиона, что в 2,6 раза больше, чем на начало года». Далее корреспондент подробно, упоминая фамилии выступавших, приводимые ими доводы и резоны, рассказывает, как принимался новый бюджет («Самым скандальным на сессии райсовета получился вопрос об утверждении нормативных затрат на содержание объектов социально-культурного и коммунально-бытового назначения»). Живые голоса выступающих («Вы мне предлагаете сейчас, 23 декабря, цену за корову, которую я у вас купил еще в январе») перекликаются с четко выраженным мнением самого публициста («Особых иллюзий по поводу того, что... дефицит будет покрыт манной небесной, никто не питал...»), «Прогноз, как показывает практика последних лет, всегда оптимистичнее реальности», «Но тут буквально взмолились

коммунальщики», «Сессия продолжала свою работу рекордно долго. Аж пять часов. По сути, ни одной доброй новости не прозвучало»). Журналист наполнил сухое древо протокола живыми соками актуальных проблем. Пространный текст читается с интересом, ибо не только передает реальную атмосферу сессии, но и погружает читателя в круг тех проблем, с которыми сталкивается район. Публицистические ресурсы отчета, как видим, достаточно велики.

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКО-НОВОСТНЫЕ ТЕКСТЫ

Тексты этой группы объединяет стремление публициста, с одной стороны, сохранить новостное ядро передаваемой информации (так называемая актуализация проблемы), а с другой – возникшую проблему проанализировать, описываемым фактам дать оценку. Оперативный повод, таким образом, уступает место актуально звучащей проблеме. В жанрах этой группы могут быть использованы факты, уже известные аудитории из информационных сообщений: заметка о театральной премьере, например, как правило, опережает рецензию на спектакль. Акцент переносится с новизны на актуальность, с изложения факта на его интерпретацию, комментарий. В жанрах этой группы господствует рационально-логический метод исследования. Однако здесь этот метод, в отличие от сугубо исследовательских текстов (статьи, письма, обозрения), опирается на прочный эмпирический фундамент – факты реальной действительности, составляющие содержательное ядро повествования.

Корреспонденция. Начнем с примеров из газеты «Известия». «Гармония подполковника. Ради чего человек бросил карьеру и налаженную жизнь» – история подполковника Колесникова, строящего на свои деньги пансионат для одиноких стариков; «Ямбург: наше дело – труба» – рассказ о проблемах, решаемых в столице общероссийской газовой сети; «Тюремный бизнес в Чечне процветает» – повествование о судьбах россиян, оказавшихся в неволе. Разные по времени публикации, по структуре и характеру повествования, эти тексты похожи друг на друга одной чертой – в центре каждого из них конкретная социальная ситуация, то есть система фактов, объединенных хорошо прослеживаемыми причинно-следственными связями, или – группа фактов, связанных единством времени, места, героя, проблемы. Так выясняются специфические жанровые признаки корреспонденции:

- Ø отдельная ситуация в ее проблемном целом как предмет исследования;
- Ø выявление закономерностей развития текущей действительности на основе анализа конкретной жизненной ситуации;
- Ø факт как основа текста, как повод для его интерпретации; соединение лично наблюдаемых журналистом фактов с фактами «вторичного» использования;
- Ø авторское рассуждение, вытекающее из обобщения описываемых фактов;
- Ø явно или неявно функционирующая цепочка: тезис – аргументация – демонстрация – вывод.

Принципиальная задача автора корреспонденции – на основе фактов, имеющих точный адрес, выявить тенденции их развития, предложить способы решения возникшей проблемы. В материале «Тюремный бизнес в Чечне процветает» публицист, рассказывая о судьбах заложников, обращает внимание на природу явления – работоторговля в республике процветает, поскольку стала одной из форм бизнеса: «частная тюрьма – реальный источник пополнения семейного бюджета», «даже если пленника никто не ищет, а у его родственников на сберкнижке нет ни гроша, его используют как бесплатную рабочую силу».

Корреспонденция «Ямбург: наше дело – труба» выглядит как социальный заказ: компания «Ямбурггаздобыча» ведет бои в арбитражном суде о непризнании себя банкротом, и очень важно доказать, что она кредитоспособна, а все разговоры о ее несостоятельности – борьба за передел собственности. Весь текст – апофеоз Ямбургу, в котором «среди болот и адского холода, среди бесхозяйного быта наши люди, которых принято считать не способными на организованный труд, построили красивую, осмысленную, благоустроенную жизнь». Аргументы: вахтовый метод освоения Севера более экономичен и удобен, чем традиционное строительство города с его дорогостоящими инфраструктурами; коллектив высокопрофессионален и дорожит своей работой. Подразумеваемый вывод – в Ямбурге надо все оставить как есть. У корреспонденции такого рода двойной прицел: организационный – внимание, образцовому хозяйству грозит опасность! и нравственный – в условиях экономического раздора существует производство, подтверждающее, что мы можем нормально работать.

Конструктивное начало обязательно присутствует в корреспонденции. Я. Соколовская в материале «Гармония подполковника...», рассказывая о человеке, оставившем военное поприще ради того, чтобы дать достойный приют обездоленным старикам, не идеализирует ситуацию: Александр Петрович Колесников, бывший офицер, только в начале своего пути («постояльцев не так уж много – человек десять»). Но важно, что гуманитарная идея убежища для брошенных стариков рассматривается в свете экономики: может ли милосердие приносить прибыль? История подполковника Колесникова доказывает – может.

Анализ текстов корреспонденции показывает, что невозможно делить этот жанр, как это иногда делается, на две разновидности – информационную и аналитическую. Информационное и аналитическое начала слиты воедино. Само обращение к проблеме, ее изложение несут в себе зерна анализа. Отбор фактов, их сопоставление, умелое выстраивание проблемной цепочки уже есть анализ. Наличие обобщающей точки зрения (а она принадлежит публицисту) – существенный признак корреспонденции как аналитического текста. Автор обобщает факты, исследуя относительно небольшое тематическое пространство, выявляет тенденции развития проблемы, вносит конструктивные предложения, указывая пути ее решения. Итак, корреспонденция – это публицистический текст, вскрывающий объективную природу конкретных фактов действительности, объединенных одной проблемой и ограниченными временем, местом и числом действующих лиц, а также предлагающий решение проблемы.

Комментарий. Расширение жанрового спектра комментирующей журналистики – одна из примет современных российских СМИ. Конечно, комментарий в газете, на радио и ТВ существовал и раньше: оперативно сообщаемая новость комментировалась, уточнялась, разъяснялась. Однако именно в последнее десятилетие (точнее – с начала 1990-х гг.) в ответ на экспансию «интенсивной журналистики» получают свое развитие жанры, прочно связанные с

оперативным осмыслением факта. Рубрика «Факт и комментарий» становится первополосной (в разных вариантах названий). Комментарий из метода обработки факта превращается в жанр. Каковы признаки этого жанра?

Ø Комментарий – это оперативный отклик на событие, это впечатление, не претендующее на исчерпывающую полноту анализа. Предметом разговора может быть новость, а может – факт, уже обнародованный ранее. Важна здесь не быстрота передачи сообщения, а точка зрения на событие. При этом факт служит отправной точкой разговора с аудиторией;

Ø стержневой доминантой жанра выступает рассуждение по тому или иному поводу. Подчеркнутая субъективность стиля, с одной стороны, как бы снижает претензии на справедливость оценок, а с другой – предлагает аудитории (соглашаясь или не соглашаясь с позицией публициста) самой сделать определенные выводы;

Ø в комментарии главное – прогностическая оценка факта или события. Важно подчеркнуть, что данный прогноз – лишь один из возможных вариантов. Вариантность обсуждения проблемы входит в число жанровых признаков комментария. Автор препарирует факт, мнение, суть проблемы, ориентируясь на эмоциональный отклик аудитории. Конечно, когда анализ подменяется одной из версий оценки, опасность ошибок довольно велика, но эта естественная уязвимость комментария оборачивается и его достоинством – следить за движением мысли публициста всегда любопытно;

Ø целостность текста обеспечивается целостностью личности автора и его позицией.

Близкую по задачам проблему воздействия на аудиторию решает и колонка, жанр для нашей публицистики новый, пришедший из-за рубежа. В 1960-е гг. «Правда» и «Известия» довольно часто перепечатывали под рубрикой «Фельетон» почерпнутые из «Нью-Йорк геральд трибюн» тексты, принадлежавшие перу Арта Бухвальда. Бухвальд – типичный колумнист, то есть «держатель» колонки. Когда в конце 1980-х отечественная журналистика все очевиднее стала приобретать авторский характер, колонка появилась и у нас: М. Соколов в «Коммерсанте», Л. Радзиховский в «Сегодня», А. Боссарт, А. Минкин, Стародум (Ст. Рассадин) в «Новой газете»... Многие провинциальные газеты тоже обзавелись колонками и колумнистами. На Западе колонка обычно занимает до 200 строк. Объемы отечественных текстов этого жанра находятся в тех же пределах.

Справедливости ради следует отметить, что у современной отечественной колонки в 1920-е гг. был предшественник – фельетон-комментарий, в жанре которого работали молодые тогда М. Кольцов, В. Катаев, М. Булгаков, И. Ильф и Е. Петров. Сегодняшняя колонка, разумеется, носит не только иронико-комический характер: она служит и журналисту-политологу, и экономисту, и социологу, и театральному или кинокритику. Какое-то время авторами колонки в «Известиях» выступали, в частности, писатель Михаил Жванецкий, политик Борис Федоров.

В чем жанровый смысл колонки? Во-первых, автор выступает в качестве героя-повествователя или персонажа-маски (в комическом варианте колонки), чья точка зрения, собственно, и является предметом исследования. В этом отношении колонка близка эссе (см. ниже). Автор вводится в повествование как лицо размышляющее и переживающее. Во-вторых, колонка как оперативный отклик на происшедшее (или – происходящее) по своей тональности полемична. Этим она и отличается от комментария, в котором мнение публициста далеко не всегда содержит оппозицию описываемому факту. Колумнист не уточняет, не объясняет факт или возникшую ситуацию – он выступает по отношению к ним оппонентом. В-третьих, поскольку в колонке, как правило, взгляд автора не совпадает с общепринятой точкой зрения, он предлагает новое представление о ситуации. Персональная точка зрения – смысловое ядро колонки.

Показательны в этом отношении материалы Андрея Колесникова, часто выступающего в коллективной рубрике «Известий» «Политика».

«Пропадающие по одиночке» – текст, посвященный позиции правых на предстоящих выборах. В нем интонационно господствует грустная ирония по поводу отсутствия у лидеров блока «Правое дело» здорового практицизма: «Давайте бить себя пяткой в грудь, проявлять принципиальность: конечная цель ничто, принципы – все»; «И знаете, чем кончатся столь экстравагантные попытки правых лидеров объединиться? Тем, чего больше всего боялся Анатолий Чубайс: электорат «Правого дела», придя к прагматичному выводу о том, что его любимцы все равно не пройдут в Думу, проголосует за «“проходного” Явлинского со товарищи»; «Наших лидеров хлебом не корми, а дай им пропасть поодиночке.»

Колонка – это всегда прямой диалог с аудиторией, соло, рассчитанное на контакт со слушателями, живое, образное слово, сориентированное на сочувственный отклик тех, к кому оно обращено (по крайней мере – на понимание). Если в комментарии такая связь публициста и аудитории факультативна, то в колонке обязательна. Итак, комментарий – жанр публицистики, представляющий собой оперативный отклик на конкретные события в форме монолога автора, приглашающего аудиторию к соразмышлению. Колонка – монолог публициста, предлагающего в образно-эмоциональной форме свою оценку фактов и явлений действительности.

Отличие рецензии от других исследовательско-новостных жанров в том, что предметом анализа в ней является отраженная действительность, то есть реальность, уже нашедшая отражение в творческих произведениях – искусства, науки, публицистики и т.п. Поэтому автор всегда соотносит свой взгляд на окружающий мир с тем, как этот мир показан в обозреваемом произведении. Главные задачи рецензента – ориентация аудитории в тех проблемах, о которых говорят создатели книги, спектакля или живописного полотна, формирование у читателя эстетических представлений о действительности, объяснение сути творческого процесса, содействие аудитории в выработке самостоятельных оценок подобных произведений.

Рассмотрим специфику этого жанра на материале художественной критики. Публицистический смысл рецензии состоит в том, чтобы оперативно откликнуться на появление конкретного произведения искусства и создать образ рецензируемого произведения, объяснить читателю или слушателю, как связаны между собой эстетически оформленный мир, фантазия творца и виртуальный мир искусства. Поскольку художественное произведение – это концентрированная система образов, отражающая впечатления художника от окружающей его действительности, критик стремится понять, что хотел сказать автор и как это сказалось. Поиск ответов на вопросы «Что хотел сказать?» и «Как сказалось?» помогает создать целостное представление о рецензируемой вещи, и способствуют целостности журналистского текста. Процесс создания текста зеркально отражает ход мышления критика-публициста, при этом выделяются четыре взаимосвязанных между собой этапа:

- Ø восприятие произведения – непосредственно-эмоциональный акт коммуникативного общения с произведением;
- Ø размышление над прочитанным, увиденным, услышанным;
- Ø «разъятие гармонии» (по В.Г. Белинскому) – практическое осуществление анализа, то есть определение темы и идеи произведения, системы образов, выражающих замысел художника, структурно-композиционных особенностей произведения, характера конфликта как его движущей силы, своеобразия языка и стиля;
- Ø собственно написание текста.

Говоря упрощенно, рецензент отвечает на вопрос – «Про что все это?» При этом он предлагает свою интерпретацию вещи (постижение замысла художника), ее трактовку (выяснение идейно-философского или философско-нравственного содержания произведения), дает истолкование (разбор сложных мест, зашифрованных образов и символов), предлагает прочтение вещи (осмысление всех компонентов произведения в их взаимосвязи).

Следует помнить, что, анализируя конкретное сочинение, рецензент обязан вписать его в художественный процесс, в художественную традицию, художественную моду. Сделать это можно с помощью разных подходов: а) на жанровом уровне – скажем, анализируемый роман соотнести с эволюцией жанра; б) на биографическом уровне – рассматриваемую вещь вписать в творческую биографию художника; в) на тематическом уровне – сопоставить разработку художником определенной проблемы с тем, что уже сказано по данной теме; г) на уровне образов – показать эволюцию героя в системе образов мирового искусства (или данного отрезка времени).

Разновидности художественной рецензии многочисленны – они соответствуют всем основным видам искусства (кинорецензия, рецензия литературная, театральная, музыкальная и т.д.). Своеобразие каждой из них обусловлено предметом анализа, особенностями рассматриваемой формы. В театральной рецензии, например, критик имеет дело с постоянно возобновляемым зрелищем, в кинорецензии – с особой организацией динамически



организованного зрительного ряда (кадр, ракурс, монтаж), в литературной рецензии – с линейными (словесными) образами, «перетекающими» в пластические, создаваемые фантазией читателя. Но во всех видах рецензии есть нечто общее, а именно стремление критика выразить свое отношение к миру через анализ художественного произведения.

Рецензия – жанр эстетически-концептуальный. Оценка публициста – это не субъективный произвол («нравится – не нравится»), а тщательно аргументированный разбор источника. Он не обязательно носит исчерпывающий характер (в театальной рецензии, скажем, можно ограничиться анализом режиссерской разработки спектакля или игрой одного-двух актеров), но всегда важно дать аудитории целостное представление о произведении.

В рецензии «Послесловие или предисловие?» («Известия») на спектакль Юрия Любимова «Шарашка» на Таганке об игре актеров ничего не говорится. Все внимание сосредоточено на ином: в какой степени талантливая работа режиссера («это сильный спектакль») созвучна сегодняшним настроениям зрительного зала. По рецензенту – «не созвучна»: «Спектакль становится по-настоящему страшен, когда система начинает насиловать человека... Но в целом он не попадает в цель. Любимов проклиная сталинизм так истово, как будто делает это в первый раз... Зазеркалье, ад, населенный человекоподобными роботами, – а их все же хотелось бы понять». И вывод: «Спектакль, основное содержание которого составляет пафос противостояния тоталитарной системе, сейчас не ко двору: кто-то давно усвоил то, о чем говорит Любимов, а те, кто верует в идею коммунизма, на Таганку не пойдут».

Данная рецензия уязвима отнюдь не потому, что в центре ее только трактовка режиссером известного романа А. Солженицына «В круге первом». Критик видит неудачу спектакля в том, что «публики, которая могла бы оценить его, больше нет». Творец и его публика – одна из самых животрепещущих тем в искусстве. Но судить постановщика с позиций господствующих в зале взглядов – задача неблагодарная и бесперспективная. Произведение выпадает из Времени не тогда, когда творец не имеет своей аудитории, а тогда, когда он не ощущает своего разлада с миром, его окружающим, когда живет в призрачном мире фантомов собственной причудливой фантазии.

И еще одно чрезвычайно важное обстоятельство: социологи традиционно отмечают невысокий (3–4%) рейтинг материалов на темы культуры у аудитории СМИ. Но из этого вовсе не следует, что рецензия – жанр элитарный, рассчитанный прежде всего на специально подготовленную часть населения. «Комсомольская правда» время от времени предлагает читателям рубрику «Зацепило» – минирецензии на принципиальные, с точки зрения редакции, произведения искусства. Так, канал «Культура» показал передачу, в которой Зиновий Гердт читал «Одесские рассказы» И. Бабеля. «Комсомолка» откликнулась на передачу минирецензией «Осень, которая всегда с тобой»: «Слова с помощью дивного голоса превращаются в картинки, добавочных

иллюстраций не нужно, все уже есть в тексте и тембре». Реплика эта обращена к стране, канала «Культура» не знающей. Но публицистический долг критика состоит в том, чтобы заинтересовывать аудиторию произведениями, из которых складывается представление о творческом состоянии общества в целом. Рецензия – жанр просветительский. Знакомство с эстетическим разнообразием мира возможно и без посредства критика-рецензента. Но опытный проводник на этом пути – гарантия того, что у художника не прервется связь с аудиторией.

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ТЕКСТЫ

К группе исследовательских текстов относятся статья, письмо, обозрение. Выделяемые современной теорией публицистики тексты расследования, версии, исповеди, пресс-релизов вряд ли можно называть самостоятельными жанрами. Это, скорее, своеобразные разновидности статьи (расследование, версия), корреспонденции (пресс-релиз), очерка (версия). Что отличает исследовательские тексты? Во-первых, опора не на описание фактов, а на логически-рациональный их анализ. В центре повествования оказывается система рассуждений публициста, подчас подчеркнута абстрагирующегося от используемых им фактов. Во-вторых, в текстах такого рода широко представлены не только лично наблюдаемые журналистом факты, но и сведения, добытые иными путями. Для создания убедительной картины изучаемого явления автор широко привлекает разнообразные источники информации, сопоставляет подчас противоположные точки зрения, прибегает к обширному цитированию. В-третьих, стилистика исследовательских текстов, сохраняя черты индивидуального языка публициста, тем не менее тяготеет к научному изложению проблемы.

Статья. Если в корреспонденции публицист анализирует конкретную социальную ситуацию, опираясь на лично наблюдаемые (или – самостоятельно обнаруженные) факты действительности, то в статье обобщение носит более широкий характер. Здесь дается всесторонний анализ явлений, процессов и проблем. Опираясь на факты социального бытия, публицист рассматривает закономерности эволюции действительности в различных ее проявлениях – политических, экономических, нравственных, культурологических и т.д. При этом публицист не просто иллюстрирует мысль примерами из жизни (как иногда принято думать), а кладет факт в основание своего исследования. Как правило, в статье автор оперирует группами фактов, создающих определенную социальную ситуацию, т.е. круг проблем, объединенных единым процессом.

Статья «Ничье старичье?» («Санкт-Петербургские ведомости») посвящена судьбам стариков, живущих на полном государственном обеспечении. Нетрудно догадаться, что проблема эта – нравственная («В петербургских интернатных домах престарелых... живут десятки людей, напрочь забытых своими родственниками. Да что там забытых... Чаше всего собственные дети, родственники и отправляют их с глаз долой»). «Похоже, гораздо сильнее, чем девальвация рубля, ударила по нам девальвация нравственных ценностей», – пишет газета. Конкретные судьбы превращаются в отправные точки рассуждений: а) государство берет на себя функции родственников – детей, внуков, братьев и сестер, заботясь о престарелых; б) материальные интересы подчас оказываются важнее судеб конкретных стариков; в) у общества явно недостаточно сил, чтобы обеспечить престарелым спокойную жизнь, хотя определенное движение в нужном направлении осуществляется.

Поскольку статья – это всегда развернутый поиск закономерностей, структурно она представляет собой цепь умозаключений (от частного к общему или от

общего к частному). Это определяет и композицию повествования, и место факта в тексте. Сегодня вряд ли можно говорить о том, что факт в статье занимает подчиненное место, лишь иллюстрируя определенные теоретические положения, выдвигаемые автором. Современная статья активно вбирает в себя элементы других жанров – репортажа, очерка, корреспонденции, интервью. Она становится более эмоциональной по тону, более личностной, хотя, разумеется, развитие мысли остается основой ее структуры.

Каковы жанровые признаки статьи?

Ø Масштабное расширение границ повествования – пространственно-временные пределы текста определяются масштабностью фактов и их разнообразием (глобализация обсуждаемых проблем);

Ø факты, используемые публицистом, могут быть почерпнуты из различных источников – личных наблюдений, встреч, обработки документов, выступлений СМИ, писем в редакцию и т.д.;

Ø структура текста статьи – это комплекс положений, рассуждений, суждений и умозаключений, то есть система доказательств, опирающихся на выявление причинно-следственных связей между отдельными фактами;

Ø определенная объективация письма: текст чаще всего выдержан в интонациях строго научной лексики, публицист оперирует образами-понятиями, образами-тезисами; отсюда – обращение публициста к логически-понятийному, категориальному аппарату, четкость формулировок.

Публицистическое обозрение – один из старейших газетно-журнальных жанров (достаточно вспомнить знаменитые литературные, экономические, социально-нравственные обозрения Бестужева-Марлинского, Белинского, Минаева, Шелгунова, Благосветлова, Салтыкова-Щедрина). Отдавая приоритет оперативности другим жанрам, обозрение представляет собой текст, фиксирующий принципиальные события и явления в их максимально полном объеме за определенный период (ежедневное международное обозрение, помесечное театральное обозрение или, например, «Теленеделя» в «Известиях» и т.д.). По своим признакам обозрение – специфический жанр, близкий и к корреспонденции, и к статье, и к комментарию. С корреспонденцией его сближает опора на факты действительности, со статьей – движение мысли, с комментарием – очевидное личностное начало, господство персонифицированной точки зрения. Но эти же факторы и разводят обозрение с близкими ему формами журналистского творчества. Если в корреспонденции публицист оперирует группой фактов, объединенных одной, относительно неширокой темой, то в обозрении могут быть использованы разнообразные данные, позволяющие сделать повествование многотемным. Многотемье приводит к тому, что композиция текста приобретает «цепочечно-эпизодический» характер: мысль автора движется от описания и анализа одного эпизода к другому.

В чем специфика обозрения как жанра? Прежде всего, его предметную основу составляет не механический конгломерат разрозненных сведений, а совокупность социальных фактов в форме панорамы жизни всего общества или

определенной его сферы. Каждый из них рассматривается не изолированно, а как элемент более обширного целого. При этом главное значение имеют не рассуждения автора, а события, явления, процессы в их сущностном выражении. Панорамность изображения достигается тем, что журналист предлагает, с одной стороны, максимально широкий охват действительности, а с другой (по аналогии с панорамой как произведением живописи) – различную глубину изображения: крупный план, средний, общий. Крупный план – это лично наблюдаемые автором факты, воспроизводимые в отдельных эпизодах, картинках, репликах. Средний план – описание возникшей социальной ситуации, процессов и явлений. Общий план – установление взаимосвязи между отдельными фактами, создание целостной картины действительности в ее противоречиях, выявление общих закономерностей развития социального мира, создание собственно панорамы событий.

Обозрение, на что обратил в свое время внимание Е.П. Прохоров, универсально по содержанию и форме. Эта универсальность жанра определяется тем, что в качестве предмета исследования публицист берет реальную жизнь в разнообразных ее проявлениях: в СМИ встречаются обозрения нравов, процессов, протекающих в искусстве, экономике, политике, науке, военном деле, спорте и т.д. Обозрение универсально и по назначению, поскольку ставит своей задачей выявить закономерности как на бытийном, даже бытовом уровне, так и в общенациональном, международном, цивилизационном масштабе. Наконец, оно универсально, поскольку элементы других жанров в его тексте выступают не как чужеродные вкрапления, а как естественные компоненты структуры. Чрезвычайно значима и фигура автора. Журналист-обозреватель – это не просто системно мыслящий человек, эрудит в определенной области, он совмещает в себе функции зоркого наблюдателя, глубокого аналитика и мастера точного слова. Обозрение – публицистический жанр, представляющий собой основанную на разнообразных фактах картину действительности в форме панорамы жизни общества. В последние годы в отечественных СМИ господствует тематическое обозрение.

Письмо (вариант названия – открытое письмо) не следует путать с почтой, приходящей в редакцию от аудитории. Как специфический жанр периодики оно встречается нечасто, его появление, как правило, бывает вызвано остротой проблем, требующих немедленного разрешения. В этом смысле о письме надо говорить как о жанре оперативно-исследовательском, хотя его формальная оперативность заметно ослаблена тем, что излагаемые в нем факты чаще всего уже стали достоянием гласности. В то же время письмо – остропублицистический жанр, ибо предлагает аудитории лично окрашенную точку зрения, требующую ответной реакции. Жанровое своеобразие письма характеризуется следующими признаками:

- Ø в тексте отчетливо прослеживается коммуникативная цепочка: автор – проблема – адресат. Персональная адресность письма в сочетании с его проблемностью делает послание максимально актуализированным;
- Ø ядром текста служит проблема, требующая немедленного разрешения;

Ø явственно просматриваются как личность адресата, так и личность автора (ссылки на факты собственной биографии, упоминание эпизодов из жизни адресата и т.д.);

Ø материал строится по принципам «мягкой аргументации»: в нем взвешиваются «за» и «против», текст представляет собой доверительный (хотя и публичный) разговор с адресатом.

Таким образом, существенным природообразующим компонентом письма является его жесткая структура, предполагающая обсуждение проблемы автором и адресатом как бы в присутствии аудитории. При этом акцент в повествовании легко переносится с авторского восприятия проблемы на описание самой ситуации или на личность адресата. Отсюда различные стилевые интонации, закрепленные в тексте: интимный диалог, монолог, ораторское выступление. Письмо – эпистолярный жанр публицистики, в форме публичного обращения к конкретному лицу или коллективу поднимающий актуальные проблемы, которые требуют немедленного разрешения.

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКО-ОБРАЗНЫЕ ТЕКСТЫ

Один из парадоксов современной отечественной публицистики – широкое распространение приемов образного письма при одновременном заметном угнетении тех жанров, для которых метод образного познания действительности является определяющим, – очерка, фельетона, памфлета. Социологическими причинами объяснить отсутствие бывших «грандов» газетных полос нетрудно. Очерк прежних десятилетий скомпрометировал себя очевидной «лакокрасочностью» – герои не то чтобы были выдуманы, но им, реальным людям, придавались такие черты, которые в массовом сознании не существовали. Жизнь советского человека трактовалась как движение от подвига к подвигу. «В жизни всегда есть место подвигу» – этот крылатый афоризм Максима Горького оплодотворял всю отечественную очеркистику 1920-х – 70-х гг. Поэтому персонажи очерков избирались, как правило, из числа героических личностей, да еще приподнимались при этом на котурны: миру в качестве действующего лица истории предьявлялась икона. Труд, переставший быть «делом чести, делом славы, доблести и геройства» (по формуле советских времен), отодвинул на второй план и героя-труженика.

Почти исчез с газетной полосы и фельетон (он, впрочем, ожил на телеэкране, например, в «Куклах» и «Итого» В. Шендеровича): гласность и свобода печати сделали ненужным комическое иносказание – можно напрямую обличать любую государственную персону и вводить в публичный оборот любой отрицательный факт. Фельетон оказался неконкурентоспособен рядом с жанрами новостной и комментаторской публицистики – критической заметкой, статьей, корреспонденцией, колонкой. В эпоху тотальной социальной критики, в эпоху очевидного социально-нравственного и политико-экономического неблагополучия смеяться не хочется («Советская Россия» одно время даже вела рубрику «Не до смеха»): жизнь настолько отклонилась от нормы, что выглядит неправдоподобной при нормальном взгляде на мир. Отпадает потребность утрировать ее изображение средствами сатирической публицистики. Есть еще одно обстоятельство, убравшее с жанровой арены художественно-публицистические тексты. Гипердинамический стиль работы нынешних СМИ (как в музыке – «Быстро! Быстрее! Еще быстрее!») не побуждает авторов к кропотливой работе над образами.

Между тем ресурсы художественной публицистики очевидны: а) образ как эмоционально просветленная мысль активно воздействует на аудиторию, побуждая ее к активному сотрудничеству; б) образ как обобщенная картина действительности значительно расширяет возможности смыслового постижения действительности; в) образ как система знаков, как некий код, создавая определенную модель окружающего мира, интеллектуально обогащает аудиторию представлениями об эстетических возможностях воспроизведения действительности. Художественность публицистики воплощается как в целостном образе человека и образе-тезисе (образе-понятии), так и в «говорящих» деталях – предметном описании природы, репликах действующих лиц, подробностях воспроизводимых ситуаций.

Образная публицистика, сближаясь по методам своего исследования с искусством, вводит в тексты СМИ личность как некую социально-нравственную целостность, позволяя исследовать героя и автора-повествователя в их поступках и переживаниях. Жанры образной журналистики создают психологически достоверную картину действительности. Принято считать, что тексту СМИ чужд психологизм при изображении внутреннего мира личности. Между тем психологизм публицистики проявляется на всех уровнях ее функционирования – уровне автора, уровне героя, уровне аудитории. Восприятие произведения во многом определяется убедительностью личности повествователя (включая психологическую достоверность его собственных чувств, зафиксированных в тексте) и правдивостью поведения персонажей. Автор и герой создают в тексте мощный психологический фон для восприятия идей, заложенных в материал. Соединяя логико-понятийный анализ с образным, публицистика способна объяснить самые сложные и противоречивые социально-нравственные и нравственно-психологические аспекты ситуаций [12]. Удачно найденный образ продлевает жизнь журналистского текста – так, как это происходит с художественными произведениями.

Жанровую природу очерка определяет синкретическое соединение трех начал – социологического (научного), публицистического и художественного.

Социологическое начало очерка выражается в его направленности на исследование общественных отношений и проблем, в рассмотрении социальных сторон деятельности личности, в стремлении автора не к произвольному выбору индивидуально-неповторимых характеров, а к выявлению объективных причин, породивших те или иные социальные характеры и ситуации. Очерк – аналитически обоснованная образная картина действительности: система доказательств в нем строится на разработке конфликта, на взаимодействии персонажей, на особом характере повествования, включающем в себя как описание поступков действующих лиц, так и рассуждения автора.

Публицистическое начало очерка проявляется в опоре на факт. В документальном очерке реальные события – исходная точка развития сюжета. Автор так группирует факты, чтобы они придавали жизненность социально значимому характеру. В беллетризованном очерке ситуация выглядит максимально обобщенной, границы факта размыты: место реальных событий и людей занимает действие, созданное фантазией публициста. Надо заметить, что, некогда популярный беллетризованный очерк (вспомним В. Овечкина, Е. Дороша, Г. Радова) едва ли не совсем ушел из повседневной практики СМИ. Но и в документальном очерке (как, впрочем, и в фельетоне) существенную роль играет домысел. Домысел – необходимый элемент творчества публициста. Строго говоря, он возможен и в других жанрах, где в силу необходимости автор занимается реконструкцией факта или ситуации (журналист не был очевидцем события, но считает необходимым его восстановить в тексте так, как оно протекало на самом деле). В очерковом (и в фельетонном) тексте образное



преобразование реальности неминуемо ведет к ее домысливанию. Оно обнаруживает себя во введении концептуального времени и пространства, в особых способах разработки конфликта, использования значащих деталей и реплик действующих лиц и т.д. Публицистическое начало проявляется и в стремлении автора дать факты в их социальном заострении, максимально актуализировать поднимаемую проблему, выразить свое к ней отношение, опираясь на систему художественно-публицистических образов. В очерковом тексте идея концентрируется в системе образов – как конкретных персон, выразителей и носителей идеи, так и в системе образов-понятий. Именно так, в частности, работал А. Аграновский, создавая очерки «Пустыри», «Обтекатели», «Хозяева». Обнажение мысли в очерке – эстетический закон, определяющий специфику публицистической образности, в основе которой лежит приглашение читателя к соразмыслению.

Художественное начало определяется стремлением публициста создать достоверную и убедительную картину действительности с помощью образного мышления, при котором картины, ситуации, явления и характеры социально типизируются. В очерке (и в фельетоне тоже) возможны два способа типизации – собирательная и избирательная. В первом случае в вымышленном персонаже (событии) обозначаются признаки определенного типа социального поведения, характера или явления. Во втором – в реальном, единичном персонаже или действии выявляются черты и свойства, принадлежащие данному типу людей или событий. Но и в том, и в другом случае факты и ситуации преобразуются в систему художественно-публицистических образов.

Следует подчеркнуть, что художественно-публицистический образ отличается от чисто художественного своей «выпрямленностью». Авторская задача в нем просматривается ясно и определенно: не случайно о художественно-публицистических образах говорят, что они обладают (а не страдают) определенной однобокостью изображения. Герой в очерке всегда категориален. Сохраняя свою индивидуальную неповторимость, он в то же время выполняет служебную функцию – отражает проблему, решаемую автором.

Еще одна примета очерка (и в этом его сущностное отличие от беллетристических жанров) – повествование в нем ведется от лица биографического автора, то есть лица реально существующего и вписанного в определенную сетку биографических координат. «Я» в очерке – это сам публицист, его точка зрения на происходящее, его оценки и выводы. Автор-демиург (как лицо наделенное высшей властью) ведет повествование, организует сюжет, формирует взгляд аудитории на описываемые события. Фантазийный элемент в очерке (и в фельетоне) не противоречит рабочему признаку публицистического текста – его нацеленности на определенный результат, рассчитанному воздействию на аудиторию.

Актуальная социально-нравственная проблема раскрывается в очерке в форме типических социальных ситуаций, характеров и взаимоотношений. Это предопределяет существование трех основных типов документальных очерков

– проблемных, портретных и очерков нравов (своеобразной разновидностью жанра принято считать еще путевой очерк). Предмет исследования в них – человек и проблема (конкретная жизненная ситуация, требующая своего разрешения). Очерк – публицистический жанр, в образной форме исследующий закономерности социально-нравственного бытия человека и развития общественных процессов, а также конкретные ситуации реальной действительности.

Фельетон по своим природообразующим элементам близок к очерку. Он тоже синкретичен, в нем также нерасчленимы три начала – публицистическое, сатирическое и художественное. Главное отличие фельетона от очерка – его сатирическое начало, определяющее природу жанра. Его сущность заключена в комическом иносказании, которому подчинено в фельетоне все и которое объединяет все три стихии жанра. Что составляет предметную основу фельетона? Отрицательные факты действительности, комическая природа которых очевидна для сатирика.

Справедливо сказано: нет фактов фельетонных и нефельетонных – есть их фельетонная обработка, то есть выявление комической сути «испорченной действительности» (Гегель). Чтобы вскрыть эту суть, публицист прибегает к специфическому анализу фактов. Основу метода составляет комическое заострение – преувеличение или преуменьшение черт, свойств и признаков изображаемого явления. В качестве этих средств в фельетоне выступают гротеск, гипербола, пародирование, окарикатурирование (преувеличивающее заострение) и литота (преуменьшающее заострение). Благодаря им выявляется содержание комического парадокса – противоречие отрицательного факта общепринятому мнению и здравому смыслу или противоречивость его формы, внешних признаков. Комизм заключается в том, что силы, выражающие данное противоречие, своей отрицательности не осознают: персонаж всегда претенциозен, предъявляя права на роль, которую сыграть не в состоянии. Эту аномалию и высмеивает публицист-сатирик, показывая всю несостоятельность объекта насмешки, стремящегося постоянно выдавать желаемое за действительность. Прибегая к иносказанию, фельетонист использует его для создания сатирического образа.

Принципиальная жанровая задача фельетонного текста – показать, что за отрицательным фактом скрывается комическое явление. Много лет назад фельетонист «Известий» Эльрад Пархомовский написал фельетон «Самодур и самолет». История, рассказанная в нем, казалось бы, выглядела невероятной. Над группой отдыхающих, устроившихся в укромном живописном месте, летал самолет сельскохозяйственной авиации, опыляя поля. Удобрения посыпались и на головы отдыхающих. Один из них, рассерчив, схватил пустую бутылку и запустил в самолет. И – что удивительно – попал. Когда самолет совершил вынужденную посадку, машину окружили незадачливые отдыхающие. Но не для того, чтобы извиниться, а чтобы покарать нарушителя их покоя. И – наказали! Поскольку среди тех, кто хватал летчика за грудки, был второй секретарь райкома партии. Казус? Невероятный случай? Стоит ли об этом

писать в газете? Фельетонист увидел за казусом закономерность: чиновник готов защищать свои интересы всегда, в любой ситуации. Не каждый день в стране сбивают самолеты гражданской авиации пустыми бутылками, но постоянно самодуры, занимающие ответственные посты, демонстрируют уверенность в своем праве, уповая на безнаказанность.

Вариантов сатирической работы с фактами множество. «Независимая газета» на первой полосе под рубрикой «Мизантропия» публикует минифельетоны «Из летописи села Собачьи Будки». «Мизантроп» Титус Советологов 12-й регулярно экстраполирует крупные социальные события на жизнь родимого села. Собачьи Будки – нечто напоминающее щедринский город Глупов или платоновский Градов. Хитрость невелика, но перенос действия в Будки позволяет сатирику в пародийном свете выставлять реально существующих политических деятелей. В фельетоне «Камдессю загуляли» рассказывается о том, как некий Мишка Камдессю обещал сельским счетоводам Юрке Мюсликову и Вадьке Дустову (обыгрывание имен руководителя Международного валютного фонда и бывших российских вице-премьеров) дать займы. «Счетоводы» после этого загуляли, так ничего и не получив от злокозненного Мишки. Фамилии и ситуация столь прозрачно расшифровываются, что в особых комментариях не нуждаются.

Между тем фельетонное повествование – это всегда особый код, который предстоит разгадать читателю или зрителю. Эзопов язык, к помощи которого прибегает сатирик, это не просто прием повествования, а типологический признак жанра. В основе приема лежит сознательное нарушение не только лексико-стилистических норм языка, но и – что более принципиально – нарушение внешнего правдоподобия в изображении предмета или явления, нарочитое смещение пропорций описываемого факта. Если в очерке домысел возможен, но не обязателен, то в фельетоне без гиперболизации, без доведения ситуации до крайности, иногда до абсурда не обойтись. В домысле отражается умение сатирика-публициста – без указующего перста, без назидания создать необходимый сатирический образ.

В этом и заключается своеобразие выражения авторской позиции: как бы ни была зашифрована мысль фельетониста, какой бы остроумный и хитроумный код он ни предложил, какую бы игру со словом ни затеял, он всегда дает читателю возможность точно определить авторскую позицию. Эта позиция воплощается в сатирическом образе. Факт здесь не самоцель, фельетон всегда – остроумное движение мысли. Результатом этого движения становится создание образа как некоей обобщенной комической картины. Когда этого нет, когда остроумная манера письма превращается в заигрывание с интеллектуально подготовленным читателем, жанр умирает, превращаясь в заурядную критическую корреспонденцию или в иронический комментарий. Все сказанное выше позволяет определить фельетон как жанр публицистики, вскрывающий комическое содержание отрицательного факта или явления действительности.

Разновидностью фельетона является памфлет – жанр публицистики, сориентированный на бескомпромиссное обличение чуждых автору взглядов, действий и других факторов, характеризующих атмосферу общественного бытия. Объект насмешки в памфлете – концепция, система взглядов идейного оппонента.

Эссе. «Содержание моей книги – я сам», – написал М. Монтень в своих знаменитых «Опытах». Так родился жанр эссе, в основе которого лежит постижение хода развития мысли, анализ увиденного в жизни сквозь призму ощущений автора. Жанроопределяющим элементом эссе является, таким образом, процесс познания мира, отраженный в процессе самопознания личности. Эссе соединяет бытийное и личностное: жизнь вокруг нас – это одновременно и наш внутренний мир. И наоборот: спектр чувствований публициста – это отражение чувствований, рождаемых внешним миром. Поэтому в центре эссе находится не среда, увиденная глазами субъекта высказывания, а сам субъект как центр мироздания. Человек в его отношениях с действительностью – предметная основа текста.

Как достигается эта цель? Эссе – это не просто персонификация повествования, это максимальное раскрытие личностного начала в тексте, создание психологически достоверного образа повествователя. Если в фельетоне автор, принимая огонь на себя, демонстрируя свое «я», в то же время дает понять читателю, что «я» – это всего лишь маска, образ, создаваемый для активизации работы мысли аудитории, то эссе – жанр, в котором самораскрытие и самоопределение индивидуальности служит принципиальной основой повествования. С помощью системы разнообразных ассоциаций – логических, эмоциональных и др. – автор предлагает самоанализ личности, познающей окружающий мир и самое себя. Так субъект исследования становится его объектом. Откровенность в описании собственных переживаний, своего внутреннего состояния – важнейшее качество эссеистского текста.

Понятно, что процесс самопознания как предмет публицистического исследования имеет смысл только тогда, когда эта трудная работа осуществляется в нерасчленимом единстве человека и среды его обитания. Описание «индивидуально-сознательного» не имеет самостоятельной ценности; важно описание своих чувств и переживаний, возникающих при соприкосновении с таинствами окружающего мира. Так раздвигаются границы повествования: конкретная узкая тема разворачивается в широкий план параллелей и аналогий, усложняя, обогащая тем самым контекст разговора автора с аудиторией. Отсюда и свободная форма эссе, допускающая перетекание друг в друга элементов репортажа, очерка, статьи, комментария, письма, дневника, новеллы. Отсюда и возникновение образа повествователя, дистанционно близкого биографическому автору, но тем не менее вполне автономной фигуры. Все это позволяет охарактеризовать эссе как публицистический жанр, выявляющий закономерности бытия человека через изображение процесса восприятия мира.

- [1] Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 47. С. 134.
- [2] Померанц Г. Фельетонизм и Кастилия//Журналист. 1998. №12.
- [3] Ученова В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1976. №4.
- [4] См.: Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1998; Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательный-психологический подход. М., 1998.
- [5] Чернухина И.Я. Элементы организации художественного прозаического текста. Воронеж, 1994. С. 3.
- [6] Козлова Н.И. Глобализм дореволюционной публицистики//Журналистика в 1998 году. Тезисы научно-практич. конф. Ч. II. М., 1999 С. 1.
- [7] Введение в литературоведение/Под ред. П.Н. Поспелова. М., 1983. С. 286.
- [8] Тертычный А.А. Указ. соч. С. 200.
- [9] Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1972. С. 179.
- [10] Кохтев Н., Солганик В. Стилистика газетных жанров. М., 1978. С. 9.
- [11] Шостак М.И. Указ. соч. М., 1998. С. 40, 46.
- [12] См. подробнее: Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982.

## ГЛАВА 6

### Корконосенко С.Г. ПРАВОВАЯ И ЭТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА

Право на информацию и обязанности журналистов  
Система права СМИ в России  
Информация ограниченного доступа в СМИ  
Методика применения правовых норм  
Журналистская этика

Право и этика СМИ – это особый предмет изучения в системе журналистского образования.

Одна из петербургских газетных компаний за четыре года своего существования добилась прочного успеха у читателей. Но при этом она не уплатила ни копейки налогов. Единственной причиной нарушений, по словам генерального директора, стало незнание им законодательства. В результате фирма оказалась перед угрозой закрытия. Очевидно, директор решил, что его правовой нигилизм уравнивается надежным редакционным менеджментом. Действительно, при всей универсальности журналистской квалификации – с точки зрения методики и тематики освещения событий – каждый профессионал все-таки выбирает для себя более или менее узкие зоны специализации, отстраняясь от других видов работы. На практике вполне возможно, например, заниматься расследованиями и не заниматься светской хроникой, блестяще писать тексты и не владеть фотокамерой, быть погруженным в организаторские заботы и почти не выполнять литературно-творческих заданий.

От права и этики отстраниться нельзя. Это означало бы, что сотрудник СМИ игнорирует стандарты поведения, предложенные ему обществом и профессиональной средой. Такой журналист представляет собой опасность не только для социального мира, но и для самой редакции, и они в ультимативной форме предъявляют ему свои претензии. Особенность права и этики состоит также в том, что они пронизывают все массово-информационное производство. На каждом его этапе и в любой предметно-тематической области возникают правовые и этические отношения, предписания, конфликты. Наконец, преобладающая часть литературно-творческих умений журналиста обращена вовнутрь, то есть находит применение на редакционной «кухне» – при подготовке материалов и выполнении иных служебных функций. Соблюдение же правовых и этических норм, наоборот, чаще всего бывает обращено вовне, в

сферу интересов граждан и юридических лиц, которые так или иначе затрагиваются в деятельности СМИ.

Право и этика, регулирующие практику прессы, имеют двойной статус. С одной стороны, они являются элементами сложившихся в обществе систем законодательства и профессиональной этики. В этом смысле журналистская этика давно уже получила признание у специалистов. Право СМИ еще только оформляется и становится, обретает себя. Объем нормативных документов по вопросам информации и информатизации в России нарастает. Это побуждает специалистов выделять особую отрасль законодательства – информационное право. Еще более узким по значению понятием пользуются те, кто имеет дело с журналистикой, – они говорят о праве СМИ. Исследователи и преподаватели вузов предлагают развивать журналистское правоведение как научную и учебную дисциплину.

Всех этих названий нет в академических перечнях отраслей права, но они *de facto* присутствуют в новейшей литературе и имеют основу в массово-информационной практике. Мы не имеем возможности вдаваться в теоретико-терминологические дискуссии и будем употреблять эти названия как рабочие понятия. Дело не столько в названиях, сколько в том, что право СМИ представляет собой широко разветвленную, многоплановую совокупность норм. Охватить всю ее в одной главе не удастся, и придется ограничиться в основном информационной стороной журналистики.

У права и этики СМИ есть и другое измерение: они входят в систему журналистской теории и образования. Здесь они имеют как бы два крыла. Во-первых, право и этика смыкаются с фундаментальным учением о принципах и социальных ролях прессы, о структуре мировоззрения журналиста и т.п. Во-вторых, они формируют (предписывают, подсказывают, запрещают) стандарты поведения корреспондента и редактора, определяют выбор тех или иных средств труда и значит – должны изучаться на прикладном уровне, в системе методов и техники производственной деятельности.

Итак, подготовка и самообразование специалиста ни в коей мере не исчерпываются заучиванием законов и этических кодексов. Наш предмет строится по следующей схеме: правовое и этическое сознание – знание норм – методика деятельности. Учитывая, что вопросы журналистской этики лучше проработаны в учебной литературе, мы лишь обзорно осветим их в конце главы. Главное же внимание будет уделено правовой культуре – важнейшему, но мало раскрытому в учебниках элементу квалификации сотрудника СМИ.

Содержание правовой культуры. Правовую культуру журналиста мы понимаем как уважение, знание и практическое применение норм права в интересах эффективной и безопасной профессиональной деятельности.

Разберемся в определении подробно. Под уважением норм имеется в виду сознательное их соблюдение, причем не выборочно, с делением на удобные и

неудобные, а соблюдение всей системы прав и обязанностей. Для журналистов это обстоятельство имеет особое значение. Специфика профессии – рискованной, требующей настойчивости и даже настырности, временами конфликтной – порождает иллюзию того, что сотрудники СМИ имеют правовой приоритет по сравнению с другими людьми. Однако в действительности профессия рассчитана обществом в первую очередь на защиту интересов граждан, организаций и социальной системы в целом. В законодательстве о СМИ обязанностям журналистов отведено по меньшей мере такое же место, как и их правам. На эту мысль наводит и статистика судебных разбирательств по поводу деятельности СМИ. Так, за два последних столетия в Верховном Суде США масс медиа выиграли только половину дел (до 1920-х годов – всего 15%). Особенно существенно, что выигрывают они в основном как истцы, тогда как в качестве ответчиков по претензиям граждан и организаций в два раза чаще проигрывают [1]. Подобные статистические данные накоплены и в современной России.

Знание норм включает в себя обширный и многообразный материал. Оно позволяет журналисту свободно ориентироваться в социальном мире и мире профессиональном. Перечислим важнейшие его составляющие:

- Ø в связи с социальной средой, в которой разворачивается практика СМИ, – конституционное право, система власти в Российской Федерации, основы международного права;
- Ø в связи с объектом деятельности – права граждан, юридических лиц, органов власти и управления, попадающих в сферу журналистского внимания;
- Ø в связи с предметом деятельности – специальное законодательство, регулирующее массово-информационный обмен;
- Ø в связи с условиями деятельности – трудовое и административное право (касающееся наемного работника), имущественные права (касающиеся менеджера или собственника СМИ), гражданское право (касающееся работы журналиста по договору подряда);
- Ø в связи с реализацией своих прав – средства, инстанции и порядок правовой защиты и самозащиты журналиста.

Не много ли для человека, который не является и не хочет становиться юристом? Думается, что здесь перечислен минимум сведений, необходимых для успешной работы. Более того, перечень следовало бы дополнить и другими специальными знаниями, которые тоже относятся к условиям труда в СМИ, – например, о регулировании деятельности правоохранительных органов, часто вступающих в служебные контакты с журналистами. Другое дело, что степень погружения в материал варьируется в широких пределах. Один корреспондент настолько поднатреет в судебных спорах, что будет способен грамотно составить исковое заявление в защиту своих прав. Другому же в подобном случае придется обращаться за помощью к юристу. Как и в иных областях квалификации, здесь у самосовершенствования нет верхней границы. Кстати сказать, умение и привычка сотрудничать с опытными экспертами также входит в состав правовой культуры.



Применение норм совсем не автоматически следует из их знания. Комиссия по свободе доступа к информации (общественный правозащитный фонд) установила, что примерно 70% российских журналистов имеют представление о Законе РФ «О средствах массовой информации» как центральном документе в системе права СМИ, еще 30% знакомы с другими законами по профилю своей работы. По пятибалльной шкале такое знание оценивается в 2,6 балла. Однако в суд для отстаивания своих прав журналисты обращаются крайне редко. Значит, знание остается поверхностным, ознакомительным, не применяемым на практике.

Обратим внимание на эффективность и безопасность деятельности журналиста. У права есть не только регулирующая, но и охранительная функция. Оно защищает журналиста от посягательств на его полномочия, на способность выполнять общественный долг и служебные обязанности. Защищает и от соблазна бесшабашного удалства в обращении с фактами, если корреспондент оглядывается на санкции, которые могут быть к нему применены. Если же он их игнорирует, то расплата бывает суровой. Например, американские газетчики заплатили популярному актеру Тому Крузу 320 тыс. долл. Так суд оценил измышления, задевающие честь и репутацию кинозвезды.

Типичные нарушения права СМИ. Нарушения норм, связанные с массово-информационной деятельностью, к сожалению, стали привычной характеристикой нашей общественной жизни. Слабым утешением служит то, что и в мировой практике это один из самых конфликтных видов правоотношений. Разделим их на две большие группы: нарушения со стороны СМИ и журналистов и покушения на свободу массовой информации. Деление это грубое, в действительности каждая коллизия выглядит гораздо более запутанной и богатой нюансами.

Нарушения со стороны СМИ чаще всего фиксируются на этапе публикации материалов. Из всех стадий и видов журналистского труда публикация оказалась индикатором слабости правовой подготовки авторов. Поведение корреспондентов в процессе сбора информации, организации производства, общения с коллегами и т.п. вызывает значительно меньшее количество нареканий. Это не должно удивлять – ведь для общественности смысл и содержание журналистики предстают именно в виде опубликованных текстов.

С точки зрения поводов для претензий к журналистам одну из первых позиций занимает ущемление чести и достоинства граждан. В дальнейшем мы детально рассмотрим нормативные основания для возбуждения таких споров. Сейчас же сделаем лишь несколько поясняющих замечаний. Во-первых, не надо смешивать распространение сведений, порочащих честь и достоинство, с клеветой и оскорблением. Первое деяние «подведомственно» гражданскому законодательству, тогда как второе и третье – уголовному. В этом различии заложен секрет: по гражданскому праву, доказывать, что сведения соответствуют действительности, должен ответчик (журналист), по уголовному же, в рамках которого действует презумпция невиновности, – заявитель

(оскорбленный человек). Между прочим, и госпошлина при подаче заявления о взыскании компенсации морального вреда смехотворно мала – 10% МРОТ, независимо от запрашиваемой суммы (Закон РФ «О государственной пошлине»). Вот почему среди обиженных редакцией лиц так популярна ссылка на умаление их чести и достоинства, а не какую-либо иную форму вреда. Во-вторых, только за первую половину 1990-х годов количество судебных преследований журналистов в связи с ущемлением чести и достоинства, а также деловой репутации граждан и юридических лиц увеличилось в три раза. Объективной причиной столь резкого подъема служит развитие гражданского самосознания и самоуважения людей, а это, при всех неудобствах для редакций, хороший знак: усиливается тенденция к демократизации и гуманизации общества. Субъективная же причина заключается в том, что корреспонденты и редакторы не считают с этой тенденцией и позволяют себе анархическую вольность в обращении с фактами и словами.

Другие виды правонарушений при публикации материалов гораздо реже всплывают в судебных протоколах. Это касается недопустимого злоупотребления свободой массовой информации – в форме, например, разглашения сведений, составляющих государственную или иную охраняемую законом тайну, призыва к захвату власти, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, пропаганды войны (ст. 4. Закона РФ «О средствах массовой информации»), сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений (ст. 51). Не будем обольщаться – наша пресса далеко не безгрешна в этих отношениях. Однако доказательство ее вины зачастую бывает осложнено, и ответственность не наступает.

По данным Верховного Суда России, в 1990–1995 гг. сложилась такая статистика судимости по статьям Уголовного кодекса:

- Ø содержание притонов и сводничество (главным образом в форме публикации предложений об интимных услугах) – 1089;
- Ø изготовление или сбыт порнографических предметов – 416;
- Ø клевета – 143;
- Ø оскорбление – 39;
- Ø нарушение равноправия граждан по признаку расы, национальности или отношения к религии – 4;
- Ø нарушение тайны переписки, телефонных переговоров и телеграфных сообщений граждан – 4;
- Ø призывы к насильственному изменению конституционного строя – 3[2].

Для иллюстрации к первому пункту сводки: прокуратура Владивостока, решившая проверить так называемые «фирмы досуга», начала с изучения газетных объявлений об интимных услугах. Они побуждают граждан воспользоваться предложениями притонов и привлекают женщин к занятию проституцией, то есть несут в себе признаки состава преступления.

И еще одно замечание. В сводке не нашло отражение одно из самых распространенных и типичных деяний прессы – нарушение порядка предвыборной агитации. Причина заключена в том, что реальных, оперативно действующих санкций против СМИ в данном отношении законодательство не предусматривает.

Понятие ущемления свободы массовой информации получило подробное описание в Законе «О средствах массовой информации»:

- Ø осуществление цензуры;
- Ø вмешательство в деятельность редакции и нарушение ее профессиональной самостоятельности;
- Ø незаконное прекращение либо приостановление деятельности СМИ;
- Ø нарушение права редакции на запрос и получение информации;
- Ø незаконное изъятие, а равно уничтожение тиража или его части;
- Ø принуждение журналиста к распространению или отказу от распространения информации;
- Ø установление ограничений на контакты с журналистом или передачу ему информации (за исключением особых случаев).

Если бы существовала точная статистика, то наверняка первенствовала бы относительно мягкая форма ущемления журналистов – отказ в предоставлении им информации. Однако сами журналисты склонны умалчивать о нарушении их права искать и получать информацию, а также права на доступ к источникам сведений. Причины субъективны: сказываются и сложность доказывания вины «обидчика», на что у вечно спешащих репортеров нет времени, и опасение встречных санкций в форме административного или экономического давления на редакцию, и попросту отсутствие привычки отстаивать свои законные интересы. Однако никто другой не знает ситуацию с доступом к информации лучше журналистов, и никому они не могут передоверить свою самозащиту.

Среди тяжких проступков назовем применение насилия в различных его формах. Внимание общественности привлекают в первую очередь покушения на жизнь журналистов. Делегатам одного из съездов Союза журналистов Москвы сообщили, что в столице за два года погибло 27 их товарищей, в то время как в Чечне погибших было 24. Это чудовищные цифры, ведь даже единичная насильственная смерть человека, исполняющего профессиональный долг, потрясает общество. Вспомним убийство в 1998 г. главного редактора газеты «Советская Калмыкия» Ларисы Юдиной, которая была известна в стране своей героической борьбой за свободу слова и независимость печати от административного контроля. Но вместе с тем не будем забывать и о текущей практике телефонного шантажа, угроз, психического подавления личности. В юридическом отношении здесь имеет место не просто преступление против личности, а нарушение права СМИ, поскольку, по закону, государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества.

Хозяйственно-финансовое притеснение СМИ по форме может походить на легальные действия. Оно осуществляется, например, в виде перманентной работы комиссий по проверке хозяйственной деятельности редакции. В последнем случае у руководства СМИ нет официальных оснований возражать против визита очередных ревизоров, но фактически дело доходит едва ли не до закрытия издания. Нередко встречается и административное давление на СМИ, которое выражается в издании распоряжений и даже указаний журналистам от имени органов управления или должностных лиц. С точки зрения закона оно квалифицируется как нарушение профессиональной самостоятельности редакций. Характерно, что политики и чиновники используют не только властные полномочия и авторитет, но и экономические рычаги, которые – такова реальная расстановка сил в российских СМИ – находятся в их распоряжении. Таким образом, административное принуждение фактически сливается с хозяйственно-финансовым. Особенно подвержены ему местные издания, которые, как правило, дотируются из бюджета.

Чтобы противостоять покушениям на свободу массовой информации, от журналиста требуется незаурядное мужество, так как правовая культура не предполагает каких-либо компромиссов в этой области. Во-первых, потому что независимость СМИ является законодательно признанным достоянием общества, а не конкретной редакции, во-вторых, потому что профессиональная культура включает в себя морально-этические императивы, а именно – неколебимую приверженность свободе как личной жизненной ценности.

## ПРАВО НА ИНФОРМАЦИЮ И ОБЯЗАННОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ

Понятие права на информацию. Как мы уже убедились, права журналиста не являются приоритетными по сравнению с правами человека. Наоборот, даже некоторые привилегии, предоставленные сотрудникам СМИ в связи с их профессиональными обязанностями, – это производное от личных и социальных свобод гражданина. Следовательно, во-первых, как член общества журналист обладает всей полнотой гражданских прав и свобод, в частности в доступе к информации. Во-вторых, по роду деятельности он служит представителем граждан в их отношениях с источниками социально значимых сведений. В-третьих, данная роль работников СМИ, чтобы успешно выполняться, должна найти отражение в законодательстве. В Законе «О средствах массовой информации» читаем: «Граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц».

Право на информацию генетически связано с концепцией так называемых естественных прав человека. Она имеет глубокую историю и прошла сложный путь эволюции. От философии Платона и Сократа, от мыслителей эпохи Просвещения идея естественных прав была воспринята современными сторонниками либеральных воззрений на общество. В наши задачи не входит подробный анализ этих взглядов и научной полемики, которую они вызывают. Но все-таки мы не погрешим против истины, если скажем, что демократия предполагает юридическое закрепление ряда фундаментальных прав гражданина, и что в цивилизованном мире в целом сложилось согласие по этому поводу. Имеется в виду признание права на жизнь, личную свободу, безопасность и т.д.

В духовной области одним из фундаментальных достояний личности является свобода искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ. Так гласит статья XIX Всеобщей декларации прав человека, принятой ООН в 1948 г., – может быть, самая знаменитая статья. Сходные формулировки включены во внутреннее законодательство многих государств. В нашей стране действие этой международной нормы гарантировано Конституцией РФ: «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом» (ст. 29).

Сделаем несколько пояснений. Не следует отождествлять право на информацию со свободой мысли и слова во всем ее объеме, как это иногда делается. Мы сейчас рассматриваем только законодательное регулирование доступа к сведениям, то есть их поиска и получения, но не производства и распространения. Следовательно, если проецировать право на информацию на журналистику, то оно охватывает лишь отдельные стороны деятельности СМИ – главным образом сбор журналистами фактов и получение аудиторией сведений по каналам массовой коммуникации. Остальные стороны

редакционной практики регулируются законодательством иного профиля. Далее, для граждан право на информацию имеет гораздо более богатое содержание, чем чтение газет или слушание радиопередач. Оно означает свободу доступа к государственным и иным хранилищам разнообразных сведений. Наконец, режим жизни без секретов вступает в противоречие с существованием тайн и с нежеланием конкретных людей, организаций, объединений пускать посторонних в свое информационное хозяйство.

Последнее обстоятельство порождает немалые трудности для законодателей, общественных деятелей, журналистов. Окончательно устранить противоречие невозможно – оно относится к разряду вечных социальных проблем. Однако можно приблизиться к его разрешению в реальной практике. Прежде всего необходимо руководствоваться общим принципом, заложенным в наше конституционное законодательство: осуществление прав и свобод человека не должно нарушать права и свободы других лиц. Кроме того, свобода слова и информации относится к числу тех прав, которые не бывают абсолютными, – принято ограничивать ее определенными рамками, исключениями, частными запретами. Так, в Конституции РФ подчеркивается, что информационная деятельность ведется лишь законными средствами. Наконец, требуется разветвленное законодательство, которое отражало бы многообразие интересов в мире информации и помогало их сбалансировать. Мы найдем регламентацию такого рода в крупнейших по значению соглашениях, принятых интернациональным сообществом. Например, в Международном пакте о гражданских и политических правах говорится об ограничениях, необходимых для уважения прав и репутации других лиц, а также для охраны государственной безопасности, общественного порядка, здоровья и нравственности населения. Но во всех международно-правовых источниках подчеркивается, что ограничения устанавливаются только соответствующими законами.

Сложность и неоднозначность использования права на информацию можно наблюдать на вопросе об освещении жизни общественных деятелей. В мировой практике выработаны общие подходы к решению данного вопроса, но не точные инструкции для каждого отдельного случая. С одной стороны, политики, управленцы высокого ранга, «звезды» эстрады, популярные литераторы имеют такое же право на ограждение от досужего любопытства толпы, как и прочие граждане. С другой стороны, в мировой социальной практике и в законодательстве давно признано, что их частная жизнь может влиять на решение общественных, в том числе государственных проблем и потому должна быть прозрачной. Не случайно, например, Закон РФ «О государственной тайне» запрещает засекречивать сведения о состоянии здоровья высших должностных лиц Российской Федерации. В Декларации о средствах массовой информации и правах человека, принятой Парламентской Ассамблеей Совета Европы, дается такое истолкование проблемы: «Тезис “там, где начинается общественная жизнь, личная жизнь заканчивается” не является адекватным для охвата этой ситуации. Личная жизнь общественных деятелей должна защищаться, за исключением случаев, когда она может оказывать

воздействие на общественно значимые события. То обстоятельство, что какое-либо лицо фигурирует в новостях, не лишает его права на уважение его личной жизни».

Нормативная база права на информацию. Кроме уже названных нами норм в Конституции РФ есть специальное положение, касающееся права граждан получать необходимые сведения. Органы государственной власти и местного самоуправления обязаны обеспечить каждому возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы, если иное не предусмотрено законом (ст. 24). Вопрос заключается в том, что именно включено в понятие «иное» и каким законом.

Запрещающие или ограничивающие положения разбросаны по многочисленным документам и не сведены в единый, внутренне непротиворечивый список. Закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» относит к сведениям с ограниченным доступом государственную тайну и конфиденциальную информацию. В свою очередь содержание государственной тайны и порядок работы с ней определяются Законом «О государственной тайне», а также рядом нормативных документов, обеспечивающих его исполнение. Перечень сведений конфиденциального характера утвержден специальным Указом Президента РФ (1997). К ним относятся, сокращенно говоря, сведения о фактах, событиях и обстоятельствах частной жизни гражданина; тайна следствия и судопроизводства; служебные сведения, доступ к которым ограничен органами государственной власти в соответствии с Гражданским кодексом и федеральными законами (служебная тайна); сведения, связанные с профессиональной деятельностью (врачебная, нотариальная, адвокатская тайна, тайна переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных или иных сообщений); коммерческая тайна; сведения об изобретении модели или промышленном образце до официальной публикации о них. Очевидно, что каждая тайна должна получить четкое описание в нормативных источниках, – иначе невозможно исключить произвол в «назначении» тех или иных данных секретом, не подлежащим разглашению. Нет сомнений и в том, что нужен специальный документ, который устанавливал бы ясный регламент обращения за информацией и ее предоставления, а также обжалования неправомерных отказов.

Полезный материал для выработки необходимого порядка дает зарубежная практика. Описание законодательства о СМИ в Европе, Америке и Австралии представлено в книге «Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ)», подготовленной международной неправительственной организацией юристов Article XIX. Мы обратимся к опыту двух государств – Швеции и США.

Швеция известна как страна, где еще в 1766 г. был принят первый в истории закон о свободе прессы[3]. В дальнейшем он неоднократно менялся и дополнялся, и сегодня в этой стране действует весьма стройная система права СМИ. В интересующем нас аспекте ее коренной особенностью является

максимальная открытость официальных учреждений для населения. Любой гражданин страны может ознакомиться с документами любого государственного или муниципального учреждения, независимо от того, имеют ли они к нему отношение, не предъявляя удостоверение личности и не объясняя целей запроса. Немногочисленные ограничения связаны с охраной государственной тайны и личных секретов, есть некоторые процедурные подробности, но главное, что власти обязаны в течение суток предоставить все материалы, без ссылок на трудоемкость операции. Столь же свободны для доступа общественности заседания парламента. Предусмотрен и строгий контроль за выполнением закона.

Если Швеция демонстрирует опыт старейшей и стабильно работающей правовой системы, то в США была предпринята относительно недавняя попытка преодолеть закоренелую изоляцию властей от общества[4]. В 1966 г. здесь вступил в действие федеральный закон «О свободе информации», а вслед за тем появилось еще несколько правовых актов, развивающих его и дополняющих. До этого общественности приходилось довольствоваться либо публикациями официальной прессы, либо случайными утечками информации, либо материалами судебных дел и следственных комиссий. Закрытость административных учреждений вела к тому, что гражданин становился все более подотчетным правительству, а оно не становилось более подотчетным гражданам. В главных чертах созданный американцами механизм доступа к информации походит на шведский вариант. Правда, срок предоставления информации по запросу здесь увеличен до десяти дней. Особое внимание привлекает такая норма, как регулярная публикация целого комплекса сведений в специальном издании – Федеральном реестре, широко доступном общественности. В нем описываются структура учреждения, функции его подразделений, разработанные им нормативные акты, а также места и порядок предоставления информации по запросам граждан и др. Таким образом, с помощью справочников и указателей значительно упрощается задача поиска необходимых сведений. Добавим, что большинство учреждений с этой целью создало читальные залы для знакомства с документами.

В России наиболее полным документом такого плана является Закон «Об информации, информатизации и защите информации». Здесь приводится толкование основных понятий из данной области, вводится деление информации на открытую и общедоступную (государственные информационные ресурсы) и с ограниченным доступом. Определяется также круг сведений, доступ к которым запрещено ограничивать:

- Ø законодательные и другие нормативные акты, устанавливающие правовой статус органов власти и общественных организаций, права, свободы и обязанности граждан;
- Ø информация о чрезвычайных ситуациях, экологическая, метеорологическая, демографическая и иная, влияющая на безопасность населенных пунктов, производства и граждан;



Ø документы о деятельности органов власти и самоуправления, об использовании бюджетных средств и других ресурсов, о потребностях населения;

Ø документы, накапливаемые в открытых фондах библиотек, архивов, органов власти, общественных объединений, представляющие общественный интерес или необходимые для реализации прав, свобод и обязанностей граждан.

В Законе есть специальная глава «Пользование информационными ресурсами». В ней закрепляется равное право доступа всех пользователей к государственным ресурсам, формулируется обязанность собственников и владельцев информации определять порядок ее получения и бесплатно предоставлять пользователям сведения о содержании ресурсов, оказываемых услугах и условиях доступа к ним. Здесь же вводятся гарантии предоставления информации – в том числе возможность через суд обжаловать отказ. За это предусмотрена ответственность по уголовному и гражданскому праву и законодательству об административных правонарушениях.

Полезность регламента, с которым мы кратко познакомились, не вызывает сомнений. Но не менее очевидна и его недостаточность – как, впрочем, и то, что зарубежный опыт также не охватывает все стороны вопроса. Например, в шведском законодательстве предусмотрен свободный доступ только к документам государственных или муниципальных учреждений, а в американском круг источников сужается до органов федеральной власти (власти штатов и местное самоуправление в него не входят; правда, в большинстве штатов приняты собственные законы сходного содержания). Частное предпринимательство, общественные ассоциации и объединения и иные негосударственные сферы не охватываются свободой доступа к информации. Действие российского закона также фактически распространяется лишь на государственные информационные ресурсы. Далее, в Швеции правом знакомиться с документами обладает гражданин этой страны, в США предусмотрен доступ и для иностранцев, если они постоянно проживают в Штатах. Значит, вводятся привилегии и существенные ограничения. Наконец, серьезным препятствием на пути к открытому доступу является институт собственника информационных ресурсов. По Закону «Об информации, информатизации и защите информации», собственник сам определяет режим работы со своим достоянием и может использовать информационные ресурсы как товар, то есть назначать цену за их использование – не исключено, что чрезмерную для гражданина или редакции.

Чтобы снять эти и иные противоречия, нужен универсальный, базовый для всех случаев закон, в котором описывались бы фундаментальные принципы и порядок получения информации. В России разработан законопроект «О праве на информацию», который прошел экспертизу в неоднократных публичных слушаниях и значится в числе приоритетных для рассмотрения в Государственной думе. Концептуально он построен следующим образом. Во-первых, авторы исходят из права на информацию человека и гражданина –

любого, а не только жителя России. Во-вторых, предусматривается общедоступность и открытость всего общества и, соответственно, обязанность всех юридических лиц (не только государственных учреждений) предоставлять информацию. В-третьих, распространяемая информация должна быть достоверной, в противном случае применяются санкции (что, кстати сказать, касается и СМИ). В-четвертых, условия получения информации, включая стоимость услуг по ее предоставлению, подчиняются общим стандартам и не превышают разумно необходимый уровень. Естественно, например, что человек, запросивший копию многостраничного протокола, оплачивает затраты на ее изготовление – но не платит надуманные, фантастические суммы. Прейскурант на услуги должен быть официально утвержден и доведен до сведения граждан.

Доступ журналистов к информации. Несмотря на то, что в принципиальном плане журналисты обладают тем же объемом правомочий, что и рядовые граждане, в законодательстве содержатся специальные нормы, обеспечивающие деятельность СМИ. Обстоятельства и каналы сбора фактов для прессы многообразны и конкретны, столь же специфичны и виды отношений, в которые вступает журналист в процессе работы, и законодательство предусматривает нормативные толкования стандартных ситуаций. Общих положений о праве искать информацию для регулирования репортерской практики недостаточно.

Проблема доступа журналистов к интересующим их сведениям распадается по меньшей мере на две самостоятельные темы: во-первых, до какой степени полно и непротиворечиво она трактуется в действующих нормативных актах и, во-вторых, как в реальности представители СМИ пользуются своими правами.

Ответ на первый вопрос также будет неоднозначным. С одной стороны, в законодательстве отражены все главные стадии и формы сбора сведений для СМИ. С другой стороны, отдельные законы и особенно подзаконные акты плохо согласованы между собой, и в результате то, что разрешено, например, информационным законодательством, нередко бывает запрещено ведомственными приказами и инструкциями. Подробнее об этом пойдет речь в разделе, посвященном системе права СМИ. Кроме того, далеко не каждая обязанность должностных лиц по отношению к прессе подкреплена мерами контроля за ее выполнением.

Рассмотрим конкретно возможности журналиста в части допуска к информации. Согласно Закону «О средствах массовой информации», он имеет право:

Ø посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы. Одним из механизмов осуществления этого права является аккредитация журналиста при названных организациях. Аккредитованный представитель СМИ получает дополнительные гарантии допуска к информации: его предварительно извещают о заседаниях и других мероприятиях, обеспечивают стенограммами и

иными документами, ему создают благоприятные условия для производства записи;

Ø быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации. Правда, закон не налагает на должностное лицо встречное обязательство – принять журналиста по его запросу;

Ø получать доступ к документам и материалам (за исключением сведений, относящихся к разряду тайн);

Ø копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы (кроме оговоренных в законодательстве исключений);

Ø производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки (опять-таки за рядом исключений);

Ø посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях. Это право имеет ограничения, связанные с сохранением общественной безопасности;

Ø проверять достоверность сообщаемой ему информации.

Как видим, предусмотрены права, что называется, на все случаи жизни. Причем они в большинстве своем не дублируют, а дополняют друг друга. Чего, скажем, стоило бы право посещать место стихийного бедствия, если бы было запрещено делать там записи в блокноте или фиксировать события на пленке? Или: доступ к документам теряет смысл, если нельзя снять с них копии и т.д.

Нетрудно догадаться, что осуществление правомочий журналистов наталкивается на многочисленные препоны. Деловые круги еще не достигли такой степени нравственного совершенства, чтобы добровольно и охотно раскрывать свои секреты общественности. Было бы, однако, неверно искать виновников только среди собственников информационных ресурсов или бюрократов различного толка. Зачастую виновными оказываются сами корреспонденты, их тактически неверное поведение в информационном пространстве.

Фонд защиты гласности провел исследование источников, к которым чаще всего обращаются корреспонденты. Как выяснилось, для региональных и местных СМИ особенно характерно тяготение к чиновничьему миру. И наоборот: если 57% журналистов федеральных СМИ регулярно обращаются к частным лицам, то среди сотрудников местной прессы это практикуют только 35%. Еще менее популярны как постоянные источники сведений представители бизнеса, особенно его негосударственных ветвей. Такая привязанность к одному и тому же источнику (конкретнее – к управленцу из областной или районной администрации) чревата неприятными последствиями. Во-первых, журналист теряет самостоятельность в изучении, понимании и оценке событий, его, что называется, ведут лоцманы-чиновники. Во-вторых, он попадает в прямую зависимость от желания или нежелания привычного партнера сообщать ему сведения. Единственный способ избежать такого закрепощения – создать для себя сеть альтернативных источников информации. Тогда появится шанс проверять достоверность получаемых сведений, что, между прочим, закон относит не только к правам, но и к обязанностям журналиста.

## СИСТЕМА ПРАВА СМИ В РОССИИ

Федеральное законодательство о СМИ. В России действует система права, базирующаяся на Конституции и официально опубликованных законах. По типу она относится к континентальному праву – в отличие от прецедентного, где в основу решений кладутся не писанные, как бы заранее заданные нормы, а подобные случаи из прежней судебной-юридической практики. Прецедентное регулирование социальной жизни принято, например, в Великобритании, в значительной мере под это определение подпадают США. Конституционное законодательство широко распространено в странах Европы (отсюда – «континентальное»).

В массово-информационной области действуют общая для всей правовой системы иерархия нормативных документов. Принципиальные основы законодательства о СМИ содержатся в Конституции РФ: свобода мысли и слова, запрет на антигуманную пропаганду в различных ее проявлениях, беспрепятственное движение информации, запрет на цензуру (ст. 29), идеологический плюрализм (ст. 13), неприкосновенность частной жизни (ст. 23 и 24), свобода творчества (ст. 44) и др.

Особо отметим, что Конституция включает в национальную правовую систему общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры России, и более того – они приоритетны по отношению к отечественному законодательству (ст. 15). Предусмотрено также право гражданина обращаться к межгосударственным органам по защите прав и свобод человека. Это означает, что несовершенство российских законов или их произвольное истолкование, направленное против цивилизованных форм обмена информацией, компенсируются усилиями мирового сообщества по утверждению естественных прав и свобод. Наша страна не является исключением. В таком же положении находятся, например, другие государства, вступившие в Совет Европы. Их внутреннее законодательство и практика правоприменения должны быть скорректированы в соответствии со стандартами этой организации. Европейский суд по правам человека недавно создал прецедент, знать о котором полезно и нашим соотечественникам. Он вынес оправдательный приговор по делу британского репортера, осужденного на родине за отказ огласить конфиденциальный источник информации.

Детализация и развитие положений Конституции содержатся в специальном законодательстве (которое, конечно же, не должно ей противоречить, как и все прочие нормативные документы). Центральное место в законодательстве о СМИ занимает Закон РФ «О средствах массовой информации».

Справедливости ради надо сказать, что это не первый в отечественной истории документ, регулирующий массово-информационную деятельность. В данной связи историки обращают внимание на Указ Петра I об издании газеты «Ведомости», детально разработанное цензурное законодательство царской России, Декрет о печати, подписанный В.И. Лениным, и более поздние нормативные акты. Непосредственным предшественником нынешнего Закона

стал Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации», принятый в 1990 г.[5] Уже в нем было отражено большинство связей и отношений, возникающих у нынешней российской прессы.

Закон РФ «О средствах массовой информации» защищает редакции от принудительного воздействия извне и вмешательства в производственный процесс, описывает механизмы взаимодействия редакций с государством, учредителями и издателями, источниками информации и гражданами, гарантирует журналисту защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества и предоставляет ему личную независимость в творческом и гражданском отношениях, формулирует права и обязанности журналиста. Документ выдержал проверку временем, он создает требуемые условия для эффективной журналистской деятельности. Впрочем, некоторые дополнения к тексту были сделаны уже в 1995 г., и, вероятно, появятся новые уточнения, подсказанные опытом работы.

Закон выдержал и иную, еще более внушительную нагрузку – уже в качестве опорного элемента сложной конструкции правовых актов и положений. Сегодня сложилось целое семейство законов о прессе – не идеально полное по составу и внутренним взаимосвязям, но все же гораздо надежнее обеспечивающее потребности и общества, и самой журналистики, чем это было совсем недавно.

В структуру отраслевого права входят федеральные документы, так или иначе затрагивающие сферу массовой информации. Назовем самые заметные среди них: «О государственной тайне» (1993), «Об основных гарантиях избирательных прав граждан Российской Федерации» (1994), «Об информации, информатизации и защите информации» (1995), «О рекламе» (1995), Гражданский и Уголовный кодексы и др. Постепенно формируется практика согласования различных законоположений, без чего невозможно добиваться реализации каждого из них. Отдельные нормы, которые лаконично представлены в Законе «О средствах массовой информации», получают подробное толкование в специальных правовых актах. Так, короткое упоминание об обязанности СМИ направлять бесплатные экземпляры изданий в библиотеки и другие хранилища как бы развертывается в Законе «Об обязательных экземплярах документов». Статья 42 («Авторские произведения и письма») подкрепляется действием глубоко детализированного Закона «Об авторском праве и смежных правах» и т.д.

На судьбе Закона «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации» (1995) можно наблюдать, как разработка пакета взаимодополняющих положений придает реальную силу новому документу. Законом предусмотрено введение ряда экономических льгот для СМИ, чтобы создать всем равные условия для утверждения на рынке и успешного функционирования. Соответственно пришлось внести дополнения и изменения в такие далекие, на первый взгляд, от журналистики документы, как законы «О налоге на добавленную стоимость», «О налоге на прибыль

предприятий и организаций», «О таможенном тарифе». Далее развернулась борьба за включение в государственный бюджет расходов на обеспечение объявленных льгот, затем потребовались специальные ведомственные инструкции (например для таможенных служб), без которых решения высших органов государственной власти не стали бы исполняться на рабочих местах.

Подзаконные акты и региональное законодательство. Нормативная база СМИ представлена не одними лишь федеральными законами. В нее входят подзаконные акты органов исполнительной власти на общероссийском уровне: указы, правительственные постановления, приказы министерств и др. Она также включает в себя законодательство субъектов Федерации (региональное законодательство) и подзаконные акты органов власти в регионах. Ниже по вертикали следуют нормативные акты органов местного самоуправления (в городах, районах, сельских поселениях) и административные приказы и распоряжения в организациях (например, правила трудового распорядка в редакции).

Этот механизм регулирования может показаться излишне многоступенчатым и сложным. Но, во-первых, таков единый для всех отраслей жизни механизм управления в стране. Во-вторых, существуют строгие принципы, на которых держится взаимодействие нормативных документов. Все они издаются на основе и во исполнение федеральных законов и, естественно, не должны им противоречить. Кроме того, каждый орган управления принимает нормативное положение только в пределах своей компетенции: министерство – в своей отрасли хозяйства, законодательное собрание области – в регионе, а главный редактор – в своей газете. Поэтому в идеале система должна действовать слаженно и по общепонятным правилам.

Субъекты Федерации пользуются своим правом разрабатывать нормативные документы – в статусе закона или постановления органа исполнительной власти. На материальном положении СМИ благотворно сказывается их экономическая поддержка со стороны региональных властей. Во многих республиках и областях приняты решения о льготах для прессы – например, в виде сокращения арендной платы и налогов, поступающих в региональный бюджет. Этот порядок не противоречит духу и букве российских законов. С другой стороны, как показывают наблюдения (здесь мы обращаемся к журналу «Законодательство и практика средств массовой информации»), отнюдь не редкостью является расхождение регионального законодательства с федеральным. Известны типичные «болевы точки» в их взаимоотношениях. Так, в ряде случаев региональные власти тяготеют к усилению своего контроля за деятельностью СМИ – особенно телевидения, ограничению возможности для критики местных правящих элит, произвольному и дилетантскому определению понятий, которые еще не получили глубокой теоретико-правовой интерпретации на общегосударственном уровне. Федеральные органы правового надзора выявляют такие факты и добиваются их устранения. Но это долгая процедура, у практикующих журналистов обычно нет возможности дожидаться исхода споров центра и провинции по поводу распределения

компетенции. Неотлаженность взаимоотношений между субъектами власти препятствует выполнению вполне конкретных редакционных планов и заданий. Значит, есть потребность в специальной службе, которая бы оперативно находила ошибки и корректировала их властными средствами.

Особенно часто в противоречие с законами вступают ведомственные и административные документы. Это не удивительно, если вспомнить, что органов управления существует великое множество, и что в их отношении к гласности вмешиваются частные, отнюдь не общегосударственные интересы. Между тем при сборе информации журналист в большинстве случаев имеет дело с людьми, для которых высшим законом является приказ непосредственного начальника. В частности, горькие и поучительные уроки были вынесены из военных событий в Чечне (1994–1995).

Формально в этой республике не было объявлено ни военное, ни чрезвычайное положение, что предполагало бы существенное ограничение прав и свобод человека и журналиста в том числе. Следовательно, в ходе вооруженного конфликта должны были в полном объеме действовать нормы мирного времени. Закон «О внутренних войсках МВД», предусматривающий сужение доступа к информации о действиях войск, не превосходит по силе Закон «О средствах массовой информации». Значит, журналисты имели право свободно передвигаться по всей территории Чечни, включая места боев, вести записи и съемку военных объектов без специальных разрешений, не опасаясь санкций (применения физической силы, открытия огня, изъятия материалов, задержания и т.п.). Такая логика хороша и приемлема в правоведческих спорах. Но реальность на местах боев опровергала ее. Как подчеркивалось в ходе дискуссии «Чеченский капкан: попала ли в него пресса?» (1995), солдаты руководствовались Памяткой воину, выполняющему задачу по восстановлению законности и порядка на территории Чеченской Республики. Согласно Памятке, запрещалось общение военнослужащих с какими бы то ни было гражданскими лицами, предписывалось задерживать подозрительных лиц, а общение с журналистами допускалось лишь с разрешения непосредственных командиров[6].

Из анализа рассмотренной коллизии каждый журналист должен сделать вывод, который касается методики его профессионального поведения. В целях самосохранения необходимо выработать навыки прагматического обращения с информационным законодательством. Репортер, который в полный рост поднимается под огнем или с блокнотом в руках «атакует» агрессивно настроенного автоматчика, прикрываясь Законом «О средствах массовой информации», ведет себя не профессионально. Разумнее примениться к реальным обстоятельствам, отложив правоведческий диспут до более безопасной минуты.

Здесь мы возвращаемся к понятию правовой культуры журналиста, одним из эффектов которой является его личная безопасность. Свободная ориентация в «коридорах» нормативной пирамиды, готовность пластично вписаться в

конкретные условия деятельности как раз и служит залогом безопасности. Это касается и взаимоотношений с администрацией своего СМИ, в том числе знания и использования норм трудового права. Любой сотрудник редакции должен хорошо разбираться в следующих вопросах: заключение трудового договора, нормирование рабочего времени, отдыха и выработки продукции, начисление заработной платы, соблюдение дисциплины и санкции за ее нарушение, охрана труда и ведение трудовых споров. Исследование этой темы показывает, что в редакциях трудовое право изучается и применяется удручающе плохо, как со стороны администрации, так и со стороны работников[7].



## ИНФОРМАЦИЯ ОГРАНИЧЕННОГО ДОСТУПА В СМИ

Информационная безопасность. Информационная безопасность принадлежит к числу молодых понятий, о содержании которых идут напряженные дискуссии. Легче находят общий язык те, кто занимается секретами из области техники, – не случайно в технических вузах России началась подготовка специалистов по проблемам защиты информации. Сложнее прийти к единству взглядов на гуманитарное содержание информационной безопасности. Однако ученые уже используют комплекс относительно новых понятий. Выделяется, например, информационное управление – наряду с традиционными экономическим, административно-хозяйственным, социально-психологическим и правовым видами управления. Военные специалисты говорят об информационной борьбе, которая ведется в условиях политических конфликтов и способна приносить победу даже без оружия. Соответственно возникают понятия информационного насилия, информационного потенциала государства и т.п.[8]

Распространенная ошибка – рассматривать информационную безопасность только на уровне государства. Обществоведа и публициста, стоящих на позициях гуманизма, в равной мере должны занимать и большие социальные системы, и отдельные коллективы и сообщества, и личность. Все они имеют право на защищенность от информационных угроз. В частности, моральное самочувствие гражданина нередко приносится в жертву якобы общественным интересам. В одной из областей губернатор, одержимый идеей искоренить пьянство, распорядился опубликовать в местной печати фамилии людей, регулярно появляющихся на работе и в общественных местах в состоянии алкогольного опьянения. Не вдаваясь в долгий анализ нарушений прав и свобод гражданина, отметим важное в данном случае обстоятельство: областная администрация толкует информационную безопасность однобоко, как возможность директивными методами навести порядок.

Понятие информационной безопасности в нормативных документах описывается как состояние защищенности информационной среды общества, обеспечивающее ее формирование, использование и развитие в интересах граждан, организаций, государства (Закон РФ «Об участии в международном информационном обмене»). К реализации этой формулы на практике могут быть два подхода: либо некая верховная инстанция по собственному усмотрению закрывает каналы сведений во имя их защиты, либо, наоборот, устанавливается разумный режим обмена информацией, в основе которого лежит баланс интересов всех названных субъектов: граждан, организаций и коллективов, государства. Мировой и отечественный опыт выступает за второй метод решения задачи – более трудоемкий, но реалистичный и демократичный.

С точки зрения журналистики непосредственное отношение к теме имеют статьи Закона «О средствах массовой информации», которые рассматривают злоупотребление свободой массовой информации. Согласно статье 4, не допускается использование СМИ: для совершения уголовно наказуемых деяний; для разглашения сведений, составляющих государственную или иную

специально охраняемую законом тайну; для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства; для разжигания национальной, классово-социальной, религиозной нетерпимости или розни; для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости. С некоторой долей условности отнесем эти запреты к соблюдению безопасности государства и общества. К интересам личности более явно развернута статья 51. В ней, в частности, запрещается использование прав журналиста с целью опорочить того или иного гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с политическими убеждениями.

Тайны и секреты в материалах СМИ. В редакционной практике чаще всего приходится соприкасаться с такой стороной темы, как доступность корреспондентам различных тайн и секретов. Напомним, что с этой точки зрения информация делится на открытую (общего пользования) и охраняемую (ограниченного использования). Профессионалу требуется умение разбираться в том, во-первых, что на самом деле относится к тайнам и к каким именно; во-вторых, что ему дозволено в их освещении, и как преодолевать нелегитимные препятствия к доступу; в-третьих, какую он несет ответственность за разглашение охраняемых законом сведений. Задача это одновременно и крайне сложная, и вполне практически выполнимая. Список тайн и секретов велик, а ситуации обращения к ним непредсказуемо разнообразны – отсюда объективная сложность. Но есть общие нормы, изложенные в законодательстве, и они помогают выбрать безошибочную линию поведения в каждом единичном случае.

Перечень тайн, предлагаемый официальными документами, действительно, представляется громоздким и даже избыточным. К тому же не все из них получили детальное истолкование в законе. Ориентиром для упорядочения этого списка служит российская Декларация о правах и свободах человека и гражданина (1991) – базовый нормативный акт, призванный быть основой для дальнейшего правотворчества. В ней упоминаются личная, семейная, профессиональная, коммерческая, государственная тайны. Здесь нет, например, служебной тайны, которая постоянно фигурирует в иных документах и со ссылками на которую систематически сталкиваются журналисты. Служебная тайна называется в Гражданском кодексе (ст. 139). Однако единого регламента отнесения к ней тех или иных сведений нет. Значит, ссылки на служебную тайну на уровне отдельного предприятия чаще всего бывают необоснованными.

Совершенно противоправна «самодеятельность» в форме изобретения каких-либо новых, не предусмотренных нормативными документами разновидностей секретов. Далее, законодательство, как правило, детально описывает порядок отнесения сведений к закрытой информации – следовательно, хранитель тайны обязан подтвердить, что он действует в соответствии с этим порядком. Наконец, информация неличного характера (государственная, коммерческая)

может быть объявлена закрытой только на основании специального решения, зафиксированного документально. Журналист вправе требовать, чтобы ему предъявили это документальное основание.

Из всех видов закрытой информации в законодательстве наиболее полно представлена государственная тайна. На ее примере мы рассмотрим нормы обращения журналиста со сведениями ограниченного доступа. По Закону «О государственной тайне», к ней относятся защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации. Как видим, информация должна обладать двумя коренными признаками – отражать определенные сферы деятельности (и никакие иные) и иметь отношение к национальной безопасности. Круг сведений, таким образом, вовсе не так широк, как может показаться на первый взгляд. Остающаяся неопределенность устраняется, когда Президент, по представлению специальной межведомственной комиссии, утверждает конкретный Перечень сведений, отнесенных к государственной тайне. Перечень доступен общественности и не может меняться произвольно.

Журналисту полезно знать, даже не заглядывая в Перечень, какие данные не подлежат засекречиванию. К ним отнесены следующие сведения:

- Ø о чрезвычайных происшествиях и катастрофах, угрожающих безопасности и здоровью населения, а также о стихийных бедствиях, их официальных прогнозах и последствиях;
- Ø о состоянии экологии, здравоохранения, санитарии, демографии, образования, культуры, сельского хозяйства, а также о состоянии преступности;
- Ø о привилегиях, компенсациях и льготах, предоставляемых государством;
- Ø о фактах нарушения прав и свобод человека и гражданина;
- Ø о размерах золотого запаса и государственных валютных резервах РФ;
- Ø о состоянии здоровья высших должностных лиц РФ;
- Ø о фактах нарушения законности органами государственной власти и их должностными лицами.

Таким образом, государственная тайна – это не умозрительная категория, выдуманная для отпугивания газетчиков, а точный список. Журналисты имеют право знакомиться с ним и обжаловать в суде попытки расширить его для защиты ведомственных интересов. Специального внимания заслуживает допуск журналистов к такой информации и ответственность за ее разглашение. Официальная процедура допуска сложна и многоэтапна, она предусматривает разрешение руководителя органа власти или режимного учреждения, а также согласие допущенных к тайне лиц на временное ограничение их прав. Вряд ли журналисты, в своем подавляющем большинстве, когда-либо окажутся в роли таких лиц.

В совершенно ином ракурсе предстают ситуации, когда корреспондент волею обстоятельств (а не официально) стал обладателем закрытых сведений. Согласно Уголовному кодексу, ответственность несут лица, которым государственная тайна была доверена или стала известна по службе или по работе[9]. Все споры разворачиваются вокруг этого параметра – ведь репортер тоже собирает сведения по служебной необходимости. Однако из контекста законодательства следует, что работа с государственной тайной не входит в круг должностных функций журналиста. Значит, он не нагружен ответственностью за ее разглашение. Вот характерная иллюстрация. На вопрос «Общей газеты» об утечках секретной информации министр внутренних дел России сообщает, что в его ведомстве проверяют, кто из сотрудников сообщил «Московскому комсомольцу» сведения о численности войск МВД. Виновного могут привлечь к уголовной ответственности. Однако о санкциях против журналистов министр даже не заговаривает.

По сравнению с государственной тайной сведения о частной жизни граждан образуют как бы другой полюс информационной безопасности. В юридической литературе используется термин «персональные данные». Закон «Об информации, информатизации и защите информации» дает такое определение: «информация о гражданах (персональные данные) – сведения о фактах, событиях и обстоятельствах жизни гражданина, позволяющие идентифицировать его личность». Закон запрещает сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни, а также информации, нарушающей ряд тайн: личной и семейной жизни, переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений, если на то нет согласия самого человека или решения суда. Предусматривается, что перечень персональных данных, собираемых государственными и иными организациями, должен быть закреплен на уровне федерального закона. Наконец, деятельность государственных организаций и частных лиц, связанная с обработкой и распространением персональных данных, подлежит лицензированию.

Как видим, этот массив сведений необычайно многолик и не поддается простому перечислению. Более того, существуют законы о различных областях деятельности, в которых вводятся специальные, профессиональные ограничения на использование информации личного характера. Например, Закон «О банках и банковской деятельности» закрывает доступ посторонним лицам к тайне частных вкладов и операций, Закон «О частной детективной и охранной деятельности» фактически запрещает негосударственным структурам скрытое проникновение в личную жизнь граждан, медицинское законодательство охраняет сведения о состоянии здоровья человека и его обращении к врачам и т.д.[10] Таким образом, сохранение личных секретов становится мотивом для установления профессиональных тайн.

Обилие такого рода норм и их разбросанность по различным правовым документам побуждают к разработке специального законодательства о персональных данных. Другая причина заключается в интенсивном развитии

системы электронных коммуникаций. Если еще вчера для изучения истории болезни человека нужно было забираться в картотеку лечащего врача, то сегодня, когда эти сведения занесены в компьютеры, они стали едва ли не общедоступными. Появилась опасность утечки информации поверх государственных границ. Вот почему внимание к этой проблеме обострено во всем мире.

В России сформировались концептуальные установки для грамотного использования информации персонального характера. Так, в ее составе есть сведения, которые, как правило, нецелесообразно засекречивать (например, справочная информация, без которой не смогли бы действовать адресные столы и не издавались бы телефонные книги) – они, значит, открыты и для оглашения в прессе. В то же время к услугам СМИ сегодня предлагаются полулегальные компьютерные базы конфиденциальных данных. В распространении таких фактов требуются предельная осторожность и щепетильность. Сообщение информации о человеке без его ведома может быть истолковано как нарушение личных интересов, а за это установлена юридическая ответственность. По Гражданскому кодексу, задетый излишне любопытным корреспондентом человек имеет право ставить вопрос о возмещении ему морального вреда.

Вот некоторые типичные ситуации. Фоторепортер запечатлевает скандальную жанровую сцену (скажем, демонстрацию политических экстремистов), и в кадре ее участниками выглядят случайные прохожие. Согласно Закону «О средствах массовой информации», он обязан был принять меры против возможной идентификации посторонних лиц. Еще пример – недруги репортера «разгребателя грязи» публикуют статью о том, как он в детстве лечился у психотерапевта. Или такой случай: столкнувшись с отказом кинорежиссера дать интервью, находчивый радиожурналист тайком включает магнитофон, чтобы записать телефонный разговор мэтра с актрисой...

Заметим, что скрытая запись не исключается законом – она должна быть мотивирована соблюдением конституционных прав и свобод гражданина и защитой общественных интересов. Однако и здесь есть существенные детали: данное положение распространяется на запись общих планов (например массового спортивного зрелища), тогда как на съемку или аудиозапись конкретного человека в любом случае требуется его согласие.

Журналисты сталкиваются с проблемой охраны частной жизни и в другом качестве – иногда они сами становятся объектами неправомерного наблюдения и слежки. Законодательство РФ запрещает проведение оперативно-розыскных мероприятий для сбора информации о частной жизни граждан, если это не является способом борьбы с преступлениями. Причиной избыточного интереса к представителям СМИ служит их профессиональная активность. Об одной из таких историй рассказала газета «Известия». Сотрудница «Комсомольской правды» поняла, что за ней следят, после того, как опубликовала серию критических статей об областной милиции. Она не только обратилась с заявлением в прокуратуру, но и направила в Конституционный суд жалобу, в

которой поставила под сомнение ряд положений Закона «Об оперативно-розыскной деятельности». Так милицейская тема ее статей получила развитие в форме публичной общественной деятельности.

Если общество все строже оберегает секреты личной жизни, то по отношению к коммерческой тайне оно настроено не столь благосклонно. Законодательством установлены достаточно точные рамки, которые не позволяют засекречивать любую информацию производственно-экономического характера по личному желанию ее владельца.

Во-первых, информация, чтобы считаться тайной, должна одновременно соответствовать ряду критериев: нужно, чтобы она обладала действительной или потенциальной коммерческой ценностью в силу неизвестности посторонним лицам, чтобы доступ к ней был закрыт на законном основании и чтобы ее обладатель принял меры к охране конфиденциальности. Во-вторых, российское Правительство утвердило перечень сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну. К ним относятся: учредительные документы, устав и иные подобные документы фирмы, сведения о платежеспособности, заработной плате и условиях труда работников, о загрязнении окружающей среды, нарушении антимонопольного законодательства, о размерах имущества и денежных средствах и др. Не могут быть предметом тайны документы об уплате налогов. Все это открытые для прессы (а также для других граждан) данные, которые предприятие обязано предоставить по редакционному запросу. Добавим, что если журналист познакомился с коммерческой тайной законным путем (например, через тот же запрос на информацию), он не несет ответственности за ее разглашение.

## МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПРАВОВЫХ НОРМ

Вопреки бытующему в некоторых редакциях мнению, опора на закон не только не усложняет технологию массово-информационного производства, но напротив – позволяет отладить ее до уровня стандартных операций, а следовательно упростить. Мы увидим это на примере ряда основных звеньев редакционного конвейера.

Сбор и распространение информации. Комиссия по свободе доступа к информации разработала алгоритм действий журналиста, запрашивающего сведения из государственных ресурсов. В своих главных положениях он пригоден и для контактов с общественными организациями, поскольку опирается на нормативные документы широкой сферы действия. Воспроизведем эту схему в общих чертах.



Предложенная схема отражает возможности, которые предоставлены прессе, и предполагает выбор самого подходящего варианта действий в каждом случае. Так, зная, что запрос можно сделать в любой форме, мы чаще всего обращаемся к источнику сведений устно – при очной встрече или по телефону. Однако если возникли опасения, что нам откажут в информации, лучше подготовиться более

обстоятельно: составить запрос письменно (сохранив копию в редакции), использовать для такой переписки специальные бланки с соответствующими выдержками из законодательства о СМИ, узнать дату регистрации запроса по месту получения (чтобы контролировать сроки получения ответа или отказа) и т.д. Вряд ли получится таким способом собирать факты для колонки новостей, но при работе над аналитическими текстами он может оказаться единственно верным – тем более в случае отстаивания прав журналиста через суд.

Рассмотренный нами алгоритм действий построен на нормах, которые содержатся в нескольких правовых актах. Поэтому он отражает довольно просторный диапазон средств борьбы с помехами в журналистском труде. Это приходится подчеркивать потому, что в Уголовном кодексе (статья «Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов») говорится только о воспрепятствовании путем принуждения к распространению либо к отказу в распространении информации. Ясно, что в действительности способов «окоротить» СМИ гораздо больше. Здесь на помощь приходят Законы «О средствах массовой информации», «Об информации, информатизации и защите информации» и другие с их положениями об ответственности за ущемление свободы информационного обмена.

На этапе распространения информации (публикация текстов) также необходимо использовать набор специальных методических приемов труда. Главным образом они связаны с проверкой фактов и оценкой допустимости (или недопустимости) публикации. Общее правило сводится к проведению углубленной экспертизы текстов с точки зрения их правовых последствий, особенно в сомнительных, неоднозначных ситуациях.

В ряде случаев ответственность с журналистов снимается. Согласно Закону «О средствах массовой информации» (ст. 57), к ним не будет претензий, если публикуемые сведения присутствуют в обязательных сообщениях (например, в документах государственных органов, которые учредили данное СМИ); получены от информационных агентств; содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб; являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений депутатов, делегатов съездов, конференций и т.п. и официальных выступлений должностных лиц, содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи (прямой эфир), либо в текстах, не подлежащих редактированию, являются дословным воспроизведением сообщений, распространенных другим СМИ... Однако большинство перечисленных пунктов несет в себе оговорки и тонкости, которые могут свести на нет кажущуюся свободу от ответственности.

Остановимся на воспроизведении публикаций других средств информации. Одно из столичных изданий перепечатало выдержки из таджикской газеты, где некое лицо обвинялось в совершении преступлений. Московская редакция чувствовала себя защищенной Законом «О средствах массовой информации» и не затруднялась проверкой фактов. Однако она не приняла во внимание



условия применения статьи 57: она действует, если СМИ-первоисточник может быть привлечено к ответственности на территории России. Таджикская же газета к тому времени была ликвидирована. В результате иск «героя» публикации к столичному изданию был удовлетворен. В другом случае региональная газета перепечатала материал московских журналистов. Но иск о защите чести и достоинства был предъявлен именно ей, а не изданию-первоисточнику. Обиженная сторона сослалась на то, что при перепечатке были исправлены три орфографические ошибки, встретившиеся в оригинале. Следовательно, это уже не дословное воспроизведение первой публикации[11]. Наконец, даже если редакция добросовестно воспроизвела перечисленные выше документальные источники, ей все равно грозят неприятности: задетое в первоисточнике лицо может потребовать опровержения недостоверных сведений в том СМИ, которое их распространило.

Следующий этап функционирования журналистского текста, после распространения информации, связан с социальной эффективностью публикаций. Конечно, результативность выступлений СМИ определяется глубиной и конструктивностью анализа проблем, а не приказом «уважать печатное слово». Но и полное отсутствие механизмов реагирования на мнение общественности нельзя признать демократическим порядком. В российском праве есть нормы, побуждающие должностных лиц работать с сигналами и предложениями прессы, и надо умело ими пользоваться. Указ Президента РФ «О мерах по укреплению дисциплины в системе государственной службы» (1996) обязывает руководителей органов исполнительной власти в течение трех дней рассматривать информацию СМИ о невыполнении чиновниками законов, указов и решений суда. По истечении двух недель положено сообщать редакциям и государственным контрольным органам о результатах рассмотрения информации. Жаль, что журналисты плохо знают об этом указе и редко прибегают к его силе.

Гораздо больше «повезло» с применением другим нормативным актам – тем, что регулируют деятельность правоохранительных органов. Согласно уголовно-процессуальному законодательству, поводами к возбуждению уголовного дела являются, в частности, заявления и письма граждан, сообщения организаций и должностных лиц, а также статьи, заметки и письма, опубликованные в печати. Документы, проходящие через руки журналистов, могут фигурировать во всех этих качествах. Даже если текст не был напечатан, он относится к разряду писем граждан. Когда редакция направляет читательскую корреспонденцию или публикацию в органы милиции или прокуратуры, ее материалы приобретают статус сообщений организаций или должностных лиц. Это важно иметь в виду журналистам аудиовизуальных СМИ – ведь законодательство не считает их публикации поводом для возбуждения дела (в документах упоминается только печать), зато телерадиокомпания в той же мере, что и газетные редакции, относятся к организациям.

Подобные нормы введены и в другие правовые акты. Так, по Закону «О федеральных органах налоговой полиции» эти органы обязаны принимать и регистрировать сообщения (включая публикации в печати) о налоговых преступлениях, милиция (согласно Закону «О милиции») должна принимать и регистрировать получаемую информацию о преступлениях. Однако юристы обращают внимание на то, что законодатель не обязывает правоохранительные органы изучать периодику для обнаружения информации о преступлениях[12]. Может сложиться парадоксальная ситуация: общественность широко обсуждает разоблачительную публикацию, а ход делу не дается. Избежать казуса несложно, если редакции установят порядок обязательной рассылки публикаций и писем заинтересованным учреждениям – административным и правоохранительным. Вопреки устоявшемуся мнению, органы власти и контроля проявляют заинтересованность в использовании журналистской информации. По следам выступления «Известий» Государственная дума утвердила комиссию по проверке фактов нарушения прав человека в следственных изоляторах МВД. Правительство России предложило СМИ направлять материалы о коррупции в его аппарате правоохранительным органам. Центр общественных связей Генеральной прокуратуры ежедневно готовит сводку публикаций СМИ о наиболее значимых нарушениях закона... От настойчивости журналистов зависит, насколько систематическим и результативным станет это взаимодействие.

Отношения СМИ с судом и следствием. В рамках этой обширной тематики мы остановимся, с одной стороны, на обязанности редакции предоставлять запрашиваемые материалы (в частности полученные конфиденциально) и, с другой стороны, на оглашении следственной и судебной информации.

Первый вопрос не имеет однозначного ответа. Журналист сохраняет в тайне источник информации из этических соображений, а также, чтобы не утратить его доверие и готовность к дальнейшему сотрудничеству. Таким образом, корреспондент стоит перед необычайно трудным выбором между законопослушанием и профессионально-этическими обязательствами. Во всем мире защита источников журналистской информации воспринимается как деликатная проблема, требующая к себе специальных подходов. В США, например, более половины штатов ввели в действие законы, предоставляющие сотрудникам СМИ относительные или абсолютные права не раскрывать сведения, полученные конфиденциально. Сажать журналиста в тюрьму за отказ сообщить известные ему сведения там считается «не по-американски», суды редко пытаются заставить журналистов говорить, а те, соответственно, не спешат делиться своими сведениями[13].

В России уголовно-процессуальное законодательство позволяет правоохранительным органам истребовать у редакции материалы, связанные с публикацией, которая дает повод для возбуждения уголовного дела. Разрешается также получать от журналистов письменные объяснения, вызывать их для беседы.

Вопрос, однако, в том, возбуждено ли уже дело или идет лишь предварительная проверка сообщения о деянии, имеющем признаки преступления. В ходе доследственной проверки на журналисте не лежит обязанность предоставлять материалы, давать объяснения, являться в милицию по вызову и т.п. Меры принуждения в данном случае не предусмотрены. Буквально: право затребовать информацию есть, а обязанности открывать ее – нет. Отношения складываются принципиально иначе, когда уголовное дело возбуждено. Здесь у работников СМИ появляется юридическая обязанность удовлетворять требования следствия. Положения Закона «О средствах массовой информации» о защите конфиденциальности сведений утрачивают силу, поскольку производство по уголовным делам ведется в соответствии с уголовно-процессуальным законодательством, и ему отдается приоритет. В свою очередь представители следствия получают дополнительные права: им разрешается производить обыски в редакции и изымать необходимые документы, причем при отказе журналиста выдать материалы добровольно они изымаются в принудительном порядке. Принуждение допускается и при неявке журналиста на допрос в качестве свидетеля. Обратим все же внимание на то, что обыск или выемка документов могут совершаться не иначе как на основании специального постановления, и будет совсем не лишним познакомиться с ним, прежде чем начнется, скажем, обыск в служебном кабинете.

Теперь представим себе, что работники СМИ и правоохранительных органов меняются местами: журналистам стала известна информация о ходе предварительного следствия или судебного разбирательства. Здесь также есть нюансы, которые сказываются на мере свободы корреспондента в оглашении фактов. В общих чертах действуют такие же правила, что и при работе с государственной тайной, – ведь информация о следствии относится к числу охраняемых законом тайн. Если журналист был допущен к ней официально (с письменного разрешения следователя или прокурора), то он несет уголовную ответственность за предание ее гласности – об этом его специально предупреждают. Прокуратура может сознательно рассекретить какие-либо сведения для публикации – в форме интервью, пресс-конференции и т.п. Тогда ответственность за разглашение целиком ложится на нее. Но как быть, если разрешения на публикацию не было, а информация все-таки попала в руки репортера? Вспомним, как решался подобный вопрос в связи с государственной тайной: отвечать за ее обнародование приходится людям, которым она доверена по службе. Думается, что и при оглашении секретов следствия в действиях журналиста нет состава преступления – если его никто не поставил в известность о том, что материалы являются закрытыми для печати.

В изучаемой нами теме есть один сюжет, который обычно рассматривается как классическая журналистская ошибка. Речь идет о преждевременном – до судебного решения – объявлении человека преступником. Действительно, только приговор дает официальные основания вместо слов «обвиняемый», «подозреваемый», «подследственный», «подсудимый» написать или произнести в эфире: «преступник». Между прочим, журналисты излишне торопятся назвать преступлением и само происшествие, не вникая в то, что

далеко не всякий проступок можно именовать этим термином. Он используется в уголовном праве, но не применяется в административном или гражданском. Кроме того, требуются немалые усилия следствия и суда, чтобы констатировать, что в происшествии есть так называемое событие и состав преступления, предусмотренные определенными статьями законодательства.

Вернемся к журналистскому приговору. Без долгих дискуссий ясно, что прессе не даны полномочия его выносить. Но остается вопрос о том, есть ли в юридическом смысле вина судебного репортера, если он все-таки сделал это. По многолетней традиции считалось, что преждевременно называя человека преступником, журналист нарушает принцип презумпции невиновности и, стало быть, должен нести ответственность. Однако углубленный анализ этой проблемы, проведенный в Судебной палате по информационным спорам, привел к другому решению. Журналист не относится к категории лиц, которые полномочны ограничивать права и свободы граждан (в сравнении, например, с прокурором или офицером милиции). Значит, он не может юридическими средствами повлиять на право человека считаться невиновным – следствие и суд не зависят от его высказываний. Значит, далее, он не посягает на презумпцию невиновности, а всего лишь публично высказывает суждение о персонаже своего материала.

Однако законодательство по-прежнему стоит на страже чести и достоинства граждан, а именно на них покушается скорый на приговоры репортер. Даже если подозреваемый действительно совершил преступление, но это еще не признано в судебном порядке, он может инициировать возбуждение дела о клевете (по уголовному праву) или защите чести и достоинства (по гражданскому праву). Опытные профессионалы выработали строгие каноны поведения, точно определив круг своей компетенции. В этической декларации Гильдии судебных репортеров (группа журналистов, постоянно освещающих судебные и досудебные процессы) записано: «Приговоры о виновности либо невиновности... выносит только суд. Вместе с тем презумпция невиновности в юридическом смысле слова не препятствует журналистскому расследованию. Мы не выносим приговоров, но можем выдвигать обвинения, если обладаем для этого убедительными основаниями».

Журналистское расследование дел, которыми в то же время занимаются следователи или судьи, не запрещается законом и не ограничивается какими-либо специальными рамками. Более того, здесь открываются прекрасные возможности для сотрудничества СМИ и правоохранительных органов – в форме обмена информацией, взаимной моральной поддержки, а то и конструктивной партнерской критики. Нет запретов и на освещение деятельности судов, в том числе на критические отзывы о ней и о ее продукции – решений и постановлений. Поэтому по меньшей мере странно выглядят претензии некоторых представителей третьей (судебной) власти быть вне досягаемости для журналистского анализа. Редакция одной из дальневосточных газет проиграла дело по иску судьи. Как рассказали журналисты «Известий», вступившиеся за коллег, поводом для тяжбы послужила статья, в которой

корреспондент подверг критике законность и обоснованность приговора, вынесенного под председательством автора искового заявления. По мнению стороны истца, журналист не имел права пересматривать решение суда. Но он и не занимался этим, поскольку не имел на то полномочий, а всего лишь высказал свои суждения и оценки, что гарантировано ему Законом «О средствах массовой информации».

Распространенный мотив претензий к газетчикам – давление на суд, которое они якобы оказывают своими «неуместными» публикациями. Давление и в самом деле запрещено. Но его не надо смешивать с объективным и доказательным анализом. В декларации Гильдии судебных репортеров давлением признается «такое комментирование хода следствия или суда, которое ведется неграмотно, без всяких аргументов, без предоставления слова обвинению или защите для изложения позиций обеих сторон. Недопустимо распространение о судьях, лицах, ведущих следствие или участвующих в деле, порочащих сведений, если они не имеют отношения к предмету публикации».

По особой формуле строится освещение судебных заседаний. В зале заседания распоряжается судья. Председательствующий на процессе, в частности, имеет право объявить его закрытым (по основаниям, предусмотренным в законодательстве), причем данное ограничение может распространяться как на все материалы дела, так и на их часть. Тогда представители прессы не будут допущены в зал заседания. Однако в принципе судопроизводство в России ведется открыто, а приговор всегда объявляется публично. Это означает, что если слушание не было объявлено закрытым, то никаких ограничений для журналистов вводиться не должно. Подчеркнем, что решение принимает судья, а не, скажем, охрана, которая лишь обеспечивает соблюдение не ею установленного порядка. Поэтому такие эксцессы, как выдворение корреспондентов по инициативе милиции или изъятие у них аппаратуры, что случается время от времени, в корне противоречат закону.

За судьей закреплены и другие исключительные права. По его распоряжению запрещается фото- и киносъемка или видеозапись – и тогда в запасе у репортера остается блокнот. Делать записи и зарисовки на бумаге разрешается при всех обстоятельствах. В прессе некоторых стран судебные репортажи иллюстрируются рисунками, а не снимками: съемка в процессе слушаний там запрещена. Заметим попутно, что не стоит пытаться обмануть служителей Фемиды, делая скрытую съемку. Мало того, что вас удалят из зала и сорвется редакционное задание. Эти действия почти наверняка будут истолкованы как неуважение к суду, за что полагается еще более жесткое наказание. С другой стороны, именно суд может принять решение о демонстрации скрытой записи (фото-, видео- и др.) каких-либо событий, распространение которой в других условиях запрещено и которая, стало быть, обречена безмолвно пылиться в журналистском архиве.

Последнее замечание. Если в зале заседаний оспорить позицию судьи журналист фактически не в состоянии, то это не означает, что он беззащитен

перед произволом по отношению к себе. Во-первых, существует механизм обжалования неправомерных действий и решений, нарушающих права и свободы граждан, – обжалования как в административном, так и в судебном порядке. Во-вторых, в распоряжении корреспондента находится мощное оружие гласности: как и всякий факт бюрократизма, закрытие дверей суда перед общественностью заслуживает критической публикации.

Право на ответ и опровержение. Законодательство предусматривает достаточно надежные механизмы самозащиты граждан в отношениях с прессой: ответ на публикацию, опровержение и возмещение морального вреда и убытков.

При первом знакомстве с нормативными документами может показаться, что эти механизмы работают по простой схеме. Однако приведение их в действие сопряжено с рядом обстоятельств, а невнимание к условиям их применения чревато для журналистов дополнительными неприятностями. Ответ – наиболее мягкая форма разрешения спора между редакцией и гражданином или фирмой. Согласно Гражданскому кодексу, право на ответ имеют граждане и юридические лица, в отношении которых СМИ опубликованы сведения, ущемляющие их права или охраняемые законом интересы. Имеются в виду личные неимущественные права и нематериальные блага (в противном случае речь шла бы о возмещении убытков). Эти понятия охватывают жизнь и здоровье, достоинство и доброе имя, деловую репутацию, личную и семейную тайну, право авторства и др. По сути дела, любое «прикосновение» к личности, а также к практике юридического лица способно возбудить у персонажа публикации обиду и желание оспорить высказывания автора. Этому активно помогают сами журналисты, с их небезобидными привычками. Чего стоит, например, неистребимое желание покаламбурить в связи с фамилией персонажа: из имени, которое стало как бы вторым «я» человека, конструируются клички, отнюдь не всегда приличного свойства.

Главный практический вопрос для редакции – стоит ли помещать на полосе или в эфире контрмнение обиженного человека. Лучше всего снять конфликт без публикации: внимательно выслушать разгневанного оппонента, принести ему извинения и т.п. Но если он все-таки настаивает на ответе? Редакции разрешается отказать в его опубликовании по многим основаниям: если «неугодные» сведения уже были ею опровергнуты, если заявитель обратился к ней спустя более года со дня распространения этих сведений, к тому же в тексте ответа должно быть точно указано, какие конкретно сведения имеются в виду, когда и как они были распространены, то есть предполагается соблюдение ряда формальных требований. В некоторых случаях редакция категорически обязана отклонить ответ: если он представляет собой злоупотребление свободой массовой информации, противоречит вступившему в силу решению суда или является анонимным. Но это особые обстоятельства, и встречаются они не так часто. В большинстве же ситуаций приходится делать собственный выбор: да или нет.

По нашему мнению, «да», как правило, предпочтительней, даже когда заявитель не абсолютно строго соблюдает формальные требования. Возможность полемики заложена в демократической природе прессы, и, кстати сказать, законодательство о СМИ пронизано идеей плюрализма. Тем более важно помнить об этом в связи с деликатной сферой личных интересов. Авторитет редакции только укрепится, если она будет демонстрировать свою открытость для разнообразных суждений и уважение к правам человека. Помимо нравственно-этических соображений есть и вполне прагматические доводы в пользу «да». Отказ в ответе подлежит обжалованию в судебном порядке, и нет гарантий, что редакция выиграет дело.

Вот противоречивая ситуация. Закон «О средствах массовой информации» допускает, что право на ответ возникает, в частности, при распространении не соответствующих действительности сведений. Но, по мнению специалистов, надо руководствоваться Гражданским кодексом, где называется только ущемление прав и интересов[14]. Значит, следуя букве закона, при искажении в публикации фактов редактор не обязан публиковать ответ. Однако для суда распространение недостоверных сведений как раз служит одним из оснований принять исковое заявление об опровержении или клевете. Фактические неточности лучше устранять незамедлительно, да еще и с извинениями перед пострадавшей стороной. Для этого в очередном выпуске газеты или телепрограммы надо дать рубрику «Поправка», появление которой снизит вероятность потенциального конфликта.

В качестве ответа печатается текст, представленный гражданином или организацией, за их подписью (в эфире разрешается дать им возможность зачитать текст). Это очень существенное обстоятельство. Редакция не признает за собой нарушение закона – она лишь идет навстречу обиженной стороне. Опробетовано поступают в тех СМИ, где добровольно помещают рубрику «Опровержение» и снимают авторскую подпись. Тем самым они не предотвращают апелляцию к суду, а наоборот – создают для нее дополнительные основания. Наконец, предоставляя слово оппоненту, редакция сохраняет шансы отстаивать свою позицию. Во-первых, начиная со следующего после ответа выпуска СМИ разрешается помещать «ответ на ответ». Во-вторых, уже одновременно с ответом можно опубликовать редакционный комментарий к нему. Остается только взвесить – поможет это делу или раздует ненужный скандал.

Порядок работы журналистов с опровержением почти полностью совпадает с правилами публикации ответа. Однако не только последствия публикации опровержения, но и основания для него другие. Необходимо, чтобы в материале СМИ присутствовало сразу несколько признаков: сведения распространены (практически это значит – опубликованы), они не соответствуют действительности, они порочат честь, достоинство и деловую репутацию (для юридического лица – только деловую репутацию, поскольку честь и достоинство не могут принадлежать организации). Список признаков больше, чем необходимо для ответа, а сфера действия меньше. Из нее

очевидным образом исключаются обоснованные критические выступления прессы – ведь они соответствуют действительности, даже если наносят ущерб достоинству или деловой репутации. В то же время порочащей признается лишь та информация, которая и недостоверна, и содержит утверждения о нарушении законодательных или моральных норм. Скажем, фельетонист построил материал в форме пересказа снов, которые якобы видит губернатор области: ничего зазорного в том, что человеку по ночам являются сновидения, разумеется, нет. Сообщение о привычках человека – пусть и необычных, и неприятных для окружающих, но укладывающихся в рамки морали – не относится к категории порочащих сведений.

Вместе с тем зона действия опровержения не так уж и узка. Она вбирает в себя наряду с фактологической информацией оценку, которую пресса дает фактам поведения или самой личности человека (фирме, организации).

Некоторый простор для маневра дает журналистам толкование понятия «сведения». По определению Верховного Суда РФ, оно в данном контексте означает «утверждение». Значит, предметом разбирательства не могут стать те фрагменты публикации, которые содержат журналистские предположения и догадки. Полезно знать об этой детали, и умело ею пользоваться – иногда на ней, как на последней надежде, держится самозащита журналиста. В некоторых ситуациях спасительным оказывается даже единственное слово («кажется», «думается», «по-видимому» и т.п.), предупреждающее читателей о том, что редакция не настаивает на окончательной версии событий. То же касается публикации слухов. Закон «О средствах массовой информации» запрещает их распространение под видом достоверной информации – значит, необходимо упомянуть, что в материале фигурируют именно слухи, а не проверенные журналистом факты.

Как показывает практика, СМИ нередко проигрывают судебные дела, и им приходится публиковать опровержение. Это неприятная, но в материальном смысле не разорительная операция. Однако, согласно Гражданскому кодексу, она бывает сопряжена с возмещением истцу убытков и морального вреда, что может пробить гигантские бреши в бюджете СМИ. Обратим внимание на то, что Закон «О средствах массовой информации» предусматривает возмещение только морального (неимущественного) вреда, об убытках здесь не говорится. Значит, данная норма относится лишь к гражданину, поскольку юридическое лицо не может испытывать физических и нравственных страданий, которые и составляют моральный вред. Убытки же в результате небрежных действий журналистов несет любая фирма или организация. Под ними понимаются, в частности, расходы, которые произведены или должны быть произведены для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение имущества, а также неполученные доходы (упущенная выгода). Правда, перед истцом возникает задача показать, какие именно убытки он несет в связи с распространением недостоверной информации: например, потрачены дополнительные средства на рекламу оболганной компании, сорваны намечавшиеся сделки и т.п.



Иногда компенсация за моральный вред оценивается истцом в смехотворных, символических цифрах – 1 рубль, а в других случаях поднимается до нескольких миллионов. Однако заявленная пострадавшим сумма совсем не обязательно будет подтверждена судом – он сам решает, во что обойдется редакции возмещение морального вреда. По сложившейся практике, компенсация обычно соотносится с реальными доходами СМИ (например, доходами от разового тиража издания), но это правило не подкреплено законодательно, и нет гарантии, что проигранное дело не ляжет на редакцию непосильным финансовым бременем.

В заключение – краткая справка о тех инстанциях, в которых могут рассматриваться конфликты между прессой и гражданами или организациями. Преобладающая часть неправомερных решений и действий, связанных с учреждением СМИ и ограничением доступа к информации, обжалуется ими в судах общей юрисдикции – районных народных, городских, областных. Здесь же, как правило, рассматривается и большинство исков к журналистам. Экономические споры, в которые бывает вовлечена редакция, разрешаются в арбитражных судах. В России нет института омбудсмена по вопросам печати, который введен во многих государствах Европы, но действует подобная ему структура – Судебная палата по информационным спорам. Она носит статус государственного органа при Президенте страны, однако не входит в состав президентской администрации. В то же время она не входит и в официальную судебную систему, в частности, в ее распоряжении нет механизма принуждения к исполнению своих решений – они исполняются добровольно теми лицами и организациями, к которым обращены. В компетенцию Палаты входит также этика массово-информационного обмена. Обратиться в нее с заявлением может, по существу, любая заинтересованная сторона, в том числе отдельные граждане. Деятельность судебной системы сочетается с активностью общественных фондов и организаций, специально созданных для защиты информационных прав и свобод: Фонда защиты гласности, Комиссии по свободе доступа к информации, Национального института прессы и др.

## ЖУРНАЛИСТСКАЯ ЭТИКА

Этические основы журналистского труда заслуживают детального, углубленного исследования. По этой проблематике существует довольно много книг, доступных студентам. Свою задачу мы видим в том, чтобы очертить контуры журналистской этики как предмета изучения и регулятора практической деятельности в СМИ.

Взаимосвязь юридических и этических норм в СМИ. То, что перед нами разные явления, становится очевидным уже из этимологии названий. Слово «юридический» на латыни означает «судебный», а латинский корень слова «этический» связан с понятиями «обычай», «привычка», «нрав». В философии этика рассматривается еще и как научная дисциплина, предметом которой служит общественная мораль. Однако сейчас нас более всего интересует так называемая нормативная этика СМИ, то есть правила поведения, принятые в журналистской среде и понимаемые ею как нравственные нормы.

Право и этика имеют немало точек соприкосновения. Прежде всего у них одни и те же (или сходные) объекты воздействия – отношения, которые складываются между участниками массово-информационного производства и обмена. При этом и право, и этика носят нормативный характер, что, кстати сказать, иногда мешает студентам видеть различие между ними. Действительно, в обоих случаях вводятся обязательные правила, регулирующие деятельность журналистов. Однако источник правовых норм – государственные институты, в первую очередь органы законодательной власти. Этические же стандарты формулируются самими профессиональными сообществами. Соответственно, правовые регуляторы привносятся извне – властным решением, тогда как этические, как правило, являются результатом договоренностей внутри корпорации.

Сходство права и этики проявляется также в том, что нарушение норм в обоих случаях предполагает наказание виновника. Государство опирается на разветвленный правоохранительный аппарат. В его распоряжении находится набор силовых санкций, действие которых направлено на ряд прав и свобод граждан, их имущественное состояние (обыск, штрафы, закрытие издания или аннулирование лицензии на вещание, принудительные работы и др.).

Соблюдение этики контролируется органами, созданными по инициативе профессионально-корпоративной общественности. К ним относятся, например, советы и комиссии по этике, которые образованы при российском и региональных Союзах журналистов. Главным механизмом воздействия для них является моральное осуждение проступка коллеги или редакции. Впрочем, не надо думать, что они действуют лишь методом убеждения, уговорами, пожеланиями и т.п. Регулирование не может осуществляться без принуждения, хотя силой – в административно-властном ее понимании – комиссии по этике не обладают. Они могут обязать товарища по цеху принести извинения обиженному им герою публикации или, допустим, прекратить распространять информацию, подрывающую нравственное здоровье юных читателей. Крайней

формой принуждения будет изоляция нарушителя от коллектива коллег – например, в форме отказа от сотрудничества с ним или исключения из состава профессиональной ассоциации. Наконец, в юридической практике немислимо выносить приговор самому себе – а нарушитель морально-этических предписаний может назначить себе наказание и исполнить его, выступив с покаянным письмом в газете или, наоборот, оставив выгодное место в редакции, репутации которой он нанес ущерб. Именно так поступил корреспондент одной из американских газет, публично признавшийся в том, что сфабриковал высказывания губернатора штата в ответственном интервью. На восемь недель он ушел отставку без выплаты жалованья[15].

Законы и другие нормативные акты вступают в силу после их официального опубликования в виде текстов. Морально-этические установления существуют не только в письменной-документальной форме, но и в качестве устных договоренностей, традиций, общепринятых принципов поведения.

Право, далее, носит обязательный, всеобщий характер: так, Закон «О средствах массовой информации» действует на всей территории России и должен неукоснительно исполняться каждым гражданином и организацией. Этике, напротив, свойственна избирательность. Масштабы действия договоренностей об этических вопросах отчетливо разделяются на несколько уровней по вертикали: наднациональные, национальные, региональные, редакционные. Представители СМИ всех частей света, принявшие Международные принципы профессиональной этики журналиста (консультативная встреча под эгидой ЮНЕСКО, 1983 г.), согласились в том, что на основе этих принципов должны создаваться национальные и региональные кодексы, причем каждая профессиональная организация примет их так, как сочтет подходящим для своих членов[16]. С 1994 г. действует Кодекс профессиональной этики российского журналиста, получивший общенациональное распространение, в Германии подобную роль играет Кодекс прессы (Принципы журнализма), в Финляндии – Рекомендации для журналиста и т.д. Союзы журналистов в субъектах Российской Федерации разрабатывают собственные своды этических правил (Кодекс чести кубанского журналиста и др.). Обычно чем ниже по вертикали стоит документ, тем он конкретнее. Не случайно многие международные соглашения получают статус деклараций, тогда как редакционные кодексы содержат детализированные, порой жесткие предписания (запрет на сотрудничество с другими изданиями, недопустимость разглашения редакционных секретов, обязательность ответа на читательское письмо и т.п.).

Многообразие этических кодексов хорошо видно и на горизонтальном срезе. Различного рода объединения профессионалов вырабатывают собственные стандарты деятельности – не повторяющие документы универсального значения, а уточняющие их применительно к той или иной журналистской специализации или групповым интересам (хотя, между прочим, не исключаются и расхождения с общепринятыми нормами). Так, для членов Союза журналистов России главным нормативным источником является

Кодекс профессиональной этики российского журналиста – именно с этой целью Союз его вырабатывал. Но независимо от него и даже раньше появилась Московская Хартия журналистов, скрепленная 27 подписями. Выше мы уже ссылались на Декларацию судебных репортеров о принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования – за ней стоит небольшая группа специалистов, которые подчеркивают свое отличие от изготовителей низкопробных криминальных репортажей. Вынужденные реагировать на растущий вал упреков в безнравственности отечественного эфира, руководители крупнейших вещательных компаний весной 1999 г. подписали свою Хартию телерадиовещателей. Великое множество этических версий профессии встречается на редакционном уровне.

Даже фундаментальные моральные ценности журналистики по-разному определяются теми, кто берется их систематизировать. Например, английский публицист и историк Пол Джонсон построил оригинальную концепцию семи смертных грехов СМИ (искажение, почитаемые ложные образы, вторжение в частную жизнь, убийство репутации, эксплуатация секса для поднятия рейтинга и тиража, загрязнение умов детей, злоупотребление огромной властью СМИ) и десяти заповедей (желание открывать и сообщать истину, продумывание последствий того, о чем говорится, побуждение публики к получению знаний, готовность признавать ошибки и др.).

Этических конвенций, кодексов, хартий и должно быть много – какая-либо унификация пошла бы только во вред. Важно, чтобы они не шли вразрез с теми моральными устоями, на которых держится человеческое общество и которые понятны, известны, близки аудитории.

В идеальном случае моральные принципы закрепляются в законодательстве, и тогда между этикой и правом не возникает разногласий. Нет необходимости дублировать в этических документах положения государственных нормативных актов (этим недостатком страдает Кодекс Союза журналистов) – достаточно объявить законопослушание базовым принципом поведения. Однако на практике обычно возникают непростые коллизии. Во-первых, система законодательства всегда неполна и несовершенна, она не способна охватить абсолютно все отношения и предусмотреть все частные случаи. Этика же не оставляет подобных пробелов. Например, в российском праве фактически не представлены вопросы сотрудничества и соперничества между коллегами внутри редакции (кроме заимствования авторских произведений), но писанные и неписанные профессиональные кодексы чести довольно строго охраняют благородные идеи товарищества в своем цехе. Во-вторых, закон и этика иногда сталкиваются друг с другом. Телерепортер одной из американских компаний предпочел шестимесячное заключение за оскорбление суда оглашению имени человека, который позволил ему взять интервью у подозреваемого в совершении убийства. «Я не имею ни малейшего желания провести полгода в тюрьме, но я должен сдержать слово», – заявил журналист. По сообщению агентства Франс Пресс, руководство телекомпании выразило коллеге полную поддержку и провожало его до ворот тюрьмы.

Из сопоставления права и этики следует вывод о том, что они не просто сосуществуют в массово-информационной сфере, но активно взаимодействуют друг с другом. В результате складывается гибкая и надежная система принципов и норм. Ее основными функциями являются регулирование поведения участников массово-информационного процесса, их защита и самозащита, сохранение идейной и организационной целостности журналистской корпорации, согласование устремлений и практики СМИ с интересами общества и его граждан.

Содержание этики СМИ. Классификацию этических принципов и норм можно провести по нескольким основаниям. В первую очередь разделяются правила поведения, выработанные самими журналистами, и те, что привносятся извне. Этический контроль, помимо корпоративного самоконтроля, осуществляется и внешними по отношению к прессе инстанциями – вспомним институт омбудсмена или Судебную палату по информационным спорам. В этом же ряду стоят наблюдательные комитеты по делам прессы, которые по собственному почину формируют общественные организации, или Высший совет по защите нравственности телерадиовещания, решение о создании которого приняла Госдума России, и т.п. Подобные образования выражают ожидания и запросы к журналистике со стороны общественности или конкретных социальных институтов.

По содержанию внутренние и внешние этические постулаты совсем не обязательно бывают точными копиями друг друга. Участники одного из международных семинаров по проблемам журналистской этики, проходившего в Санкт-Петербурге, составили Декларацию доверия журналисту – своего рода свод требований к сотрудникам СМИ от лица потребителей их продукции. По формуле «Я готов доверять журналисту, если...» были высказаны следующие суждения: «в его материале я не вижу группы интересов, которые он отстаивает», «для него интересы корпорации стоят не выше, чем интересы общества, а личность он уважает не менее, чем общество», «вижу, что он не злоупотребляет моим доверием», «он руководствуется принципом “не навреди”», «он не пользуется услугами тех, кто ограничивает его профессиональную свободу», «его человеческие пристрастия не скрываются, но не подаются как абсолютная истина» и т.д.

И по форме, и по содержанию приведенные суждения вряд ли могли бы исходить от самих редакций или корреспондентов. Однако прессе полезно воспринять социальный заказ – иначе она будет развиваться как асоциальное явление и в конечном счете окажется в изоляции от своей аудитории.

Согласование внутренней и внешней этических систем достижимо при условии, что у них есть общее мировоззренческое основание. Оно становится главным критерием различения «хорошего» и «дурного» поведения. Не погружаясь в глубины академических споров о сущности этического, прислушаемся к мнению выдающегося мыслителя XX века Поля Рикёра, который как бы подытоживает философские дискуссии, идущие со времен

Аристотеля. По его оценке, этическая цель заключается в стремлении к благой жизни «я» с «другим» и для «другого» в условиях справедливых общественных установлений («третий», или «любой»)[17]. Иначе говоря, в стремлении человека или социальной группы к гармонизации своих интересов с интересами и волей любого другого представителя общества во имя всеобщего блага. В теории журналистики такое понимание этики более всего согласуется с концепцией социальной ответственности прессы, которая во второй половине XX века получила фактически всемирное признание[18].

Свод этических положений в идейно-содержательном отношении подразделяется на несколько групп. За довольно долгую историю существования профессии, и ее осмысления это разделение приобрело устойчивый характер и, как правило, находит отражение в структуре кодексов, хартий, деклараций, какими бы журналистскими сообществами они ни принимались.

В первую очередь перед создателями таких документов возникает задача сформулировать принципиальные цели, которым подчиняют свою деятельность сотрудники прессы. В совокупности они составляют своего рода деонтологическое мировоззрение журналистов (деонтология – учение о нравственном долге, от греч. *deon* – должное). Закономерно, что кодексы обычно начинаются с этих положений. Для примера сошлемся на кодекс Общества профессиональных журналистов – старейшего в мире объединения издателей, редакторов, репортеров и студентов-журналистов, насчитывающего тысячи членов (The Society of Professional Journalists, более известно как Sigma Delta Chi). Здесь называется главный деонтологический ориентир – просвещение общественности во имя демократии, и, соответственно, в понятие журналистского долга включаются поиск истины и всестороннее освещение событий и проблем, добросовестное и честное служение обществу, приверженность этическим принципам профессионального поведения. Альтернативой такой постановке целей было бы возвышение личных или групповых интересов в ущерб общественному благу. Прослеживая путь к успеху одного из первых лиц российского телеэкрана, комментатор делится невеселыми наблюдениями: «Журналистика – профессия циничная... Газетчики довольно долго были четвертой властью, а потом стали обслуживать власти предрержащие по полной программе. То же произошло и с телевидением – вот только нравы тут более жесткие... Чтобы подпитать себя и свои программы, которые стоят больших денег, приходится идти бог знает на что...» Подобные примеры демонстрируют свободу индивидуального выбора этических принципов, но ни в коей мере не опровергают корпоративное понимание журналистики как высокого служения обществу.

Базовые установки детализируются в трактовке отношений, которые складываются у работников СМИ в процессе их деятельности. Таковы, в частности, отношения по линии журналист – граждане (население, аудитория). Не перечисляя все возможные версии поведения, воспроизведем некоторые фрагменты из кодекса, принятого Союзом журналистов России. В нем

указывается, что журналист распространяет только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему известен. Он избегает нанесения кому бы то ни было ущерба, вызываемого неполнотой или неточностью информации, сокрытием общественно значимых или распространением заведомо ложных сведений. В его сообщениях проводится различие между фактами и мнениями, версиями, предположениями, хотя сотрудник СМИ не обязан быть нейтральным. Он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии, политических и иных взглядов и др. Как видим, здесь развивается тезис об общественной ценности и полезности журналистского труда, прежде всего в смысле соблюдения безопасности населения. В ряде документов данная идея получает более подробное толкование, и о безопасности говорится в связи с конкретными ее проявлениями. Так, в германских Принципах журнализма выделяется недопустимость сенсационной подачи материалов на медицинские темы, чтобы не возбуждать у читателей неоправданных надежд или опасений.

Другая сторона отношений журналист – граждане представлена стремлением сотрудников СМИ сохранить свою независимость от внешних влияний. Российский кодекс категорически исключает получение корреспондентом платы за распространение ложной или сокрытие истинной информации, а также получение любых вознаграждений от третьих лиц за публикацию материалов. Статус журналиста несовместим с занятием должностей в органах власти и управления и политических организациях, с использованием оружия и рекламной деятельностью. К сожалению, именно данные нормы оказались наименее жизнеспособными в сегодняшней практике отечественных редакций.

Отношения журналист – источник информации охватывают два рода норм: тех, что касаются конфиденциальности лиц, предоставивших сведения, и тех, что затрагивают интересы героев публикаций. Запрет на раскрытие источника конфиденциальной информации почти не знает исключений, в российском кодексе даже говорится об уважении просьбы интервьюируемых лиц не разглашать официально содержание их высказываний (что, правда, не равносильно обязательному выполнению такой просьбы). В некоторых странах (например в Финляндии) рекомендуется соглашаться на просьбу интервьюируемого показать ему текст до публикации, чтобы проверить данные. Однако окончательное решение о содержании текста принимает все же сама редакция. В жизни встречаются многочисленные вариации отношений такого рода. Писатель Илья Эренбург, оказавшись в Нью-Йорке, был застигнут фотовспышкой в момент, когда он в швейной мастерской примерял брюки. Репортер заверил его, что это всего лишь шуточный снимок на память. Но на следующий день фотография появилась в прессе, да еще с подписью, гласившей, что советский литератор отказался от застежки «молния», предпочитая традиционные пуговицы. Эренбург потребовал у редактора объяснений, почему интерес газетчиков к человеку ограничивается его нижней половиной. Тот ответил в стиле своего репортера: «У вас американский юмор. Завтра это пойдет в номер».

Тему конфиденциальности в общем плане мы рассматривали выше. Но у нее есть оттенки, связанные с особыми формами поведения людей во время контактов с репортерами. Их учитывают Правила-рекомендации для прессы, разработанные в Дании. В них, например, говорится о том, что нельзя злоупотреблять доверием людей, их эмоциями, незнанием или неумением владеть собой. Особенно внимательно следует относиться к лицам, которые не в состоянии предвидеть последствия своих высказываний. В самом деле, перед корреспондентами нередко предстает человек, перенесший несчастье или неожиданную великую радость, и в этот момент он бывает не в состоянии контролировать свое поведение, мимику и слова. Сочувствие и сострадание ему стоят дороже, чем скандальное интервью врасплох. По сравнению с традиционным случаем сохранения конфиденциальности здесь решение вопроса о целесообразности оглашения фактов целиком возлагается на репортера.

Подобным же образом охраняются честь, достоинство и репутация героев публикаций. Считаются этической аномалией намеки на расу, цвет кожи, физические недостатки человека, если это не связано напрямую с содержанием сообщения. Данному требованию, которое не должно вызывать сомнений у любого просвещенного человека, противоречит фотоинформация, помещенная крупной российской газетой. Заголовок извещает читателей о том, что представители одного из северокавказских народов (в тексте национальная принадлежность указывается точно) грабили посетителей выставочного центра. Ни само преступление, ни его мотивы не обусловлены национальностью грабителей. Редакция оказалась жертвой своего этического невежества и стереотипного мышления. Международная Комиссия по политике радио и телевидения (известная как комиссия Дж. Картера и Э. Сагалаева), изучавшая освещение этнических вопросов в журналистике стран СНГ, в своих выводах особо рекомендовала «избегать стереотипизации групп и лиц, представляющих меньшинства... Никогда не надо привязывать определенные этнические группы к специфическим темам»[19], какой в нашем примере стала уголовная преступность.

Этические правила строго оберегают от необоснованного вторжения в частную жизнь человека. Кроме этого общего положения в зарубежных кодексах внимание концентрируется на тактичном отношении к жертвам преступлений, свидетелям и близким пострадавших (а также самих преступников), на предельно деликатном освещении фактов самоубийства, на гуманном подходе к юным нарушителям закона, даже если они официально признаны виновными. Не рекомендуется без острой общественной необходимости раскрывать имена и публиковать фотографии этих людей, как, впрочем, и подсудимых. Как видим, всеми возможными средствами закрепляется уважение к личности человека, волею обстоятельств ставшего объектом интереса СМИ.

В отношениях журналист – журналист на первый план выходят правила честной конкуренции и сотрудничества. В дополнение к строгому соблюдению авторских прав, защищенных законодательно, существуют нормы, которые не



отражены в нормативных актах. В целом хорошим тоном считается ссылка на чужой вклад в работу, даже если дело не касается авторских прав в их юридическом понимании. Для примера: стоит упомянуть в своем материале, что адрес для него вы получили из беседы с товарищем по цеху или из публикации многотиражной газеты. Российский кодекс предписывает избегать ситуаций, когда журналист может нанести ущерб личным или профессиональным интересам коллеги, соглашаясь выполнять его обязанности на менее благоприятных условиях. Поводом для такого штрейкбрехерства может стать, например, трудовой конфликт между редактором и корреспондентом из-за нарушения администрацией контракта или отказ коллеги выполнять задание, противоречащее его убеждениям или профессиональным принципам чести (последнее, кстати сказать, предусмотрено этическими кодексами).

Наоборот, взаимовыручка, несмотря на жесткие законы конкуренции, соответствует духу корпоративной солидарности. Это хорошо понимали, например, репортеры фронтовой печати в годы Великой Отечественной войны. Военкор «Правды» Борис Полевой попал в такие обстоятельства, что не смог передать в редакцию материал о взятии нашими войсками важнейшего населенного пункта. Он уже мысленно представлял себе и собственный позор, и недоумение читателей. Однако в свежем номере газеты он с удивлением обнаружил корреспонденцию за своей подписью – ее «под Полевого» написал и переслал корреспондент Союзрадио Александр Костин[20]. Экстремальные ситуации подстерегают и современных журналистов, причем не только в «горячих точках». Нередко единственной опорой при этом становится бескорыстная товарищеская поддержка и помощь.

В комплекс этических предписаний входит открытость редакций и отдельного журналиста для оценки их деятельности. Сказанное, прежде всего, относится к восприятию критики со стороны аудитории. Снобистское пренебрежение реакцией потребителей продукции СМИ не только невежливо, но и нерационально. В кодекс Sigma Delta Chi включен раздел, прочно обоснованный опытом прессы, – «Будьте подотчетны» (жаль, что его нет в российском кодексе). В нем говорится:

Журналисты подотчетны своим читателям, слушателям, зрителям и друг другу.  
Журналисты должны:

- Ø разъяснять и комментировать информацию, быть готовы к диалогу с общественностью по вопросам журналистской этики;
- Ø поощрять общественность к высказываниям критических замечаний в адрес средств массовой информации;
- Ø признавать свои ошибки и с готовностью исправлять их;
- Ø публично разоблачать нарушения журналистами и средствами массовой информации профессиональной этики...

Органами самоконтроля журналистская корпорация признает Совет по профессиональной этике Союза журналистов России и соответствующие советы (комиссии) региональных союзов. Никакие иные органы или организации не имеют на это полномочий. С другой стороны, нарушение норм этических кодексов не может служить основанием для привлечения журналиста к дисциплинарной, административной или иной ответственности. Так записано в особом документе Союза журналистов – Положении о принципах и системе общественного контроля за соблюдением журналистами положений Кодекса профессиональной этики российского журналиста. Союз утвердил и Положение о Большом Жюри – своего рода верховном этическом суде, который рассматривает конфликтные ситуации, возникающие в связи с исполнением членами корпорации профессиональных обязанностей. В состав этого органа саморегулирования входят – разумеется, на общественных началах – авторитетные члены Союза, обладающие безупречной репутацией. Но не надо думать, что возможность оценивать поведение коллег закреплена только за специальными инстанциями. Ею в той же мере обладают и редакционные коллективы, и отдельные журналисты. Правда, у них нет права официально вводить в действие какие-либо санкции против нарушителей этических норм.

В заключение приведем содержание Декларации принципов поведения журналиста (Международная федерация журналистов). Она была принята в 1954 г. (частичные изменения внесены в 1986 г.) и с тех пор рассматривается мировым профессиональным сообществом как признанный стандарт для сотрудников СМИ:

1. Уважение правды и права общества знать правду – первоочередной долг журналиста.
2. Осуществляя профессиональную деятельность, журналист обязан отстаивать принцип свободы при честном сборе и публикации информации и права на честный комментарий и критику.
3. Журналист обязан оперировать только той информацией, источник которой ему известен. Журналист не должен пренебрегать информацией или фальсифицировать документы.
4. Получая информацию, фотографии и документы, журналист должен использовать только честные методы.
5. Журналист должен сделать все возможное для исправления или опровержения информации, которая может нанести серьезный ущерб.
6. Журналист обязан соблюдать профессиональную тайну и не разглашать источник информации.
7. Журналист должен отдавать себе отчет в той опасности, которую таит в себе призыв к дискриминации, распространенный через СМИ, и должен сделать все возможное для того, чтобы избежать даже невольного стимулирования дискриминации на основе расы, пола, сексуальной ориентации, языка, религии, политических или иных взглядов, национального и социального происхождения.
8. Журналист должен считать серьезными профессиональными нарушениями:

- Ø плагиат;
- Ø умышленное искажение фактов;
- Ø клевету, оскорбление, необоснованное обвинение;
- Ø получение взятки в любой форме за публикацию (непубликацию) того или иного материала.

9. Журналист, достойный этого высокого звания, считает своим долгом добросовестно выполнять вышеизложенные принципы. Действуя в рамках законодательства своей страны, журналист при решении профессиональных вопросов признает только юрисдикцию коллег, в том числе и в случае вмешательства в такого рода вопросы правительства или других ответственных лиц[21].

- [1] Anderson, D.A. Media Success in the Supreme Court. New York, 1987. P. 5.
- [2] Федотов М.А. СМИ в отсутствие Ариадны//Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/Ред.-сост. М.В. Понярская, А.Г. Рихтер. М., 1996. С. 216.
- [3] См. подробнее: Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ)/Науч. ред. под общ. рук. М.А. Федотова. М., 1996. С. 130–139.
- [4] См. подробнее: Марвик К. Ваше право на правительственную информацию. СПб., 1996.
- [5] Таловов В.П. Законодательство Российской Федерации о СМИ и журналистская деятельность//Социальное функционирование журналистики/Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 1994. С. 23–26.
- [6] Журналисты на Чеченской войне. Факты, документы, свидетельства/Сост. О. Панфилов. М., 1995. С. 197, 337.
- [7] Воробьев А.В. Особенности применения трудового законодательства в деятельности редакций средств массовой информации//Правовые и социально-экономические аспекты деятельности средств массовой информации/Отв. ред. Ю.В. Мишальченко. СПб., 1996. С. 167-177.
- [8] См. подробнее: Информационная безопасность: Материалы С.-Петербур. семинара. СПб., 1996.
- [9] Государственная тайна в Российской Федерации/Под общ. ред. М.А. Вуса. 2-изд., доп. СПб., 1997. С. 28.
- [10] Михайлов В.И. Информационная безопасность личности и законодательство//Правовые и социально-экономические аспекты деятельности средств массовой информации. С. 51–61.
- [11] Защита чести и достоинства. Теоретич. и практич. вопросы/Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышева. М., 1997. С. 54.
- [12] Федоров А.В. Средства массовой информации и уголовное судопроизводство//Россия на пороге информационного общества/Подг. к печати М.А. Вус, Н.А. Войтович. СПб., 1997. С. 47–57.
- [13] Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ). С. 111.
- [14] Ковалев Е.А., Шевчук В.Д. Защита чести, достоинства и деловой репутации в суде. Ярославль, 1995. С. 11.
- [15] Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. М., 1998. С. 76.
- [16] Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1991. С. 233.
- [17] Рикёр П. Герменевтика. Этика. Политика. М., 1995. С. 48.
- [18] См.: Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон У. Четыре теории прессы. М., 1998.
- [19] Browne, D.R., Fierstone, Ch. M., Mickiewicz, E. Television/Radio News and Minorities. Queenstown (USA), 1994. P. 40.
- [20] Гершберг С.Р. Завтра газета выходит. М., 1966. С. 287.
- [21] Печатается по: Профессиональная этика журналиста: в 2 т. Т. 1: Документы и справочные материалы/Сост. Ю.В. Казаков. – М., 1999.

## ГЛАВА 7

Михайлов С.А.

### ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

Особенности работы в печатных СМИ  
Особенности труда на радио  
Особенности работы на телевидении  
Особенности работы для информационных агентств  
Особенности труда в компьютерных сетях и базах данных  
Глобальная коммуникация  
Универсальная подготовка к работе в системе СМИ

В журналистской деятельности особую и немаловажную роль играет технологический фактор. В зависимости от техники, используемой для сбора и распространения информации, изменяются стиль, характер и эффективность работы журналиста. Конечно, изменяются и условия труда. Одно дело – когда ты оснащен лишь карандашом и блокнотом, и совсем иное – если у тебя в руках видеокамера.

Различия между средствами массовой информации зафиксированы и в российских законах. Под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год [1]. Под радио-, теле-, видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное название и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год [2].

Уровень технической оснащенности неизбежно определяет различия в организации труда журналистов. Рассмотрим это на примере редакции типичной российской газеты.

Когда основной для российских газет была высокая печать, штатно-организационная структура редакции была следующей. Во главе коллектива стоял главный редактор, которому непосредственно подчинялись заместитель редактора, ответственный секретарь и заведующие отделами. Материал, поступивший от автора в редакцию, после регистрации в отделе писем попадал

к литсотруднику. Он готовил рукопись к печати, затем передавал заведующему отделом. Тот предлагал материал ответственному секретарю. Ответственный секретарь окончательно готовил будущую публикацию к печати и разрабатывал эскизный макет газеты, где указывались расположение материалов на полосе, шрифты и все необходимое для верстки. Редактор газеты подписывал к печати каждую полосу в отдельности и весь номер в целом после верстки и необходимой правки.

В связи с переходом на офсетный способ печати изменилась и организационно-штатная структура редакции. Офсет предполагает компьютеризацию технологического процесса. Отпала необходимость в многочисленных перепечатках одного и того же материала; появилась возможность вносить изменения и правку на любом этапе работы над рукописью. В некоторых редакциях отказались от должности ответственного секретаря, поскольку эскизный макет теперь не нужен – выполняется оригинал-макет, который полностью имитирует газетную полосу. Возможность работы «он лайн», то есть с использованием компьютерных сетей, привела к еще большему сокращению списочного состава редакционных сотрудников. Теперь редакция вполне может состоять из одного редактора, а авторы в этом случае присылают свои произведения по электронной почте. Чтобы сократить время на верстку, используются типовые макеты, моногарнитурная верстка и пр. Наметилась тенденция к разграничению функций главного редактора и генерального директора, к отделению рекламы от новостей и редакционных материалов.

Вхождение России в мировую информационную инфраструктуру и унификация организации газетно-журнального производства привели к тому, что в некоторых изданиях стали переходить на зарубежные стандарты деятельности. В частности, получает распространение американский вариант организационно-штатного расписания. Но здесь возникают сложности из-за несовпадения систем национального законодательства, а также традиций и практики повседневной работы.

Чтобы пояснить сказанное на конкретном примере, рассмотрим организацию типичной американской газеты тиражом в 50 тыс. экз. При меньших тиражах функции штатных работников могут совмещаться, при больших – возникают новые должности.

Хозяин, владелец издания – это человек, вложивший в газету деньги и желающий получить прибыль. Для этого он нанимает издателя либо сам выполняет его функции. В России законом не предусмотрена такая категория, как владелец издания. Поэтому реальные хозяева газет и журналов зачастую никому не известны и не несут никакой формальной ответственности. Учредитель издания может не являться его реальным владельцем.

Издатель – это главный администратор издания. Он отвечает за всю деятельность газеты, а главное – за ее доходность. Его запрещено отвлекать от встреч с общественностью и разработки концепций. Лишь два человека имеют

право входить к нему с докладами, и они же отчитываются перед ним за свою деятельность: это главный редактор и генеральный директор. В российских условиях функции издателя иные. В соответствии с Законом «О средствах массовой информации» «под издателем понимается издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода»[3].

Генеральный директор отвечает за техническое обеспечение редакции, типографию, распространение газеты. Ему подчинены: управляющий, директор по маркетингу, бизнес-менеджер, заведующий компьютерной обработкой информации, производственный директор. Ему же подчинены бухгалтерия и, что очень важно для нас, отдел рекламы. В России генеральный директор может вовсе отсутствовать в штате газеты или журнала. У нас традиционно за все отвечает главный редактор, совмещая в одном лице функции и издателя, и главного редактора, и генерального директора в американском понимании этих терминов.

Главный редактор в США отвечает за все содержание газеты, включая редакционные статьи. Он не имеет права вмешиваться в дела отдела рекламы – это прерогатива генерального директора. У нас же реклама – одно из важнейших дел главного редактора. Это приводит к печальным последствиям: погоня за прибылью стимулирует появление так называемых «заказных» статей, ведет к влиянию рекламодателя на содержание издания. Чем ниже по «вертикали», тем значительнее российская организационно-штатная структура расходится с американской. Продолжим рассмотрение штатного расписания типичной американской газеты.

Редактор-распорядитель подчинен главному редактору и одновременно издателю, что подчеркивает приоритет новостей по сравнению с редакционными статьями. При такой структуре уменьшается вероятность появления мнения редакции в колонке новостей. Редактор-распорядитель – полный хозяин в отделе информации. Ему подчинены:

- Ø редактор общих новостей,
- Ø редактор столичных новостей,
- Ø редактор региональных новостей,
- Ø редактор спортивных новостей,
- Ø редактор деловых новостей,
- Ø художественный редактор (фоторедактор),
- Ø редактор воскресных выпусков.

Кроме того, в состав отдела могут входить редактор редакционных статей, выпускающие редакторы, помощник редактора-распорядителя, редактор столичных новостей со своими помощниками, библиотекарь, художники-графики, системный редактор. Всего в штате отдела информации 55 человек. В последние годы при главном редакторе и генеральном директоре стали создаваться специальные группы сотрудников, которые отвечают исключительно за повышение рентабельности издания.

Как видим, в организации работы редакции есть существенные отличия российского подхода от американского. Бездумное копирование чужой схемы приводит к необходимости изменить содержание и форму материалов: информация пишется по принципу «перевернутой пирамиды», сокращается число используемых газетных жанров, традиционное деление на отделы зачастую устраняется, и тем самым обедняется тематика издания. Но как бы то ни было, тенденция к переходу на американскую схему существует. В частности, по похожей модели работает газета «Деловой Петербург».

Еще в большей степени технические новшества влияют на радио, кино, телевидение, деятельность информационных агентств. Неизбежное усложнение техники ведет к необходимости ее коллективного обслуживания, а это, в свою очередь, серьезно влияет на организационно-штатную структуру любой редакции. Если в печатных изданиях журналист становится все более универсальным человеком, способным решать поставленные перед редакцией задачи в одиночку, то в электронных СМИ наблюдается все более узкая специализация. Здесь неизмеримо больше ценится способность работать в команде. Так, съемочная бригада телевидения включает в себя, как правило, автора сценария или сценарного плана, режиссера, оператора, монтажера, водителя автомобиля. Иногда в ее состав входят редактор, администратор, специалист по свету, звукорежиссер, техник или инженер по обслуживанию оборудования. Но в то же самое время крайне необходима и отработка взаимозаменяемости: оператор должен иметь навыки репортера, репортер – «чувствовать кадр» и т.д.



## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В ПЕЧАТНЫХ СМИ

Печатные издания имеют ясно выраженную специфику как элементы системы СМИ. Она определяется тем, что основной рабочий материал прессы – это слово и изображение, оставленные на бумаге или другом «твердом» носителе информации. Газета, журнал, альманах, книга хранятся годами без видимого разрушения. Они в любой момент могут быть востребованы потребителем. Их легко анализировать комплектно, сравнивать, многократно перечитывать, возвращаться к одной и той же важной мысли. Естественно поэтому, что, отставая от радио и телевидения в оперативности, печатные СМИ превосходят их в аналитичности, даже если их руководители исповедуют так называемую журналистику новостей. В периодических изданиях высока требовательность к стилю и точности словоупотребления. Как показывает практика, «совокупный читатель» обращает внимание на любую ошибку, даже если она допущена в выходных данных.

Конечно, у каждого из печатных изданий есть свои особенности. Старая поговорка «газета живет один день» верна лишь отчасти, но она подчеркивает требование к оперативности репортера, работающего в ежедневной газете. Иногда ее сравнивают с конвейером, где каждый выполняет свою операцию, а в итоге получается нечто общее. Здесь наряду с проблемными и публицистическими выступлениями важное место занимает короткая информационная заметка, заставляющая читателей обратить внимание на то или иное событие или явление. Еженедельнику уже не столь необходима высокая оперативность, зато здесь чрезвычайно уместны обзоры, аналитические материалы.

Журнал, в отличие от газеты, редко публикует материалы «по горячим следам». Дело в том, что здесь технологический цикл значительно длиннее, чем в газете. Зато у журнала есть свои достоинства. Так, один и тот же номер (одну и ту же книжку, как говорили раньше) журнала читает примерно в пять раз больше людей, чем экземпляр газеты. Принято считать, что журнал может предоставить автору больше места, чем газета. Это далеко не всегда так, поскольку существуют различия между «толстыми» и «тонкими» журналами. Но у них есть и общее – это четко установленная периодичность выхода. Альманах, в отличие от журнала, выпускается по мере накопления материала и редко имеет четко выраженную периодичность.

Редакционно-организаторская работа в журналах и альманахах идет под руководством редакционных коллегий, каждая из которых имеет в своем составе главного редактора и его заместителей, ответственного секретаря (он координирует работу отделов), заведующих отделами, редакторов и представителей общественности. Численность штатных сотрудников зависит от типа журнального издания. «Толстые» журналы часто привлекают к сотрудничеству экспертов и консультантов.

Различия между печатными средствами массовой информации лишь подчеркивают то общее, что есть между ними. А именно – необходимость тщательной работы над словом, четкостью выводов и обобщений. Читатель лишен возможности присутствовать на месте события. Репортер – не только его глаза, но и уши, нос, органы осязания и вкуса. Вот почему «картинка», которую рисует журналист, должна обладать и всеми другими необходимыми качествами жизнеподобия, а не только быть «зримой».

В любом печатном издании журналист обязан самым тщательным образом сверять имена, фамилии, цифры, даты, цитаты. Короче, все то, что в случае ошибки может ввести читателей в заблуждение. На диктофон и другие технические средства особенно надеяться не стоит: далеко не всегда фамилия, скажем, пишется так, как слышится. И память может подвести. Вот почему опытные журналисты важные детали записывают печатными буквами в обычный блокнот и не забывают перепроверить.

И еще одна особенность: работник газеты или журнала должен быть обучен умелому использованию средств оформления – ведь чаще всего у читателя единственным органом, дающим ему представление о том или ином материале, да и издания в целом, являются глаза. Современные печатные средства информации редко обходятся без иллюстраций. Поэтому автор при подготовке произведения должен подумать о том, как можно оживить и дополнить текст иллюстративным материалом. Поскольку мы живем в эпоху «экранной цивилизации», изобразительный ряд печатных изданий чрезвычайно важен. Кроме того, иллюстрация, в отличие от слова, психологически воспринимается как документальное и неопровержимое свидетельство подлинности сообщения. Событийно-информационные, документальные, познавательные, развлекательные, сатирико-юмористические и другие фотографии, рисунки, диаграммы могут не только иллюстрировать текстовый материал, но и иметь самостоятельное значение.

Текст и иллюстрации, заголовочные комплексы, анонсы, врезки, выделения – все это и многое другое делает газету, журнал, альманах не просто «собранием слов и картинок», а единым организмом, живущим мыслями и чувствами авторов. Любой газетчик знает, что шрифтовое оформление заголовков и текста может выделить или, наоборот, сделать почти невидной на полосе его работу. Старая истина – форма содержательна, а содержание должно быть оформлено – предопределяет особые требования к подбору шрифтов заголовочных комплексов. «Слепой» заголовок может привести к тому, что даже важнейшая информация не будет замечена и воспринята читателями, а излишне яркий, крикливый превратит второстепенный материал в главный на полосе. Забывать об этом нельзя. Вот почему имеет смысл заранее представить себе место материала на полосе и подобрать к нему заголовочный шрифт, соответствующий размеру и содержанию.

В последние годы все больше изданий переходит к так называемой моногарнитурной верстке, когда для текстов и заголовков избирается один

шрифт, а выделения осуществляются изменением кегля или начертания (то есть насыщенности, наклона, плотности). Это технологически оправдано, хотя и значительно снижает выразительность облика издания.

Еще сохранились редакции, в которых работают по старой классической схеме: материалы, подготовленные к опубликованию, и эскизный макет номера сдаются в издательство, где на основе рукописей и иллюстраций изготавливаются оригинал-макеты, пленки или фотоформы, которые затем передаются в типографию. Но компьютеризация журналистского труда делает такую схему экономически нецелесообразной. Вот почему все большее число редакций начинает самостоятельно готовить как минимум оригинал-макеты номера. Это требует от газетчиков освоения компьютерной техники, приобретения навыков обращения с ней.

## ОСОБЕННОСТИ ТРУДА НА РАДИО

С момента изобретения радио этот вид связи и средство массовой информации непрерывно развивается и совершенствуется. Сейчас используются практически все диапазоны радиоволн, стали реальностью передачи со стерео- и квадразвучанием. Сверхминиатюризация и спутниковые ретрансляторы позволяют вести эфирные передачи из любого места планеты вне зависимости от наличия или отсутствия крупных передающих центров. Новые технические средства дают возможность пересылать громадные объемы информации за считанные секунды.

Цифровая запись звука позволяет добиться высочайшего качества звучания. Появились новые средства записи и воспроизведения, например лазерные диски. Технические средства обеспечивают высокую надежность связи и защиту от подслушивания. Можно вести радиопередачи из глубин мирового океана, из-под многометровой толщи льда и т.п. Стала реальностью коммуникация с использованием лазерного луча и сверхдлинных радиоволн. Отдаленные объекты (например, высокогорные метеостанции, корабли и т.д.) получили аппаратуру факсимильной связи, позволяющую принимать по радио выпуски газет с выводом их на печать. Возникли редакции, специализирующиеся на выпуске факсимильных газет.

Радиовещание давно стало атрибутом жизни современного человека. Миллионы слушателей в разных уголках планеты ежедневно приобщаются к мировой культуре, узнают последние новости, просто отдыхают, включив свои приемники. Аудитория радио поистине безгранична. Это, естественно, налагает особую ответственность на работников редакций.

Специфика журналистского труда здесь связана и с тем, что рабочий материал радио отличается от материала прессы. Необходимость использовать кроме устного слова шум, музыку и другие звуковые эффекты сопряжена с невозможностью показать какой-либо объект. Если в газете есть иллюстрации, то на радио только звук может дать представление о том или ином событии, предмете или человеке. И еще одно: газета или журнал даже давних выпусков легко доступны читателям, в то время как радиопередача после выхода в эфир перестает существовать.

Итак, специфика радио состоит прежде всего в гигантской и разнообразной по составу аудитории слушателей и еще в том, что передача воспринимается только на слух. Исходя из этого и следует анализировать специфику труда радиожурналиста.

Генеральный директор ЗАО «Радиостанция “Открытый город”» Александр Михайлов так характеризует особенности труда на радио:

Каждый журналист – немного актер. Но если газетчик может ощущать себя актером только изредка, то радиожурналист должен помнить об этом постоянно. Что запишешь, то и выдашь в эфир, разве что подсократить немного можно. Важны и мысль, и слово, и интонации, и вообще любые звуки. Одна упущенная мысль может сделать неинтересной для слушателя всю передачу. Поэтому журналист должен держать под контролем внимание слушателей, уметь привлечь их к своей передаче и удерживать возле приемников.

Особенность работы на радио предопределила и специфику используемых жанров. Короткие информации чаще всего группируются по темам и читаются диктором; в интервью нередко принимают участие корреспондент, диктор и интервьюируемое лицо; радиорепортаж обычно ведет журналист, который рассказывает об обстановке, используя шумы и музыку, иной раз декламирует стихи. Радиорепортаж будет убедительным только тогда, когда корреспондент побывает на месте события. Довольно часто радиорепортаж идет в прямом эфире, поэтому для него характерна живая речь, без заранее написанного текста.

Многие жанры прессы в радиожурналистике модифицируются благодаря тому, что передачи воспринимаются только на слух. К примеру, более впечатляющим по сравнению с газетно-журнальным может стать радиофельетон, если насытить его саморазобрачительными речевыми характеристиками персонажей. Существуют и свои, особые жанры радио. Например, радиокomпозиция (музыкально-драматическая, хроникально-историческая и т.п.), которая позволяет более эффективно доносить до слушателей фактический материал передачи.

Весьма серьезные требования предъявляются к языку журналиста. Поскольку звучащее слово является основным выразительным средством, необходимо внимательнейшим образом следить за своей речью. И не только за ее лексическим составом, но и за фонетикой. Косноязычный радиожурналист – это нонсенс.

## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Революция в технологии массовых коммуникаций особенно большие горизонты открыла перед телевидением. Компьютеризация дала в руки телевизионщиков такие неожиданные и недоступные ранее возможности, как мультимедиа, компьютерную анимацию, стереотелевидение, и уже освободила подступы к голографическому телевидению.

Но это далеко не все возможности. То, что обычно ускользает от взгляда зрителя, не менее впечатляюще. Так, сейчас ведутся работы по восстановлению старых черно-белых кинолент и обогащению их цветом. Произошли изменения в видеоряде телевизионных программ. Шире стал использоваться прямой эфир, что зачастую делает зрителей прямыми участниками программ. Особую роль в развитии массовых коммуникаций сыграли видеомагнитофоны и видеопроигрыватели. Цифровая запись изображения, видеодиски, лазерное воспроизведение изображения и звука стали широко применяться в промышленности и в быту. Кабельное телевидение сделало изображение более качественным; спутниковое вещание сократило расстояния. В ряде стран (например, в США, Великобритании, Швеции и др.) внедряется цифровое телевидение, как кабельное, так и эфирное.

Как известно, все новое – это хорошо забытое старое. В 1960-е годы в СССР выпускался проекционный телевизор «Мир». Он позволял смотреть передачи на большом экране, который укреплялся на стенке. Японские специалисты на новом техническом уровне возродили эту идею. С 1997 г. фирма Toshiba приступила к выпуску проекционного телевизора серии Dramatic-Theatre. Главное достоинство этих напольных телевизоров, размер экранов (а не кинескопов) которых варьируется от 48 до 61 дюйма по диагонали, – принципиально новые схемы передачи изображения и звука. Телевизоры этой серии отличаются плоским корпусом, что позволяет им легко вписаться в интерьер любой квартиры.

При кажущейся однотипности видеотехники новинки домашних видеомагнитофонов и видеоплейеров серьезно отличаются по уровню качества и комфорта. Так, один из главных секретов новой модели Toshiba V-856G – новейшая и весьма удачная цифровая система удаления помех в видеоизображении, позволяющая получить безукоризненную картинку на экране. Эта технология значительно улучшает качество воспроизведения старых пленок. Система Digital Noise Reduction, встроенная в видеомагнитофон «люкс», автоматически убирает с пленки все дефекты: «эффект снега» – черные и белые точки на экране, неравномерную яркость, размытость цветовых тонов и др.

Внедрение технических достижений позволило приступить к реализации идеи программируемого (интерактивного) телевидения. Это осуществляется следующим образом. Абонент телеканала при помощи компьютера связывается с телецентром и заказывает себе на определенное время ту или иную передачу:

новости, кинофильм или что-либо другое. В строгом соответствии с заявкой зрителя его телеприемник или компьютер продемонстрирует заказанную передачу, а то и полностью сформированную по желанию абонента программу. Интерактивное телевидение позволяет зрителю не только смотреть то, что хочется, но и активно вторгаться в передаваемый на экран сюжет. По желанию зрителей, связавшихся при помощи компьютера или обычного телефона со студией, могут быть изменены отдельные эпизоды, развязка, а то и целиком сюжет передачи. Короче говоря, зритель включается в производство информационного продукта. Конечно, в ряде случаев это очень хорошо и интересно. Но программирование имеет и отрицательные последствия: становится возможным тотальный контроль над вкусами, привычками и образом жизни телезрителей.

Если соперничество между цифровым и аналоговым телевидением завершилось в пользу цифрового, то старый спор о том, что лучше – компьютер или телевизор, разгорелся с новой силой. Тем более что в него включились очень большие деньги.

Коротко о сути проблемы. Современный мультимедийный компьютер позволяет принимать радио- и телепередачи, воспроизводить записи. Причем качество звука и изображения у него значительно выше, чем у телеприемников. Но телевизор стоит значительно дешевле, чем даже простой компьютер. И массовый потребитель пока отдает предпочтение телевизору, тем более что появилось множество различных приставок, позволяющих обычному приемнику выполнять некоторые функции персонального компьютера. Последние усовершенствования компьютеров позволяют надеяться на резкое увеличение качества при быстром снижении цены. Это говорит в пользу компьютеров. К тому же компьютерная сетевая отрасль, включая Интернет, стремится проникнуть в совершенно новую для себя сферу – в мир голосовой связи[4].

Идет быстрое сближение телевидения с компьютерными сетями. Билл Гейтс и руководимая им известная фирма Microsoft взяли курс на объединение в глобальную сеть телевизоров, телефонов, проигрывателей и другой бытовой электронной техники. Фирмой было израсходовано 2,4 млрд. долларов на то, чтобы покорить американские гостиные так же, как в свое время она завоевала персональные компьютеры. В частности, за 425 млн. долларов была приобретена фирма WebTV Networks, которая создала технологию перемещения по Интернету с помощью бытового телевизора. 1 млрд. долларов был вложен в приобретение компании кабельного телевидения Comcast. Кроме того, были поставлены под контроль некоторые фирмы, специализирующиеся на передаче аудио- и видеоинформации по Интернету[5].

Большинство аналитиков предсказывают, что через какой-нибудь десяток лет практически все бытовые электронные устройства станут полноправными членами цифрового сетевого сообщества. «Точно так же, как электричество изменило нашу жизнь, превратив граммофоны в стереофонические

проигрыватели, ледники в холодильники, а свечи в лампочки, Интернет революционизирует все устройства, которыми мы пользуемся, – от компьютеров до телевизоров, телефонов и автомобилей», – утверждает Вэй Йен, президент NCI – фирмы, занимающейся созданием стандартов программного обеспечения для бытовой техники будущего[6]. По оценкам специалистов, число телевизоров, обеспечивающих доступ к Интернет, к 2005 г. составит пятьдесят миллионов[7].

Итак, техника предоставила журналисту безграничные возможности. Но и требования она предъявляет жесткие: нужно поспевать за внедрением технических новинок и, в частности, умело использовать их для работы в прямом эфире. Конечно, необходимо тонко чувствовать и родовую, исходную специфику телевизионной журналистики.

В рабочий материал тележурналиста входят устное и письменное слово, изображение, шумы, музыка. Все это предопределяет и особенности телевизионных жанров. Телевидение позволяет аудитории воочию наблюдать событие, дополнить изображение звуками (музыкой, шумами, дикторским текстом и т.п.), прочитать текст (специально выведенный на экран или демонстрируемый в виде документа), услышать живой голос героя и реальное звуковое сопровождение события. Это предполагает наличие у журналиста способностей режиссера и оператора, навыков и умений работы с аппаратурой. Особые требования предъявляются к телеведущему, выполняющему сложный комплекс функций.

Телевидение обладает значительно большей эффективностью воздействия, чем печать и радио. Но и опасностей несет в себе много. Известный ученый-футуролог И.В. Бестужев-Лада считает, что телевизор, компьютер и другие чудеса техники погубят человечество. В своей статье «Четыре головы чудовища» он утверждает что «в нашу жизнь год за годом почти незаметно стал вторгаться кошмарный четырехглавый дракон, грозящий изменить жизнь грядущих поколений намного сильнее, чем все машины, механизмы, аппараты и приборы с древнейших времен до наших дней»[8]. Автор перечисляет эти четыре головы: первая «драконья голова» – обычный телеэкран, который многим уже заменяет театры и концертные залы, музеи и выставки. Вторая «голова» – тот же самый телеэкран, на котором уже давно во всех цивилизованных странах мира (Россия здесь – не в счет) по десяткам программ круглосуточно сменяют друг друга абзацы «телегазеты» со свежими, сиюминутными новостями, с недоступной «бумажной» прессе скоростью. Третья «голова» – это знакомый многим видеофон, совмещенный с телеэкраном. Четвертая – не что иное, как самый обычный компьютер, только соединенный в электронный комбайн с описанными выше вариантами ТВ.

Смысл статьи ученого заключен в призыве выработать моральные запреты на использование достижений современной техники в некоторых областях человеческой жизни. Дело в том, что «техника действительно может уйти в самом буквальном смысле черт (и только он) знает куда. А вот менталитет и



психология человека вряд ли успеют претерпеть сколько-нибудь значительные изменения. Образуются чудовищные ножницы между достижениями научно-технического прогресса и их социальными последствиями. При этом среди последствий не обязательно могут превалировать позитивные. Не исключены и весьма негативные – вплоть до полного обесчеловечивания человеческого общества, превращения личности в виртуальный придаток к компьютеру»[9].

Таким образом, социальные последствия глобального охвата человечества телевидением будут не только радужными. Но может быть, мы преувеличиваем опасности, и дела обстоят не так уж плохо? Может, мы и телевизор-то смотрим от случая к случаю?

Так вот. Во Франции было опубликовано исследование по проблеме пристрастия к телевизору. Обнаружилось, что самые заядлые любители телеэкрана – японцы. Они посвящают этому занятию в среднем четыре часа в день, на одну минуту больше, чем мексиканцы. Американцы отстают от японцев на целых две минуты. Исследование показало, что россияне возглавляют список европейских стран, однако они на шестнадцать минут отстают от японцев. Любовь британцев к экрану несколько меньше: они проводят у телевизора всего три с половиной часа в день. Французы и немцы – чуть больше трех часов[10]. Интересная закономерность: семьи с невысоким уровнем дохода ориентированы в основном на телевидение и радио, а более состоятельные люди – кроме того и на печатную продукцию.

Мы все тверже убеждаемся в одной истине: кто владеет телевидением, тот владеет всем. В эпоху, когда спутниковая связь сделала ТВ всемирным, на рынке доминирует опять-таки самая мощная в информационном плане страна – Соединенные Штаты Америки. На европейском визуальном рынке преобладание США выглядит впечатляюще: 65,5% всех демонстрируемых телесериалов, 44,5% ТВ-фельетонов, 48,5% телефильмов – американские[11]. Затраты на производство программ в США в основном покрываются на внутреннем рынке. Вот почему права на использование за границей могут быть проданы по неконкурентно низким ценам. Однако при всем при том прибыли телекорпораций весьма значительны: именно в этой области коммуникаций доход от рекламы может достигать 200 тыс. долларов в минуту[12].

Нет слов, телевидение живо не только доходами. Оно имело и имеет важнейшее значение для повышения образовательного уровня населения. В зависимости от условий той или иной страны на образовательные передачи отводится определенное время. Так, в 1989 г. в ФРГ на них расходовалось 2262 часа, в Англии – 1378, в Голландии – 686, в Португалии – 420, в Бельгии – 307, в Греции – 203, а во Франции – всего-навсего 43 часа.

Тем не менее, любое средство массовой информации, если оно не преследует иных целей, должно приносить прибыль своим владельцам. В последние годы кризисные явления в той или иной степени затронули практически все редакции газет и журналов, радио-, кино- и телестудии, издательства

большинства развитых стран. Некоторые исследователи считают, что золотой век закончился даже для теленовостей. Переход ведущих телекомпаний в руки монополий, жесточайшая конкуренция на информационном рынке, перенос новостей, особенно в сфере бизнеса, в компьютерные сети – все это и многое другое заставляет задуматься о характере, средствах, формах и методах распространения новостей. С одной стороны, ТВ отнимает жизненное пространство у других СМИ. Так, документальное кино повсеместно сдало свои позиции, потесненное телевидением. В Иордании, например, была закрыта единственная на всю страну студия документальных фильмов. С другой стороны, активизируются такие конкуренты эфирного ТВ, как специализированные журналы, круглосуточные службы новостей кабельного телевидения и радио, спутниковые передачи местных станций и видеоманитофоны. Конечно, этот список далеко не полон. Сюда, естественно, следует добавить компьютерные сети, базы и банки данных.

Телекорпорации, как правило, ищут выход в коммерциализации репортерских программ. Но это может привести и приводит к отрицательным последствиям, среди которых – «тривиализация новостей». Например, во время кризиса в Персидском заливе американское телевидение наряду с важнейшей военной информацией три минуты потратило на освещение развода киноактрисы Джоан Коллинз, в то время как даже самые важные сообщения в подобных программах получают полторы минуты на сюжет. Когда новости подаются в духе развлекательных программ, зрители начинают терять уважение к общественным новостям.

Существует несколько способов сохранить возможность доносить общественно полезные новости до зрительских масс. Один из них – дальнейшее расширение специализированных сетей кабельного телевидения. Второй способ – помимо сообщения новостей давать их анализ. Третий способ – кооперирование с другими средствами массовой информации. Следующее направление – привлечение специализированной аудитории. Практически все телекомпании начали вещать на группы населения, объединенные общими интересами. Появилось множество программ, посвященных религии, компьютерной технике, автомобилям и т.п. В этом случае легко сориентироваться в интересах зрителей и привлечь рекламодателей к вещанию на вполне определенную аудиторию.

## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

Любое информационное агентство будет дееспособным и уважаемым лишь в случае оперативной и бесперебойной работы всех его сотрудников, каким бы большим ни был коллектив. Масштабы производства здесь и в самом деле велики. Для примера возьмем одно из крупнейших мировых информационных агентств – ИТАР-ТАСС. Его почти вековая история позволила тассовцам накопить уникальный творческий и профессиональный опыт. В Москве и 134 региональных центрах, в 67 странах пяти континентов работают высококвалифицированные журналисты, ежедневно выпускающие порядка 4200 килобайт разнообразных текстовых материалов (ими можно заполнить около 100 газетных полос), а также несколько десятков оперативных фотоснимков и графических изображений. Богатейшими возможностями обладает банк данных ИНФО-ТАСС, уникальный фотоархив включает в себя около 1 млн. снимков. Агентство также выпускает авторитетные аналитические и справочные издания. Приведенные данные говорят об исключительно напряженной и масштабной работе сотрудников ИТАР-ТАСС.

Существует несколько важных особенностей работы журналиста в информационном агентстве. Прежде всего, это постоянная готовность к срочному выполнению оперативного задания. Любая информация агентства всегда имеет точное время сообщения и чаще всего включает в себя дату текущего дня. Оперативный повод – основа любой передаваемой информации. Другую особенность назовем «чутье на новость». В связи с этим имеет смысл напомнить старую истину: новости надо планировать. Значит, нужно иметь самые тесные связи с источниками информации и заблаговременно знать планы объектов, деятельность которых поручено освещать репортеру. Третья важная особенность – высокая ответственность за каждое передаваемое слово. Это вполне понятно: если информационное агентство передаст недостоверное, ошибочное сообщение, то его распространят многие СМИ. Поэтому отделы справок подвергают тщательной проверке все факты, даты, имена и названия, ссылки на документы, упоминаемые в информации. Существуют и особенности построения материалов для информационных агентств. Практически любое сообщение готовится по принципу «перевернутой пирамиды», обязательен лидер-абзац. Высокие требования предъявляются к надежности информации.

Поскольку агентства адресуют свою продукцию всем средствам массовой информации, каждое сообщение должно быть интересно как газетам и журналам, так и радио и телевидению. Значит, корреспонденту нужно учитывать особенности различных СМИ. Например, Единая новостная лента (версия 1) ИТАР-ТАСС, главный продукт этой фабрики оперативной информации, сообщает о всех заслуживающих внимания событиях в России, ближнем и дальнем зарубежье, освещает деятельность высших эшелонов власти, новости в общественно-политической, деловой и культурной сферах, основные события в мире спорта, затрагивает криминальную тематику. Лента передается подписчикам в реальном времени по сети Интернет, по электронной почте и в режиме «он лайн», по выделенному и коммутируемому каналам

связи, спутниковой системе ИТАР-ТАСС, по системам «ТВ – Информ – ТАСС», «Радиотекст», а также обычной почтой в печатном виде. Уже сама система рассылки говорит о том, что информация, подготовленная журналистом, должна быть «удобоваримой» для всех этих каналов. Агентство учитывает и потребности конкретных СМИ. Так, «Телерадиодневник» содержит практически готовые для эфира выпуски кратких новостей из России и из-за рубежа. Это семь неповторяющихся выпусков в сутки, рассчитанных на 3–4 минуты каждый. Учитываются и другие особенности как печатных, так и аудиовизуальных СМИ. Санкт-Петербургское региональное управление ИТАР-ТАСС, например, по предварительным заказам клиентов готовит пакеты на разнообразные темы и доставляет их заказчикам с необходимой периодичностью.

Как уже отмечалось, работа в информационных агентствах побуждает журналистов к высокой оперативности. При подготовке материала для радио или телевидения время в тексте должно обозначаться словами «только что» или «час назад». Ежедневной газете подойдет «сегодня», еженедельнику или журналу достаточно «на днях». Особые требования предъявляются при подготовке эксклюзивных материалов. Федеральные (общероссийские) газеты заинтересуются сообщением, где есть слова «впервые в мире», «впервые в России». Областным и региональным изданиям интересны новости из их региона. Городские и районные газеты с большим удовольствием возьмут информацию, в которой упоминаются местные знаменитости, известные фирмы или личности.

Поскольку информационные агентства продают свою продукцию, журналисту приходится ее рекламировать. Конечно, для этого должны создаваться специальные службы, но на практике случается заниматься рекламой и репортерам. У них есть сильные доводы: хотя почти всю необходимую информацию сейчас можно получить в Интернете с бесплатных серверов, там ее трудно проверить. Попутно заметим, что информационные продукты агентств являются объектами авторского права и охраняются законом. Внесение каких-либо изменений в материалы недопустимо. Об этом часто забывают как газетчики, так и журналисты аудиовизуальных СМИ. Есть и другие правовые особенности. Если российское агентство работает со сведениями, полученными из зарубежных источников, то в соответствии с Законом РФ «Об участии в международном информационном обмене» оно несет ответственность за распространяемую информацию. Значит, при подготовке материала к распространению в России журналист обязан проверить достоверность полученных сообщений.

## ОСОБЕННОСТИ ТРУДА В КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЯХ И БАЗАХ ДАННЫХ

Тенденции развития средств массовой коммуникации заставляют редакции и журналистов идти в ногу со временем и активно участвовать в таком перспективном деле, как использование современной вычислительной техники. В первую очередь это касается возможностей Интернета. Любая компьютерная сеть или любой компьютер могут получить так называемый IP (протокол Интернет), адрес и соединиться со всей системой Интернет. Формально Интернет – это самоуправляемая община, представляющая собой огромную и быстро растущую компьютерную сеть, состоящую из сотен более мелких сетей. Каждые 30 секунд включается новая сеть. Более двух миллионов файлов, а также другие данные и программы открыты для пользователей. Наиболее распространенными способами использования сети являются:

- Ø связь с помощью электронной почты;
- Ø участие в электронных конференциях и дискуссиях;
- Ø поиск информации и данных, хранящихся на удаленных компьютерах;
- Ø копирование файлов с удаленного компьютера на местный компьютер;
- Ø выполнение программ на удаленных компьютерах;
- Ø выполнение программ на местном компьютере с помощью удаленного компьютера.

Существуют Общество Интернет (Internet Society – ISOC), Совет по структуре Интернета (Internet Architecture Board – IAB) и Специальная группа по инженерному обеспечению Интернета (Internet Engineering Task Force – IETF), состоящие из добровольцев, которые проводят открытые конференции, где разрабатываются операционные стандарты и решаются другие проблемы.

Появление всемирной сети Интернет внесло качественно новый элемент во всю мировую экранную цивилизацию. Прежде всего, деловые новости из газет, радио и телевидения перекочевали в компьютерные сети. Затем Интернет стал использоваться и как почта, и как универсальная рекламная система. Появились серверы, где можно посмотреть любой новый фильм или ознакомиться с содержанием свежих выпусков газет и журналов. И, наконец, эта сеть стала основой для создания так называемой сетевой экономики. В мире Интернет и электронной коммерции пока что не существует каких-либо ограничений или налогов: важно, чтобы каждый компьютер мог стать окном в любое предприятие. Экономика США, например, во многом зависит от информационных технологий, которые обеспечивают одну треть прироста валового национального продукта. Развитие сетевой экономики тесно увязано с правительственными организациями и их политикой. Сейчас многие правительства стремятся взять под контроль «всемирную паутину». Выгоды от этого очевидны.

В конце 1993 г. в Интернет были включены материалы по России и Восточной Европе – так называемые Домашние страницы были включены в Интернет. Это

самое полное руководство по данному региону, и оно включает в себя логическую структуру, перекрестные ссылки, взаимные соединения и согласующие сопряжения. В результате всю необходимую информацию можно получить после первого же запроса, что значительно упрощает операции.

Интернет стал одним из средств массовой информации. Это подтверждается тем, что в России нужно зарегистрировать любое издание, выходящее в «электронном формате», в США на Интернет распространяется действие Первой поправки к Конституции, декларирующей, в частности, свободу слова и свободу печати. О возможностях его использования в масс медиа и политике красноречиво говорит такой факт. Во время августовских событий в Москве в 1991 г. крошечная сеть Интернет под названием РЕЛКОМ, которая была связана с Финляндией, а через нее со всем миром, оказалась наиболее надежным каналом для получения информации и направления сообщений из российской столицы. Участники РЕЛКОМа направляли сообщения, которые потом помещались в зарубежных газетах, заявления Бориса Ельцина (которые приносили операторам РЕЛКОМа друзья) и личные наблюдения относительно развития событий в Москве[13].

Журналист, работающий в сети, должен знать и уметь значительно больше, чем сотрудник газеты, журнала, радио или телевидения. С одной стороны, необходимо мастерски владеть письменным словом – ведь при помощи сети можно даже выпустить книгу. С другой – хороший компьютер не только не уступает телевизору, но в некоторых своих качествах даже значительно превосходит его. Это значит, что нужно уметь все, что умеют на телевидении плюс специфические знания компьютера. Резко возрастает возможность получения в сети недостоверной информации или вообще откровенной дезинформации. Вот почему перепроверка фактов, цифр, имен и других данных здесь обязательна.

Но этим не ограничиваются особенности работы журналиста в сети. Он может сам направить произведение в известный ему адрес или воспользоваться услугами «электронной конференции», а то и завести собственный сайт. То есть появляется избирательность адресата. Можно полученную из другого источника информацию переработать и распространить в измененном виде, каждый пользователь в той или иной степени становится «сам себе журналист». Все диктуется теми задачами, которые он решает.

В последние годы многие печатные издания стремятся обзавестись своей электронной версией. Возможных вариантов ее создания несколько. Во-первых – распространение содержания газеты или журнала на компакт-дисках. Рентабельнее всего это делать с годовыми подшивками издания, поскольку выбранный носитель вмещает в себя очень много информации. Такой вид распространения удобен для отправки в библиотеки. Именно так поступают многие ведущие газеты России и зарубежья. Во-вторых – распространение по компьютерным сетям (в частности Интернету) в реальном режиме времени. Это

очень удобно, поскольку выпуск подобного периодического издания не требует бумаги и типографских расходов.

Любая электронная версия имеет ряд особенностей в подготовке. Прежде всего, она, как правило, отличается от той, которая выпускается на бумаге. Кроме того, существует возможность каталогизировать информацию, снабдить ее научным аппаратом, перекрестными ссылками. И еще одна особенность: электронную версию любого издания можно обогатить цветом, звуком, движущимся изображением и т.п. Естественно, журналист должен не только теоретически знать все это, но и иметь квалификацию программиста.

В последнее время появилось множество мультимедийных изданий как на компакт-дисках, так и в сети. Вот, например, как анонсировался первый номер развлекательного журнала для всей семьи «Магазин желаний»:

У тебя в руках – веселая интерактивная пристройка к твоему жилищу, виртуальное пространство для тебя и твоей семьи. Здесь есть спальня для личной жизни, комната для детей, бар для гостей, шкаф для скелета и склад для подарков...

Смотри, слушай, пользуйся:

«Что подарить мужику на день рождения» – каталог идей;  
«Учись водить!» – автосимулятор;  
«Детский альбом» – раскраски, картинки и разные зюки;  
«Как одна копеечка» – проверка на бережливость;  
«А может, я алкоголик?» – тест;  
«Шел. Упал. Очнулся...» – гипс;  
«Как оценить фигуру девушки» – без комментариев;  
«Подбери себе контрацептив – практические советы»;  
«Собери кино» – видео-конструктор;  
«Рестораны Москвы»;  
«Столичный эфир»;  
«Телефонный справочник»...

Для выпуска подобного журнала необходим большой коллектив специалистов: журналистов, художников, фотографов, программистов, инженеров... Среди особенностей мультимедийных изданий – интерактивность и многовариантность выбора. Это предопределяет и специфику творческого труда журналиста: нужно предвидеть возможные действия пользователя и создавать на эти случаи варианты текста, звука, изображения.

## ГЛОБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Глобализация информационного пространства выдвинула в число национальных приоритетов многих стран участие в создании так называемой Глобальной информационной инфраструктуры (ГИИ). Координирующую роль в этом процессе играет Международный союз по телекоммуникациям (МСТ). Неудивительно, что регулярно проводимые мероприятия МСТ привлекают самое пристальное внимание высших государственных деятелей. Так, вице-президент США Эл Гор в марте 1994 г. выступал на конференции МСТ в Буэнос-Айресе, в сентябре того же года – на конференции в Киото, в марте 1995 г. направил приветствие участникам конференции по Интернету в Минске... В обращении к специалистам, собравшимся в Киото, он отмечал: «Усилия по созданию ГИИ дают нам возможность выйти за рамки идеологии и поставить перед собой общую цель создания инфраструктуры, которая принесет выгоду и пользу всем гражданам наших стран. Мы будем использовать эту инфраструктуру для содействия экономическому развитию, для развития здравоохранения, образования, программ по охране окружающей среды и демократии...

На конференции в Буэнос-Айресе вами были приняты пять принципов ГИИ, которые осуществляются на практике странами мирового сообщества: частные инвестиции, рыночная конкуренция, гибкая нормативно-правовая база, недискриминационный доступ и универсальные услуги»[14].

В России, отметил Гор, уже существуют приватизированные телекоммуникационные компании, функционирующие в 86 регионах. Действуют также независимые компании-операторы, предоставляющие услуги по международной телефонной связи и передаче данных. Это не только служит целям привлечения инвестиций, повышения конкуренции и улучшения доступа к информационным службам, но и обеспечивает жизненные условия самой демократии – свободу коммуникаций и обмена информацией.

В новых условиях иначе функционируют и СМИ. Однако задолго до современного технологического переворота международное сообщество задумывалось о необходимости нового международного информационного порядка (НМИП). Его идея была выдвинута и сформулирована в документах Конференции глав государств и правительств неприсоединившихся стран в Коломбо в августе 1976 г. В Политической декларации конференции выражалась тревога по поводу увеличивающегося разрыва между развитыми и неприсоединившимися странами в обеспеченности средствами информации и связи. В декларации подчеркивалось, что данное положение является наследием колониального прошлого. Это привело к зависимости и господству, при котором большинство стран обречено на роль пассивного получателя односторонней, неполной и искаженной информации.

В последующие годы идея нового информационного порядка получила международную поддержку и развитие. В частности, в Заключительный акт



Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе было внесено положение о том, что сотрудничество в области информации должно содействовать укреплению мира и взаимопонимания между народами и духовному обогащению человеческой личности. Предполагалось, что оно будет осуществляться при полном соблюдении принципов, регулирующих отношения между государствами-участниками, то есть на началах суверенного равенства, невмешательства во внутренние дела, уважения законов друг друга.

В конце 1978 г. в официальных документах сессии Генеральной ассамблеи ООН и Генеральной конференции ЮНЕСКО, принятых единогласно, впервые со всей четкостью была признана необходимость устранить неравенство в распространении информации, предназначенной для развивающихся стран или исходящей от них. Осенью 1980 г. на XXI сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО, проходившей в Белграде, была учреждена Международная программа развития коммуникации, которая, по замыслу ее создателей, должна была стать частью усилий по установлению нового, более справедливого и более эффективного мирового порядка в области информации и коммуникации.

Но эти усилия международного сообщества натолкнулись на сопротивление. В частности, в 1981 г. страны Запада выступили с так называемой Таллуарской антидекларацией, в которой информационные отношения между странами рассматривались с точки зрения «западного плюрализма». Суть сводится к простой формуле: если у кого-либо есть информация и средства для ее распространения, то никто не смеет мешать распространению этой информации. Короче говоря, разрыв между развитыми и развивающимися странами должен увеличиваться.

Глобализация информационного пространства привела к ряду социально-правовых последствий. Среди них:

- Ø фактический отказ мирового сообщества от признания нового международного информационного порядка и поддержка концепции «свободного потока информации»;
- Ø игнорирование государственных границ при распространении информации, национальных норм и законов о СМИ;
- Ø широкомасштабное пиратство, игнорирующее права авторов и владельцев информации;
- Ø унификация культур, информационный империализм и экспансия развитых стран в СМК других стран;
- Ø информационный паразитизм.

Со временем и в позиции ЮНЕСКО произошли изменения, вызванные драматическими переменами в международных отношениях. В ноябре 1989 г. на XXV сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО была принята новая стратегия коммуникации, цель которой состоит в «обеспечении свободного потока информации на международном, а также национальном уровнях и ее

более широкого и сбалансированного распространения без каких-либо препятствий свободе слова».

Основные направления информационной политики ЮНЕСКО состоят в следующем:

во-первых, это заключение международных соглашений, направленных на свободное распространение информации независимо от государственных границ;

во-вторых, поддержка межправительственных и неправительственных организаций, занимающихся защитой основных свобод: свободы слова и свободы печати;

в-третьих, создание технических возможностей для свободного доступа и получения информации в различных регионах мира;

в-четвертых, издательская деятельность ЮНЕСКО;

в-пятых, подготовка ЮНЕСКО журналистских кадров;

в-шестых, апробация современных информационных супермагистралей[15].

Трансграничное распространение информации привело в ряде случаев к тому, что игнорируются национальные нормы и законы, существующие традиции. К примеру – спутниковое телевидение. Оно позволяет вести прямое вещание практически в любую точку земного шара. В Египте, например, запрещено законом в кино- и телефильмах показывать Аллаха в человеческом облике. На телепередачи, принимаемые по спутниковой связи, этот закон практически не действует, ибо на Западе существуют другие нормы и законы[16]. Подобных примеров можно привести немало. Скажем, в Российской Федерации в кино и на телевидении запрещено использование целенаправленного воздействия на подсознание зрителей. В ряде других стран такого запрета нет. А мы порой бездумно покупаем теле- и кинопродукцию, демонстрируем ее на многомиллионную аудиторию, не задумываясь о последствиях. Совсем не фантастичной выглядит и такая ситуация: журналисты откопали «жареные» факты, которые было трудно предать гласности в своей стране. Тогда они через Швецию, где весьма либеральные законы о СМИ, распространили информацию по сетям Интернет. Теперь об этом знает весь мир. А как быть с национальными интересами? Выход один: гармонизация, согласование национальных систем права СМИ друг с другом и с международно-признанными нормами.

О пиратском распространении информации уже говорилось и писалось много. Казалось бы, правовые механизмы выработаны и на национальном, и на международном уровнях. Но они практически не действуют. В целом не выработаны механизмы контроля за распространением информации по

компьютерным сетям. Так, Россия остается мировым лидером по незаконной продаже аудиозаписей, которых в 1995 г. было продано на сумму 363 млн. долларов. Всего в мире в том же году продано незаконных записей на 2,1 млрд. долларов, причем каждая пятая запись была несанкционированной. Второе место в мире занимает КНР, затем следуют Италия, Индия и страны Латинской Америки[17]. Такое же положение дел сохраняется в распространении пиратских компакт-дисков с компьютерным программным обеспечением. Среди стран с самым высоким уровнем пиратства в этой сфере оказались Вьетнам (99%), Китай (96%), Оман (95%) и Россия (91%). Самым высоким среди всех регионов мира остается уровень пиратства в восточноевропейских странах[18].

Широкое и в некоторых случаях бесконтрольное распространение информации развитыми государствами, засилье заокеанской кинопродукции и многое другое ведет к размыванию национальных культур, их унификации по американскому образцу. В последние годы мы перестали употреблять термин информационный империализм. Им обозначали систему, сложившуюся в монополизированных средствах массовой информации развитых стран Запада, и методы, применяемые для пропагандистского обеспечения внутренней и внешней политики. Но как бы мы ни называли это явление, оно существует.

Конкретные его проявления:

- Ø концентрация СМИ и средств связи в руках мощных специализированных корпораций;
- Ø прямое подчинение значительной части средств информации и связи многоотраслевым монополиям;
- Ø открытое вмешательство государственного аппарата развитых стран в сферу информации;
- Ø господство транснациональных корпораций на мировом рынке новостей;
- Ø углубление диспропорций в обеспечении средствами информации и связи развитых держав, с одной стороны, и молодых развивающихся стран – с другой;
- Ø использование дезинформации для пропагандистского обеспечения внутренней и внешней политики.

Стратегия информационного империализма реализуется, в частности, путем распространения продукции по демпинговым ценам, открытия за рубежом филиалов существующих изданий и создания новых, создания совместных предприятий в области СМИ, скупки эфирного времени и т.п. Формой его проявления служит также информационный паразитизм. Создав глобальную информационную инфраструктуру, богатые страны могут на «законном основании» перекачивать к себе важные научные, технические, экономические и иные сведения. Вывоз за рубеж специалистов в традиционном виде становится ненужным. Для примера можно отметить такую особенность Интернета: поступающие из стран Запада заявки на информацию, созданную в России, в семь раз превышают по количеству обратный поток.

Глобализация информационного пространства ставит перед теоретиками и практиками журналистики и многие другие вопросы, ответы на которые нам необходимо найти в самом близком будущем.

## УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА К РАБОТЕ В СИСТЕМЕ СМИ

Существует настоятельная потребность в универсальной подготовке к работе в системе средств массовой информации. Есть немало примеров, когда газетчик уходил работать на радио или телевидение, сотрудник телевидения – в журнал или газету и т.д. Более того, быстрое развитие технических средств ведет к тому, что навыки работы, допустим, телевизионного режиссера могут понадобиться в газете или журнале при подготовке электронной версии издания или его рекламы.

Появление новых средств массовых коммуникаций неизбежно выдвигает перед практической журналистикой новые задачи, требующие универсальной подготовки. При работе с мультимедиа нужны знания и умения, приобретаемые как в печатных, так и в аудиовизуальных СМИ. Сотрудник газеты сейчас зачастую пользуется компьютерными сетями, ведет мониторинг радио- и телепередач. Довольно часто мы можем увидеть в газете иллюстрацию, которая взята с телеэкрана. Появились печатные приложения к телевизионным и радиопередачам и программам, которые на «твердом» носителе дополняют и разъясняют то, что было или будет передано в эфир. Факсимильные газеты по своему характеру напоминают традиционные издания, но передаются и принимаются с помощью радио. За всеми этими новшествами стоит человек, журналист, который и делает возможным любое нововведение.

Конечно, разные средства массовой информации по-прежнему требуют разной организации труда, разных качеств журналиста. Если вы работаете исключительно в Интернете, то личное общение с коллегами для вас необязательно. Телевидение наоборот требует слаженных действий многочисленного коллектива. Газета или журнал как целостный организм также немислимы без коллективной работы редакции, но подготовка конкретного произведения может вестись индивидуально. Радиожурналист может в одиночку вести, скажем, эфирный репортаж, но он теснейшим образом зависит от людей, обслуживающих технику.

Современная практическая журналистика предоставляет широчайший простор для творческого самовыражения личности, но она выдвигает и высочайшие критерии профессионализма каждого, кто решил связать с ней свою жизнь и судьбу.

- [1] Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации». М., 1992. С. 6.
- [2] Там же.
- [3] Там же. С. 7.
- [4] Lan. Журнал сетевых решений. 1977. №7. С. 23–26.
- [5] Мир ПК. 1977. №12. С. 89.
- [6] Там же. С. 90.
- [7] Там же. С. 91.
- [8] Труд –7. 1977. 22 авг.
- [9] Там же.
- [10] Санкт-Петербургские ведомости. 1998. 8 апр.
- [11] Подробнее см.: Regourd S. La Television des Europeens. Paris, 1992.
- [12] Оганов Г.С. TV по-американски. М., 1985. С. 19.
- [13] USIA, European Russian Wireless File. 1995. March 29. P. 11.
- [14] USIA, European Russian Wireless File. 1995. March 28. P. 6–7.
- [15] Журналистика – XX век эволюция и проблемы: Тезисы международной научно-практической конференции/Отв. ред. Г.В. Жирков. СПб.,1996. С. 25–26.
- [16] Век информации: Тезисы научно-практического семинара/Сост. С.М. Виноградова. СПб.,1995. С. 32–35.
- [17] Санкт-Петербургские ведомости. 1996. 15 мая.
- [18] Компьютерная газета. 1998. №2 (апрель).

## ГЛАВА 8

Орлова Т.Д.

### СОТРУДНИЧЕСТВО РЕДАКЦИИ С АУДИТОРИЕЙ

Адресаты журналистских выступлений  
Двусторонняя природа массовой коммуникации  
Формы вовлечения аудитории в журналистский процесс  
Профессиональная культура работы с почтой  
Организационно-массовая работа с аудиторией

Систематическое общение средств массовой информации с читателями, радиослушателями, телезрителями побуждает граждан выражать свою заинтересованность и проявлять активность в государственных, общественных и частных делах. Отношения редакций с аудиторией отличаются тем, что они охватывают самые широкие слои населения, разных по возрасту и социальным устремлениям людей. Одни сотрудничают со СМИ постоянно, заинтересованно следят за публикациями, передачами, знают авторов, обозревателей, соглашаются или полемизируют с их точкой зрения. Другие обращаются к прессе тогда, когда что-то в окружающей жизни их сильно задело, не оставило равнодушными.

Сотрудничество редакции и аудитории временами бывает бурным и нервным, временами – пассивным и малопродуктивным. Можно ли на этот процесс влиять? Как подхлестнуть обратную связь, сделать ее осознанной и целеустремленной? Журналистские коллективы должны знать методы и приемы управления активностью аудитории. Для этого редакции постоянно вступают с нею в рабочие контакты. Для достижения успеха любого средства массовой информации нужно, чтобы разнообразные методы и приемы применялись одновременно, системно, комплексно.

Каждое журналистское произведение существует в системе отношений журналист – аудитория. Газетный текст, радиный или телевизионный материал создаются журналистом и предназначены аудитории. Однако они могут не дойти по назначению, оставить равнодушными, не быть воспринятыми. Главный посредник между журналистом и аудиторией – текст – может содержать ценные сведения, но потребитель их по каким-либо причинам не примет. Поэтому важно знать, как именно устанавливаются отношения в обозначенной цепочке. Общих представлений о том, каковы ожидания и предпочтения аудитории, примерных прикидок недостаточно. Залог успеха газеты, радио- или телепрограммы – постоянная включенность редакции в

заботы и интересы своих читателей, слушателей, зрителей. Для этого требуется специальное изучение, которое дает журналисту возможность добиться высокой результативности труда. Редакции побуждают аудиторию к действиям через словесные, звуковые, изобразительные тексты. Таким образом, предложенная цепочка удлиняется и выглядит так: «журналист – текст – аудитория». Стабильные контакты с аудиторией устанавливаются через тексты журналистских произведений, через редакционные организаторские действия и через авторский актив.

Существует два направления влияния на поток информации, идущей от аудитории. Это, во-первых, прямая организация (целенаправленный заказ материалов, зондирование общественного мнения, журналистские акции и др.) – назовем такую работу организационным методом – и, во-вторых, использование текстов (побуждение к откликам с помощью определенного содержания и формы журналистских материалов) – текстовой метод.

Эти направления тесно связаны между собой. В лучших редакциях они используются в комплексе. Текстовый метод является предметом особого рассмотрения, чему посвящены другие главы нашего учебника. Здесь же мы остановимся на круге вопросов, связанных с организаторской деятельностью как неотъемлемой частью профессиональной практики.

Как и большинство людей творческого труда, корреспондент индивидуально работает над своим произведением (за исключением случаев добровольного соавторства). Но художник и писатель до определенного этапа деятельности полностью свободны, а журналист изначально включен в механизм действия редакционного коллектива. В процессе подготовки выступления он сталкивается с непредусмотренными обстоятельствами и может менять форму подачи материала, его объем, глубину разработки. В этом он независим от редакции. Однако его индивидуальный труд должен соответствовать задачам, стоящим перед данным средством массовой информации, учитывать коллективные, производственные и коммерческие интересы.

С одной стороны, индивидуальное литературное творчество журналиста вполне самодостаточно и самостоятельное. С другой стороны, оно развивается в большом общем информационном поле, тесно увязано с номером газеты, журнала, программой радио, телевидения и зависимо от действий множества людей. Сочетание индивидуальных и коллективных усилий приводит к созданию журналистской продукции. Иными словами, система профессиональных обязанностей журналиста включает в себя множество сознательных действий помимо индивидуального творчества. В первую очередь – это стимулирование и подпитка массового информационного обмена. В отечественной журналистике изучение интересов и ожиданий аудитории давно привлекает к себе внимание науки. Как ведется это изучение, нам и предстоит выяснить.

Массово-информационная деятельность журналистики включает в себя три этапа, на которые указывает исследователь Е.П. Прохоров: «Первый – отражение действительности, второй – создание текста произведения, третий – освоение произведения аудиторией... Характер отражения действительности и организации произведения должен четко соотноситься со стремлением добиться наилучших результатов в конкретной аудитории»[1]. Ученый справедливо считает заботу об аудитории важнейшим аспектом журналистского творчества.

С начала 1990-х годов отечественные средства массовой информации освободились от цензурных ограничений, от монопольного управления сверху. Это привело к изменению характера изданий. Они стали лучше удовлетворять информационные потребности читателей, так же как радиовещание и телевидение – потребности радиослушателей и телезрителей. Однако они попали в зависимость от коммерческой конкуренции, от политического противостояния, а кое-где и идеологических фильтров. Кардинальная перестройка работы СМИ применительно к мировому рынку привела к неизбежной поляризации массового сознания. Вместо прежней сильной административной зависимости мы сталкиваемся с зависимостью экономической. Ее механизм сокрыт, завуалирован, окружен пресловутой коммерческой тайной. Естественно, что он плохо распознается реальной и потенциальной аудиторией.

В ходе социальных реформ СМИ повсеместно поменяли учредителей. Затем произошло политическое разделение информационных каналов. Значительно возросло количество частных изданий и радиостанций. Газетный рынок, десятилетиями почти не менявшийся, ныне пестрит не только названиями (кстати, часто дублирующими друг друга), разнообразием форматов и объемов, но и количеством печатного товара. На рубеже 1980–90-х годов в России выходило чуть больше 3000 журналов и около 5000 газет, а в 1998 г. было зарегистрировано 27.000 изданий. Значительно более скромный рынок прессы в Беларуси за десять лет увеличился вдвое: в 1998 г. здесь насчитывалось свыше 1000 периодических изданий. Органы государственного управления издают более чем треть этого количества газет и журналов, 135 местных изданий дотируются из бюджетов регионов. Остальные живут за счет частных средств и грантов.

Экономические факторы определяют не только выживаемость СМИ, но и характер их деятельности. Политическая или рекламная ангажированность существенно отражается на отношениях редакций с массовой аудиторией, должностными лицами и отдельными гражданами. В условиях новой экономической реальности все СМИ резко сократили затраты на изучение своей аудитории. По этой, в частности, причине снизилось доверие населения к средствам массовой информации. Традиционные для отечественных СМИ методы и формы взаимодействия с гражданами подверглись значительной трансформации и перешли в разряд необязательных – даже в хорошо организованном государственном секторе прессы. Прежде всего, это относится



к такому участку деятельности редакции, как работа с письмами. В последнее десятилетие практически исчезли контроль за их судьбой и отчетность о прохождении каждого обращения в редакцию.

Несомненно, на степень внимания к аудитории повлияла государственная политика в области масс медиа. В соответствии с официально принятыми концепциями значительно расширилась свобода публичного выражения мнения. Однако при этом на практике нередко сужается доступ к источникам информации. Вообще говоря, ни самый совершенный закон, ни административная воля не способны окончательно отрегулировать получение оперативных и всеобъемлющих сведений от организаций и должностных лиц. И только журналист в борьбе за своего читателя, за место на информационном рынке не имеет права опускать руки.

## АДРЕСАТЫ ЖУРНАЛИСТСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

Существует социальная, профессиональная, а теперь в отечественной журналистике и ярко выраженная коммерческая потребность в изучении той аудитории, для которой работают пресса, радио, телевидение. Исследование читательских приоритетов напрямую связано с популярностью средства массовой информации, с его тиражами и доходами. На Западе владельцы и руководители СМИ давно поняли, что существует прямая зависимость между доходами редакции и ее исследовательской активностью. Хотя от конкретного читателя, слушателя и зрителя подчас мало что зависит, службам по выявлению общественного мнения там придается огромное значение. Регулярные исследования аудитории на основе научных методик проводятся и у нас, однако во все времена социологическая работа в журналистике грешила односторонностью. В прежние годы особенно активно изучались журналистский корпус, состав и организация редакций. Сейчас назрела необходимость более полно исследовать аудиторию.

Многие задачи и обязанности редакций в отечественной школе журналистики выводились из организаторской функции СМИ. Воздействуя на сознание своей аудитории, журналистика тем самым формирует идеалы, конкретные цели, стремления, мотивы деятельности, установки, волевые импульсы. До 1990-х годов считалось, что особенно активно организаторская деятельность журналистики проявляется в распространении производственных инициатив и починов, образцов передового труда. Пресса выступала координатором социалистического соревнования. Однако узость политической трактовки ее организаторской роли, встречающаяся на практике, приводила к прямой зависимости печати от административно-командной системы. В результате коммуникация в значительной мере превратилась в прямую линию: сверху редакциям направлялись директивы, снизу – через редакции – шли жалобы и просьбы. Редакции становились пересылочным пунктом в переписке между гражданами и системой управления.

В настоящее время взгляд на организаторские усилия редакций должен быть кардинально изменен. Журналистский коллектив соединяет представителей разных слоев общества, устанавливает связь между ними и помогает властям их услышать. В законодательстве о печати закреплены нормативные основы отношений СМИ с социальными институтами и отдельными гражданами.

Результатами журналистского труда являются тексты – от единичной заметки до номера газеты и эфирной программы. Эта продукция по каналам связи идет к массовой аудитории, коллективам, организациям и должностным лицам, отдельным гражданам. Каждое выступление предполагает некоторые последствия. Это может быть реакция отдельного читателя, слушателя, зрителя, так называемого должностного лица или целого учреждения.

Редакционные коллективы продолжают относить всевозможные организации и учреждения к числу главных адресатов публикаций потому, что зная мнение

общественности, органы управления будут лучше выполнять свои директивные, контрольные и консультативные задачи. Среди дополнительных форм сотрудничества с ними назовем тематические обзоры почты, аналитические справки по письмам, предложения на основе изучения интересов и пожеланий читателей, которые редакции готовят для органов управления, а также пересылку особо острых сигналов граждан. Когда адресатами являются организации, коллективы и должностные лица, ожидается реакция типа: «меры приняты», «меры не приняты», «меры недостаточны». Однако такие сообщения нынешние СМИ получают далеко не всегда. Официальные лица реагируют на критику в первую очередь тогда, когда надо защитить честь мундира. Признание же необходимости устранить недостатки, к сожалению, подменяется отписками, оправданиями, поисками уважительных причин. У отечественной прессы есть полезный опыт подключения журналиста к подготовке официального ответа: работник редакции вместе с должностным лицом изучает информацию, помогает разобраться в сути дела. Особенно характерна такая практика для региональных изданий, где организаторская работа журналиста всегда считалась профессиональным долгом.

Несмотря на пессимистические прогнозы о развитии прессы, в конце 1990-х годов региональные и местные СМИ сохранили преобладающую часть своих читателей. За счет чего? Во многом за счет связи с массовой аудиторией. Особенностью этого типа изданий является тесное общение между людьми, близость журналистского коллектива к производственной и личной жизни населения. Читатель региональных газет мыслит практично и ждет от редакции конкретной помощи в профессиональных и семейных делах, учебе и развлечениях. Нынешняя региональная печать хорошо изучила эти запросы и по мере возможности неплохо их удовлетворяет. Немаловажное значение имеет популярность изложения и возможность для читателя поделиться своими мыслями, собственным опытом, найти себе собеседника.

В журналистике постперестроечного периода было время, когда тон стали задавать не столько редакционные коллективы, сколько сами читатели. Журналистам оставалось только поддержать эти инициативы. В начале 1990-х годов сообщения с мест активно публиковались в виде подборок. Популярными были, например, рубрики «Раздумья о самом насущном» («Правда»), «Письмо не для печати» («Известия»), «Каждый день на этом месте» («Комсомольская правда»). Массовое распространение получили рубрики «Острый сигнал», «Читатель сообщает», «Точка зрения», «Приглашаем к разговору», «Обратная связь» и им подобные. Так проявлялось желание граждан участвовать в переменах, происходивших в обществе.

К концу десятилетия характер связей населения с редакциями резко изменился. Во-первых, многие средства информации стали делаться исключительно руками работающих в них журналистов. Читателя, слушателя, зрителя с его мнением сильно потеснили и ограничили. Во-вторых, население разуверилось в возможности влиять на решения властей. В-третьих, изменились его интересы – в частности, люди отшатнулись от политики. Таким образом, для должностных

лиц, массовой аудитории и отдельных граждан сузились возможности вступать в диалог с помощью прессы. И в России, и в Беларуси существуют специальные указы президентов, обязывающие органы власти реагировать на критические выступления прессы. Но они демонстративно не выполняются, и нет силы, которая принудила бы чиновников это делать. Журнал «Журналист» в №2 за 1999 г. привел пример неоднократного выступления в «Известиях» корреспондента Игоря Королькова о тайных пружинах злоупотреблений властью в некоторых российских городах. Факты вопиющие и будоражащие все население этих промышленных центров. К сожалению, даже на публикации влиятельного общенационального издания реакции не последовало.

Профессиональная обязанность журналистов – анализировать решения властей с точки зрения интересов общества. Редакции должны мобилизовать общественное мнение против неправомερных действий органов управления. Любая власть знает, что без поддержки средств массовой информации она не добьется успеха. Но вопреки этой истине в настоящее время вместо коллективного общения по линии «система управления – журналист – аудитория» чаще происходит диалог в режиме «редакция – аудитория».

Пример сознательного отхода от контакта с властью виден в интервью с журналистом Павлом Шереметом, вынужденным уехать из Беларуси. В момент интервью он работал шеф-редактором корреспондентской сети Дирекции информационных программ Общественного российского телевидения:

– В последнее время не раз приходилось слышать, что ОРТ стало мягче оценивать ситуацию в Беларуси и более лояльно относиться к белорусскому президенту. На твой взгляд, это так?

– Дело в том, что от корреспондента на месте зависит не так много: только творческое исполнение репортажа. Если репортаж сделан хорошо и профессионально, то шансов попасть в эфир у него намного больше. Генеральную линию определяет руководство компании. Я знаю, как руководство ОРТ оценивает ситуацию в Беларуси, но мне не хотелось бы говорить об этом... Журналисты не будут делать революцию за белорусскую оппозицию. Вот когда она начнется, тогда каналы будут об этом рассказывать. А зачем из событий совершенно сомнительных высасывать политические сенсации?

– Прошлый год был сложным и в то же время удачным для тебя?

– Прошлый год действительно был годом непростым. Он начался с суда, потом было много пересудов. Это был год борьбы за то, чтобы сохранить себя в профессии. Год тяжелых моральных переживаний. Когда летом я стал выезжать и вести репортажи из Сибири, то постепенно пришел в себя. Белорусские власти мои репортажи раздражали, но сделать они ничего не могли. Сделав письменное заявление, я мог выезжать в страны СНГ. Не мог только ездить в страны дальнего зарубежья. Поэтому в конце прошлого года меня и не выпустили в Нью-Йорк получить международную журналистскую премию. Но никто не ожидал, что американцы сами приедут к нам. Для меня, кстати, это тоже было неожиданным. И очень приятным. Сегодня я знаю и понимаю, насколько это важно и приятно, когда твой труд оценен не только руководством, но и твоими коллегами, и конечно же простыми телезрителями...[2]

## ДВУСТОРОННЯЯ ПРИРОДА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникация, как система отношений, направленная на установление взаимопонимания, имеет двустороннюю природу. В теории журналистики различаются два потока информации. С одной стороны осуществляется прямая связь – передача информации аудитории, с другой стороны действует обратная связь – прием информации от аудитории. Общественность в лице отдельных ее представителей через прессу высказывает свои оценки, мнения, влияет на поведение людей и социальных групп. И то, и другое возможно лишь при понимании собеседника и при ясности авторского замысла. В противном случае между редакцией и аудиторией нарушаются все связи.

Среди потребителей информации принято различать действительную и потенциальную аудиторию. Действительной аудиторией являются те, кто реально обращается к конкретному источнику сведений. Потенциальной аудиторией может быть все население страны. При изучении процесса коммуникации приходится иметь дело, как правило, с конкретными каналами и службами информации. Обращения читателей, слушателей, зрителей к СМИ – избирательны, привязаны к региону, собственным потребностям и интересам, к определенным политическим фигурам.

Журналист является организатором коммуникативных отношений, посредником и интерпретатором в социальном диалоге. Московские социологи, изучавшие творческий процесс в СМИ, обратили внимание на то, что «главные сложности у журналистов всегда вызывала массово-организаторская работа, то есть не собственно творчество, а работа с авторами, письмами в редакцию, организация “круглых столов”, рейдов и т.п.»[3]

Действительно, организационно-массовая работа нередко угнетает пишущих журналистов, но является неотъемлемой частью профессии. Суть этой работы сегодня во многом стала иной. С изменением характера прессы, сокращением количества писем доля организаторской деятельности уменьшилась, у нее появились новые формы. Помимо собственной литературно-информационной работы журналист занимается следующими видами труда:

- Ø редактирование,
- Ø связи с общественностью,
- Ø работа с письмами,
- Ø работа с авторами,
- Ø участие в коммерческой деятельности редакции.

Он вступает во взаимоотношения с различными социальными субъектами:

- Ø властями,
- Ø социальными институтами,
- Ø партиями и общественными движениями,
- Ø учредителями,
- Ø рекламодателями,
- Ø спонсорами.

Это тоже его аудитория, в общении с которой требуются организационные таланты и усилия. Ситуация на рынке СМИ заставляет многих руководителей редакций требовать от сотрудников поисков спонсоров и рекламодателей. Рекламный рынок в России и Беларуси после лета 1998 г. резко сократился. Для выработки действенной стратегии продажи газетной площади и эфирного времени в условиях возросшей конкуренции от всех журналистов потребовалось изучение местных рынков и читательской аудитории. В больших редакциях менеджментом, маркетинговыми исследованиями занимаются специально подготовленные работники. В местных и отраслевых изданиях журналистам приходится осваивать смежные профессии, и, как правило, они все дальше уходят от литературной работы. При этом новые отношения в сфере поиска финансов являются изначально компромиссными. Уважающей себя творческой личности приходится становиться просителем и униженно заглядывать в глаза сытым и богатым либо предлагать открытую сделку. При широко распространенной коррупции, ангажированности, заказном характере журналистской работы трудно отстаивать интересы общества.

Все редакционные коллективы вынуждены заботиться об экономической стороне дела и становятся отчасти коммерческими предприятиями. Усиление спроса на рекламу, добывание ее тоже заставляет журналиста опираться на контакт с читателями, но особый. Складывается новый тип средств информации как элемента жесткой рыночной системы управления и хозяйствования. Увеличивается объем деловой информации и растет число деловых изданий. В содержание прессы все чаще вкрапляются элементы игры.

## ФОРМЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ В ЖУРНАЛИСТСКИЙ ПРОЦЕСС

В современной журналистике нет универсальных эталонов общения с читателями, слушателями, зрителями. Все рекомендации – это только ориентиры в поиске стимулов, побуждающих аудиторию высказывать свои суждения, а редакции изучать обратную связь. Традиционно методами сотрудничества населения с прессой являются экспертиза (что думаете о нас?), диалог (что думаете по предложенной теме?) и соавторство (вместе создаем текст).

Экспертная оценка деятельности редакции и журналиста позволяет выявить секреты успеха того или иного СМИ. По мнению самих журналистов, успеху способствуют такие факторы, как качественный текст, большая подписка, обилие рекламы, доверие читателей. Последнее обстоятельство заслуживает специального внимания. Как отмечает исследователь И.Д. Фомичева, «конкретные социологические исследования 70–80 годов показали, что причины неучастия людей в различных формах общественной жизни тесно связаны с поведением тех, кто призван организовать соответствующую работу»[4]. Контент-аналитические исследования обнаруживают, что редакции слабо используют различные способы обращения к аудитории и постановки перед нею конкретных вопросов, анализ почты специалистами и заочный диалог специалистов с читателями, обращение к читателям от имени самого СМИ – в частности, для разъяснения ценности поступающей от них информации и способов ее использования в органах управления, для оповещения о работе с письмами в редакции и в системе управления.

Мнение аудитории о нашей журналистской деятельности может быть выявлено с помощью писем, устных или телефонных обращений в редакции, организованных опросов. Подлинные суждения людей о работе СМИ нуждаются в оглашении. Однако сами редакции не всегда бывают заинтересованы в том, чтобы кто-нибудь кроме них услышал глас народа. Для этого есть свои причины. Еще сохранившиеся идеологические фильтры и коммерческая конкуренция мешают журналистам непредвзято удовлетворять информационные потребности аудитории. Возникают даже случаи подтасовки и целенаправленного отбора мнений.

Так, экспертные оценки белорусских СМИ обычно содержат похвалы в адрес государственных изданий, и в то же время ощущается недооценка интереса читателей к другим типам прессы. Здесь явно действует идеологический фильтр. Коммерческая конкуренция связана с фабрикованием, приукрашиванием и искажением информации, что тоже не позволяет составить верное мнение о том, что думают о нас читатели. Основная часть локальных изданий финансируется из местных бюджетов или существует за счет определенных рекламодателей. Отсюда – боязнь обидеть или рассердить сильных мира сего.

По информации Комитета по печати и СМИ мэрии Санкт-Петербурга (см. материалы научно-практической конференции «Журналистика и культура». СПб., апрель 1993), читатели отметили позитивные изменения в содержании санкт-петербургских изданий: освобождение журналистов от догматизма, идеологизации; появление гласной информации по некогда запретным темам; обучение азам коммерции и рыночной экономики. Среди недостатков прессы отмечаются: скандалы, персональные выпады, грубость; безнадежно пессимистический тон публикаций; отсутствие объединяющей население идеи. Эти наблюдения могут быть отнесены и к другим регионам. Однако есть основания утверждать, что за последние годы фильтрация сигналов о неудовлетворительной работе тех или иных изданий, а также манипулирование фактами усилились. На примере Беларуси можно говорить сначала о переходе общества от тоталитарного устройства к демократическому, а с 1996 г. наоборот – о возвращении к централизованной власти, что, несомненно, сказалось на характере средств информации.

Одной из прочно освоенных прессой форм экспертной оценки изданий является читательская конференция. Ее подготовка, проведение и публикация итогов сегодня полностью зависят от инициативы редакции. Целью читательской конференции является выявление мнения аудитории по ряду вопросов: содержание публикаций, полнота отражения жизни, формы подачи материалов, новизна тем и проблем, действенность выступлений и др. Местом таких встреч чаще всего становятся библиотеки. Состав аудитории обычно смещается в сторону людей пенсионного возраста, тогда как молодежь редко посещает подобные мероприятия. Непосредственный диалог журналиста с потребителями информации полезен с точки зрения накопления банка идей, но отличается большой субъективностью.

Бывшая популярная молодежная, а ныне общественно-политическая газета Беларуси «Знамя юности» по случаю своего шестидесятилетнего юбилея в 1998 г. провела ряд читательских конференций. На них она постоянно выслушивала от читателей разных возрастов замечания в свой адрес по поводу резкого сдвига содержания газеты в сторону развлекательной тематики, большого количества перепечаток из российских изданий, излишней увлеченности проблемами полового воспитания, низкой культуры общения. Даже молодежная часть аудитории реагировала на ухудшение качества газеты отказом от подписки. Резкое падение тиража с 550 тыс. экземпляров в лучшие годы до 20 тыс. в настоящее время – яркое тому доказательство. Отчеты о содержании читательских конференций не были опубликованы в «Знамени юности», анализа не произошло, и в работе газеты ничего не изменилось. Расхождение целей редакции и ожиданий читателей означает острую необходимость более частого и конструктивного диалога между ними.

Органы управления, принимающие и осуществляющие социально важные решения, должны слышать мнения людей, высказанные в прессе и в эфире. Для обсуждения законопроектов, указов, постановлений с помощью СМИ проводятся опросы и референдумы в форме диалога. К участию в обсуждении



поднятой темы приглашаются все желающие. Можно обратиться в редакцию с письмом, позвонить, включиться в разговор по «горячей линии».

Журналисты фиксируют резкое падение количества письменных обращений, дороговизну и трудности с дозваниванием по телефону и в то же время рост популярности «горячих линий». Свободный стиль общения и мобильность обсуждения особенно привлекательны для аудитории в этой форме диалога. Кроме того, приглашение к разговору представителей власти и специалистов позволяет читателю или слушателю незамедлительно разрешить свои проблемы. Ведь ответа на письмо можно не дожидаться, обычный телефонный звонок не даст исчерпывающей информации. «Горячая линия», особенно популярная в СМИ Беларуси, хороша еще тем, что непременно обобщает результаты переговоров. Правительственная газета «Советская Белоруссия» регулярно приглашает в гости министров для ответов на читательскую почту и звонки в редакцию, а также для участия в живом общении. Накануне на первой полосе дается броское объявление об установлении «горячей линии» и публикуется портрет собеседника.

Телевизионный канал НТВ открыл по пятницам «горячую линию» «Спросите Лившица». Один из лучших знатоков отечественной экономики, к тому же поработавший во властных структурах, понятно и аргументированно отвечает на вопросы читателей в прямом эфире. Для специалиста любого уровня работа это нелегкая. Здесь особенно заметны фальшь и неискренность, а также недостаток профессионализма. Найти подходящую кандидатуру для беседы с читателями и слушателями очень непросто, особенно если гость редакции не преследует популистских или карьеристских целей. По этим причинам в телевизионной журналистике Беларуси подобный диалог сегодня представлен слабо. Ежедневные беседы «Событие» после вечерней информационной программы Белорусского телевидения лишены остроты, проблемности, полемичности. Все вопросы и обращения телезрителей отфильтрованы, пропущены через комментарии ведущего.

Из прежних, родившихся много лет назад, но все еще популярных форм коллективного обсуждения жизненно важных вопросов в активе редакций остаются «круглые столы», клубы деловых встреч, творческие вторники (среды, пятницы и т.п.). Это обычно живой обмен мнениями, дельные наблюдения, острые комментарии по актуальной проблематике. Отчеты о таких встречах обязательны и публикуются незамедлительно.

С конца 1970-х годов на территории бывшего СССР стали проводиться Дни открытого письма. Первый такой «день» состоялся в Эстонии, в крупном промышленном городе Нарва. Редакция республиканской газеты «Советская Эстония» предложила жителям города обращаться к ней с вопросами. Были развешены ящики для писем в редакцию. При горисполкоме работала общественная приемная редакции. Большинство вопросов касалось городских проблем. Из полученного материала в газете составили список в 500 вопросов.

В назначенный день для ответа на них пригласили руководителей городских и республиканских организаций.

Вопросы, оставшиеся без ответа, редакция взяла на контроль, а по итогам работы опубликовала большой отчет. В дальнейшем некоторые организационные моменты уточнились и изменились, так как читатели газет охотно откликаются на такую форму массовой работы.

Методика проведения Дня открытого письма несложна. В общих чертах она сводится к тому, чтобы выбрать место и тему обсуждения, пригласить заинтересованных лиц и проконтролировать результаты. Журналисты местной печати часто и сейчас занимаются такой работой. В общенациональных и республиканских изданиях о ней давно и необоснованно забыли.

Равноправный диалог с читателями, слушателями, зрителями подразумевает и привлечение к сотрудничеству авторского актива. Понимание профессиональной работы с авторами за последние годы изменилось. Многие издания заполняются исключительно материалами штатных сотрудников или работающих по договору. Все меньше становится авторов у электронных средств информации. Однако практика выработала определенные формы работы с теми, кого когда-то называли рабочими и сельскими корреспондентами. Кстати, сегодня социальному положению пишущих не придается былого значения.

Индивидуальная работа с автором опирается на непосредственные встречи с ним, беседы, переписку. Заканчивается она тогда, когда на стол редактора ложится готовый материал. А начинается обычно с поиска автора, который способен на хорошем уровне осветить актуальную, нужную тему. Поиск может идти по двум путям. Иногда ищут тему для автора, но чаще все-таки – автора для запланированной редакцией темы.

Найдя такого человека, журналист должен быть уверен, что ему не придется целиком переделывать рукопись, лишний раз проверять и перепроверять цифры и факты. Здесь все зависит от способностей и возможностей конкретных исполнителей, их общеобразовательного уровня, моральных качеств, информированности, ответственности. Но надо еще, чтобы сам автор заинтересовал работника редакции, чтобы к его проблемам и заботам было проявлено неформальное отношение. В потенциальном авторе журналиста подкупают активность и нестандартность мышления. Такому человеку он охотно поможет, даже если тот слабо владеет пером.

После того, как автор найден, следует вместе с ним проделать следующие операции: обговорить тему будущего выступления, определить проблемы и болевые точки, отобрать основные факты, прочертить композицию.

Первоначальные наброски в значительной мере условны. Конкретность возникнет тогда, когда статья будет написана. Но нацелить, сориентировать

автора необходимо. Естественно, если он находится вдали от редакции, по переписке сделать это труднее. Однако и в беседах, и в переписке от сотрудника редакции требуются педагогическое чутье, вежливость и деловитость. Четкость, конкретность и заинтересованность редакции в материале рождает доверие и желание его дорабатывать, даже если первый вариант был не слишком удачен.

Некоторые редакции предпочитают иметь дело только с хорошо пишущими авторами. Конечно, удобнее работать с литературно совершенной рукописью. Но профессиональный долг и служебная обязанность журналистов велят «повозиться» даже с трудным исходным материалом. При этом, занимаясь редактированием содержания и формы рукописи, надо по возможности сохранить индивидуальность автора. Следует помнить, что унификация текстов, информационная и стилистическая подгонка под стандарт делают их абсолютно похожими друг на друга.

Когда материал написан и отредактирован, его показывают автору и визируют у него. Виза нужна для подтверждения согласия автора с редакционной правкой. Если при этом возникнут разногласия, то решить спор должен вышестоящий сотрудник редакции. Журналисты несут ответственность за последствия публикации. Случается, что за справедливую критику внештатный корреспондент подвергается преследованию, у него портятся отношения по месту работы. Долг издания помочь ему, поддержать, защитить.

Ценный для редакции автор не должен потеряться. На него заводится учетная карточка, в которую записываются паспортные данные, образование, профессия, степень участия в газете и т.п. В случае необходимости редакция быстро находит нужного человека, даже если он давно не публиковался, дает ему задание.

По возрастному составу те, кто охотно сотрудничает со СМИ, обычно представлены людьми пожилыми. Молодые в диалог с работниками редакции вступают редко. Для их привлечения журналисты используют иные формы работы, прежде всего развлекательного характера.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА РАБОТЫ С ПОЧТОЙ

Важность письма как редакционного документа подкрепляется юридическими нормами и постоянно подчеркивается во множестве официальных постановлений, касающихся деятельности СМИ. Работа редакции с письмами начинается со специальных отделов, которые до недавнего времени существовали во всех редакциях. Число сотрудников отдела определяется уровнем издания. Сюда поступает вся почта. Письма вскрываются, прочитываются, определяется их дальнейшая судьба. Объем работы велик:

- Ø регистрация и учет поступивших писем,
- Ø отбор и передача части почты отраслевым отделам,
- Ø контроль за сроками работы с письмами всей редакции,
- Ø подготовка писем к печати,
- Ø подготовка сводок о состоянии работы с письмами,
- Ø отправка части писем в сторонние организации для ответа авторам,
- Ø тематический анализ писем.

Все начинается с чтения корреспонденции. Делать это желательно сразу же, не давая ей залеживаться, и по каждому письму принимать решение. Часть поступившего заведомо не вызовет значительного резонанса. Это просьбы, жалобы, праздные вопросы, эмоциональные, но неконструктивные отклики на публикации, которые не найдут применения в редакционном производстве. Письма, имеющие актуальный характер и социальное звучание, передаются частично в другие отделы, остальные могут прямо готовиться к опубликованию. Отделяются письма, адресованные лично редактору. Литконсультанту передаются рассказы, стихи, юморески и иные художественные произведения. В особую папку собираются официальные ответы из различных инстанций, деловые отклики на прежние выступления СМИ.

После разбора и первичной оценки писем их берут на учет. Техника обработки зависит от их количества. Там, где их немного, чаще всего ведется журнальная система учета. Это самый старый и неудобный способ. Он затрудняет поиск и анализ почты. Запись данных письма на специальную карточку значительно облегчает работу с ним. Одна карточка прикрепляется к письму и путешествует с ним до завершения его судьбы, а другая остается в отделе для контроля. Существует учет писем на специальных перфокартах. В настоящее время данные вносятся в компьютер.

Редакцию при любой форме учета в первую очередь интересуют следующие данные:

- Ø тематика письма,
- Ø кто автор,
- Ø дата поступления,
- Ø адрес,
- Ø куда направлено письмо,
- Ø что сделано.

На письме записывается регистрационный номер, после этого оно поступает в отдел.

Корреспонденции, отобранные для публикации, надо умело подать на газетной полосе. Для этого вначале нужно проверить их достоверность. Путаница и искажение фактов, ошибки в написании фамилий, названий, организаций недопустимы. Самой лучшей проверкой является встреча с автором – она помогает снимать множество вопросов. Можно воспользоваться телефоном и почтой, использовать соответствующую справочную литературу. В письмах встречаются неточности по незнанию, но бывают и сознательные искажения сведений для того, чтобы свести счеты. Разобраться в этом обязан сотрудник редакции. Любая ошибка может подорвать доверие читателей.

Публикация почты – показатель культуры журналистского труда. В этом деле следует проявлять изобретательность. Даже самые заурядные письма можно выигрышно использовать в редакционной работе.

Некоторые письма публикуются полностью – отдельно, в подборке или на специальной полосе почты. Так поступают с текстами конкретными, законченными по форме, оригинальными по содержанию. При литературной правке их только слегка шлифуют. Это вполне самостоятельные материалы, которые почти не отличишь от профессиональных журналистских. Другая форма использования писем – изложение их в виде обзора. При этом создается новое произведение, в котором творчески перерабатываются тексты разных авторов, посвященных, например, определенной теме. Анализ и оценка материала ведутся под определенным углом зрения. Обзоры позволяют обобщать предложения, советы, отклики. Газета может на своих страницах вести переписку с читателями. В этом случае открыто выражаются взгляды и стремления автора. Такая форма работы применима, если само письмо публиковать не обязательно, а какая-либо ценная мысль заслуживает внимания общественности.

Часть читателей рассматривает прессу как информационный центр, где можно получить справку по любому поводу. Отсюда большое количество в почте писем-вопросов. Некоторые касаются только их автора, но есть и те, что могут заинтересовать многих. К ним относятся, например, проблемы юридического порядка, профессиональной ориентации, работы бытовых служб. В таких случаях бывает полезно привлекать специалистов для организации в газете или в эфире квалифицированных консультаций.

Наконец, письмо может дать повод для журналистского разговора с читателями, интересной командировки, подтолкнуть к злободневной дискуссии. Диалог с читателем обогащает и его самого, и редакцию. Здесь надо заметить, что большинство пишущих как раз и не рассчитывает на публикацию своих обращений к журналистам. Они бывают вполне удовлетворены, если по их сигналу будет проведена хоть какая-нибудь работа.

Письма, присланные в редакцию, не только прочитываются, но и изучаются. Характер почты интересует само издание и издателя.

Некоторые редакции готовят так называемые «закрытые» обзоры для внутреннего пользования. Если участился поток жалоб по определенной теме, для редакции это сигнал. Одно время газета «Комсомольская правда» давала выход таким обзорам на газетные страницы. Под рубрикой «Дословно» публикуется «Служебная записка в редколлегию “КП”», подписанная заведующей отделом писем. Вот как она выглядит, с некоторыми сокращениями:

Наиболее пишущими, как видно из сводки писем, сегодня стали студенты. Совсем недавно это только бы радовало, однако радости мало, так как для студенчества настала, судя по всему, пора выживания. Например, в одних суверенных государствах при сдаче экзамена требуется знание государственного языка, а его, как известно, в одночасье не выучишь; в других, чтобы «иностранцам» доучиться, требуется кругленькая сумма. Русскоязычные абитуриенты вообще зависли, как говорится, ни там, ни здесь. Новая волна писем – о насилии и беспределе в общежитии, бездействии милиции и незащищенности проживающих в них. Вторая многочисленная группа писем – иду опять-таки от сводки – малоимущие. Тут вроде бы и комментировать нечего. Попробуйте почитать письма стариков, где они просят создать для них хосписы с умертвляющими уколами за их же деньги. Много писем из армии, проблемы известны – жилье, пенсии, но главное – как найти и применить себя в новых условиях. Особенно, если ты опять же «иностранец», а к военным, даже бывшим, люди, условно говоря, из ЖЭКа любви не испытывают. Замаячила тема безработицы. Пока это отдельные случаи, однако они показывают, что наши бюро по трудоустройству – фикция. А как жить без средств к существованию?..

Огромна почта о произволе чиновников всех мастей.

## Настроения

1. Неприятие рынка, так как он у многих ассоциируется с нечистоплотностью, преступностью, рэкетом.
2. Считают недопустимым поворот к капитализму, так как безработица, платные жилье, обучение, медпомощь пугают и отвращают.
3. Огромна национально-патриотическая почта. Многие, особенно русские, не могут смириться с тем, что живут уже не в супердержаве...
4. Нарастает почта от самоубийц, в основном от молодых, до 30 лет...

## Последнее

В нашей сводке не отражена проблема дефицита лекарств. Но это огромная беда. Просто она переместилась в почту «Дня семьи». И эта цифра зашкаливает – более 20.000[5].

Перечисленные нами формы работы с почтой относятся к организационной деятельности журналиста. Она десятилетиями вменялась в его профессиональные обязанности. Однако с начала 1990-х годов во многих изданиях рядом с их выходными данными стали встречаться следующие разъяснения: «В связи с отсутствием возможностей редакция материалы не рецензирует и не возвращает». Можно добавить уточнение: письма не пересылаются для принятия мер, авторы не получают ответа.

Эта новая политика четко была сформулирована газетой «Известия». В статье «У редакции нет денег и сил на бессмысленную переписку» говорилось:

Ежегодно редакция получает сотни тысяч писем. В 1989 г. их было 300 тысяч, в 1990 – 200 тысяч, в 1991 – 110 тысяч. Каждое из полученных писем редакция обязана была зарегистрировать, направить в отраслевой отдел, в котором и определялась его судьба. Обязательно полагалось ответить автору. Чаще всего в ход шла так называемая стандартка – готовый ответ на все случаи: «Благодарим за письмо. К сожалению, опубликовать его не можем...» Особый случай – жалобы, а их в почте – большинство. Соответствующие инструкции предписывали направлять их в инстанции для принятия мер. Бюрократическая переписка, в которой состояла едва ли не вся страна, создавала видимость заботы о трудящихся. Мы больше не хотим участвовать в обмане.

Отныне редакция не будет пересылать письма для принятия мер. Не ждите также от нас ответов на письма...

Поступать так нам позволяет недавно принятый Верховным Советом России Закон о средствах массовой информации. В его 43-й статье, в частности, сказано: «Редакция не обязана отвечать на письма граждан и пересылать эти письма органам, организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение. Никто не вправе обязать редакцию опубликовать отклоненное ею письмо, если иное не предусмотрено законом».

Поступать так вынуждают нас и объективные обстоятельства... Редакция сокращает штаты – корреспондентскую сеть в стране и за рубежом, творческие отделы, другие службы. В январе 1991 года в отделе писем «Известий» насчитывалось 70 человек. На январь нынешнего года осталось – вместе с техническими работниками – 17. Поверьте, резали по живому. До предела редакция сокращает и свои почтовые расходы[6].

Что касается численности отдела писем «Известий», то уточним: в начале 1999 г. там осталось менее десяти человек.

Стихийный поток обращений в редакцию и организованный самими журналистами отличаются по содержанию. Редакция сознательно акцентирует те вопросы в своих обращениях к читателям, слушателям, телезрителям, которые ей в данный момент необходимы. Особенно это заметно в периоды

предвыборных кампаний. Методы организованного выявления мнений давно освоены в СМИ:

- ∅ обращение к аудитории с вопросами,
- ∅ вопросы, принятые по телефону во время передачи,
- ∅ анкетирование, рейтинг передач или политических фигур,
- ∅ интервьюирование на улице.

Это хорошие способы услышать мнение аудитории. К сожалению, далеко не всегда журналисты могут что-нибудь предпринять для помощи людям, когда они в этом нуждаются.



## ОРГАНИЗАЦИОННО-МАССОВАЯ РАБОТА С АУДИТОРИЕЙ

Стимулирование аудитории к сотрудничеству, как мы уже заметили, зависит от инициативы и активности работников редакций. Популярная газета «Аргументы и факты» в значительной части состоит из переписки с читателями. Всякое издание само предопределяет тематику почты. Так, в связи с подорожанием юридических услуг и одновременно с недостатком правовой грамотности населения многие редакции стали регулярно отвечать на вопросы читателей, касающиеся законодательства. Как правило, рубрика «Советы юриста» пользуется успехом.

Для привлечения аудитории практически вся печать, а также электронные СМИ стали проводить конкурсы, разыгрывать лотереи, приглашать к участию в игровых клубах. Победители награждаются премиями, призами, публикациями в прессе. Такие начинания рассчитаны на азартную часть населения, главным образом молодежь.

Однако в игровой форме могут решаться и задачи большой социальной значимости. По инициативе «Комсомольской правды», в частности обозревателя Василия Пескова, в 1998 г. прошел очень содержательный конкурс «Заповедное ЭХО-98», связанный с экологическими проблемами России. Он был организован Эколого-просветительским центром «Заповедники» в рамках программы Всемирного фонда Дикой природы. Цель конкурса – привлечение региональной и многотиражной печати к освещению природоохранной, научной, эколого-просветительской деятельности заповедников и национальных парков, а также привлечение внимания общественности к их важной роли в сохранении природы России. Жюри рассмотрело около 2500 публикаций в 89 изданиях из разных районов страны. В представленных материалах содержится информация о 63 заповедниках и национальных парках России.

Действуя на другом тематическом направлении и в иной манере, та же «Комсомольская правда» провоцирует поток писем от фанатов отечественной эстрады, регулярно публикуя с сохранением стиля автора и орфографии вот такие обращения под рубрикой «Пишу кумиру»:

Валдису ПЕЛЬШУ. Дорогусик-пупсик! Ты самый красивый парень, которого я видела в своей жизни. Ты так хорошо ведешь эту глупую передачу, что ее глупость не замечаешь. У меня небольшая проблема. Я немножечко обеднела и прошу у тебя помощи. Позови меня на передачу, сделай так, чтобы рубль был равен самой дорогой валюте и помоги мне выиграть. Я тебе буду очень благодарна и рожу тебе девочку к 2000 году. Ты только позови меня.

Оксана К., Киев

Многие издания регулярно печатают кроссворды, предлагают вопросы викторин. Такие формы привлечения внимания, активное соревнование с целью получения материальной выгоды стимулируют интерес аудитории к СМИ и удовлетворяют личностные интересы граждан. Понятно, однако, что подобные связи редакции с аудиторией не рассчитаны на вмешательство и помощь СМИ в решении социальных проблем.

Гораздо более конструктивный вклад в деятельность СМИ и общественную жизнь могут вносить постоянные активисты редакций. Понятия «рабкор» и «селькор» ушли в прошлое. Сейчас эта категория людей называется более общим словом «авторы». С их помощью совсем недавно проверялось типичное письмо прежних лет – жалоба. В переписке с прессой состояли миллионы граждан, и одним редакционным коллективом решить все вопросы было невозможно. Но прошло время крупных хозяйственно-политических кампаний, которые вели все издания. Нет масштабных строек, за которыми наблюдали СМИ. Сегодня редко встретишь такую форму работы как выездная редакция. Пришла в упадок многотиражная и стенная печать. В результате осталась не у дел довольно большая армия активных людей с некоторыми литературными способностями. В чем и как они могут проявить себя?

В практике СМИ находит применение опыт объединений внештатных сотрудников редакции: внештатных отделов, корреспондентских пунктов, общественных редколлегий, общественных приемных, пресс-групп, литературных объединений, фотоклубов. Эти формирования не слишком активны в современных крупных изданиях, но хорошо проявляют себя в местной печати.

Внештатные отделы возникли во второй половине 1950-х годов. Общественники наряду со штатными сотрудниками самостоятельно разрабатывали сложные темы, составляли планы, сдавали в секретариат заявки и готовые материалы, привлекали нужных авторов и даже дежурили по номеру. Разница состояла лишь в том, что сотрудники внештатных отделов выполняли свои обязанности как общественное поручение, без заработной платы.

Особенно полезным такое обогащение редакционной структуры оказалось там, где журналистский штат мал, а освещать широкий круг вопросов необходимо. Отделы имеют свою постоянную тематику, свой раздел в издании, свои рубрики. Как показывает опыт, чаще всего они занимаются молодежной и культурной жизнью, моралью, правом, спортом, охраной природы, пропагандой книги. Польза от общественных отделов, кроме прочего, состоит в том, что их сотрудники являются не только авторами, но и организаторами новых корреспондентских сил. Благодаря им газета или вещательная компания получает возможность более полно, оперативно и квалифицированно освещать многообразную жизнь своего региона.

Корреспондентские пункты из общественников возникают там, где нет штатных собкоров. Нештатные собкоры утверждаются на заседании

редколлегии и получают редакционные удостоверения. Их усилиями от имени редакции расследуются критические сигналы, принимаются посетители. Общественные соборы, как и штатные, систематически снабжают редакцию оперативной информацией, участвуют в массовой работе, помогают другим авторам выступить в газете.

Общественные редколлегии или советы являются совещательным органом при редакции. Они участвуют в обсуждении планов, как представители населения, подвергают анализу деятельность журналистского коллектива, помогают ему предложениями, замечаниями. Иногда создаются редколлегии тематических страниц, которые целиком готовятся руками активистов.

Специального внимания заслуживает общественная приемная – разновидность внештатного отдела, имеющая регулярный выход на газетную полосу или в эфир и постоянные рубрики. Кроме того, здесь принимают посетителей и анализируют их жалобы. Такие подразделения появились в начале 1960-х годов и создавались как при самих редакциях, так и при их корпунктах. Они облегчили работу штатных журналистов, так как взяли на себя разбирательство с большой долей писем и жалоб в редакцию. Создание приемной начинается с подбора сотрудников. Это должны быть люди авторитетные и компетентные, желательно с опытом журналистской деятельности. К ним обращаются не только за помощью, советом, консультацией, но и просто за ободряющим словом. В составе приемной бывают юристы, учителя, врачи, бывшие чиновники министерств и ведомств. Обычно среди них много пенсионеров, которые продолжают использовать свой профессиональный и житейский багаж на благо людям.

Названия пресс-групп, пресс-центров, литературных объединений, фотоклубов достаточно красноречиво говорят о профиле работы этих внештатных подразделений.

Для поощрения добровольных помощников редакций существуют призы, награды, почетные звания, а также премии и другие формы материального поощрения.

Читательские интересы и потребности начинают живо интересоваться журналистов в период подписной кампании. Помимо строчки в подписном каталоге появляются всевозможные «завлекалки», убеждающие в преимуществах данного издания перед другими. Чаще всего используются активные формы работы с аудиторией, рассчитанные на обязательную ответную реакцию читателей. Так, в Ленинградской области газета «Вести» трижды проводила суперлотерею «Подпиши соседа!» со все увеличивающимися премиальными ставками. Призы предназначались тем, кто больше сагитирует подписчиков и представит в редакцию квитанции. Лотерея себя оправдала: тираж газеты существенно возрос.

Во время подписной кампании 1997 г. газета «Известия» предложила москвичам альтернативную подписку, выдвинув девиз: «Завтрашний номер – сегодня вечером». Оформить ее можно было в библиотеках раньше времени и по более низкой цене. По пути предложения более дешевой подписки идет и пресса Беларуси. Она вводит скидки для тех, кто раньше других позаботился о себе, для малообеспеченных, для ветеранов, для постоянных подписчиков.

Некоторые редакции в целях привлечения внимания аудитории «заряжают» якобы чудодейственной силой портреты известных экстрасенсов и целителей. Обещают весь счастливый год тем, кто вырежет и сохранит зверька-покровителя (в год тигра такого счастливого тигренка в нескольких номерах предлагала газета «Комсомольская правда»). «Новая газета» по договоренности с институтами иностранных языков пообещала своим подписчикам обучение английскому языку по облегченной методике. В подобных случаях рекламные цели неотделимы от организационно-массовой работы. Бывает, что, достигнув желаемого, редакции не выполняют своих обещаний. В ситуации обманутого доверия спрос на издание несет невосполнимые потери.

Однако большинство журналистов, особенно в местной прессе, убеждены, что тиражи поднимутся тогда, когда СМИ возобновят «почтовый роман» с читателями: станут для них, как в старые добрые времена, юристом, свахой, психологом, агрономом, домашним врачом, консультантом-кулинаром, работодателем, поставщиком товаров и услуг.

Возникновение интереса к конкретному средству массовой информации связано с определенными психологическими установками потребителей. Одним пресса нужна для работы, другим – для учебы, третьим – для развлечения и отдыха, четвертых привлекает возможность материального выигрыша. Правда, последнее больше характерно для телевидения, где рейтинг передач иногда напрямую зависит от призов и наград (как в программах «Поле чудес», «Сам себе режиссер», «Золотая лихорадка», «Угадай мелодию»). Самым положительным образом на подогревании интереса аудитории сказывается общение по поводу публикаций. Известно, что обсуждение новостей, событий, теле- и радиопередач, газетных интервью, выступлений и заявлений стало частью нашей общественной жизни. При этом значительно расширяется аудитория СМИ, и у людей вырабатывается стремление самостоятельно знакомиться со свежей прессой.

Рассмотренная в этой главе тема находится на пересечении интересов журналистики и социологии. «Вечные» вопросы организаторской работы журналиста относятся к разряду фундаментальных социальных характеристик его профессии и мало меняются во времени. Но всякая основа ветшает. Устаевают и теоретические знания, беднеет организационно-массовая практика редакций, меняется система взаимоотношений в журналистском коллективе. И все-таки, как показывают опросы, значительная доля рабочего времени журналиста уходит на организацию взаимоотношений с аудиторией. Те журналисты, что сознают свой общественный долг и относятся к аудитории как к ценности, а не как к товару, учатся, экспериментируют и испытывают новые формы. В результате они достигают совершенно практических целей – обеспечивает повышение культуры своего труда и спроса на свою продукцию.

[1] Прохоров Е.П. Введение в журналистику. М., 1988. С. 16.

[2] Народная воля. 1999. 12 февр.

[3] Социология журналистики/Под ред. С.Г. Корконосенко. М., 1998. С 210.

[4] Основные понятия теории журналистики/Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1993. С. 154.

[5] Комсомольская правда. 1997. 14 марта.

[6] Известия. 1992. 3 янв.