

ГАЗЕТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: СЛУХИ О ЕЁ СМЕРТИ НЕСКОЛЬКО ПРЕУВЕЛИЧЕНЫ

...

У каждого канала информации есть природные достоинства и объективные недостатки.

Казалось бы, **Интернет** в этом смысле просто идеален: круглосуточная доступность, оперативность, неограниченность электронного пространства, огромная степень свободы пользователя (потребление информации без посредников; обзорное ознакомление с контентом; самостоятельный выбор СМИ, публикаций на любую тему), наконец, правда, не во всех случаях, – моментальная обратная связь... Но есть опасность, что уже в ближайшее время Интернет захлебнётся в информации и количестве пользователей, перестанет быть дешёвым, высокоскоростным (в часы «пик» – в рабочее дневное время или вечером – пользоваться им станет просто неудобно). Интернет связан с капризным электричеством, требует особой – в том числе технической – подготовки. И ещё один барьер: мировая паутина захватывает буквально всё, в том числе недостоверную и бесполезную информацию, дезориентирующую человека.

Телевидение также привлекает оперативностью, круглосуточностью вещания, одновременным визуальным и звуковым воздействием, позволяющим создавать незабываемые образы, возможностью показать событие в движении и вовлекать зрителя в демонстрируемое на экране, личностным характером обращения, особенно на кабельном телевидении. Но и ТВ раздражает эклектизмом, кратковременностью и эпизодичностью, избытком рекламы, появляющейся в самый неподходящий момент.

Предшественник телевидения – **радио** – особенно ценится в молодёжной – активной, постоянно перемещающейся – среде. Действительно, радио воздействует на огромную аудиторию и одновременно – на конкретный её сегмент, способствует доверительному (интимному) общению, привлекает прямыми эфирами, специфическими средствами – речью, музыкой, шумами, Но и здесь очевидны «минусы»: фоновое восприятие, технические помехи и т.д. и т.д.

У **традиционных СМИ** также немало недостатков: дискретность выпуска, «неоперативность», дорогая подписка,

поздняя доставка, слабая полиграфия, не позволяющая печатать в газетах иллюстрации с высоким качеством воспроизведения. К тому же требуется особая подготовленность читателя, у которого остаётся всё меньше времени на чтение.

И всё же достоинств у прессы гораздо больше. Это и сложившееся у аудитории доверие и уважение к печатному слову, и семейные традиции (ритуальность), и возможность внимательного и многократного прочтения материалов в любое время и в любом месте. Увеличившиеся объёмы бумажных изданий позволяют публиковать материалы с детальной аналитической проработкой, различными комментариями и визуальной информацией (инфографика), направленные в том числе на узкую целевую аудиторию. Можно ещё сказать о сохранности этого вида СМИ, о вёрстке как тонком инструменте комментария (в журналах, с их отличной полиграфией, это ещё и возможность создания «атмосферы», «образа», воздействия на чувства читателя при помощи цвета и интересных иллюстраций).

Конечно, всё вышеперечисленное – лишь возможности, которые необходимо ещё реализовать. Но ежедневная пресса, на наш взгляд, наиболее приспособлена для реализации основных – природных – функций журналистики: коммуникативной, контролирующей и идеологической. Газеты, наряду с книгами, могут с детства приучать к чтению, а, значит, способствовать повышению уровня грамотности и образованности населения. Сама форма газеты, возможность читать её в комфортных условиях, ожидание сюрприза – немаловажные вещи. Знакомство с распечаткой статьи не то же самое, что чтение этой же статьи на газетной полосе, находящейся в окружении других публикаций, в том числе иллюстрационных. Как вовсе не одно и то же – принтерный вариант романа и его типографское издание, телевизионная трансляция спектакля и живое представление в театре, посещение которого само по себе является ритуалом.

В общем, автора привлекает радость случайного открытия (серендипити) и ритуальность, хотя большинство считает это сегодня чудачеством да пустой тратой денег. Большинство может напомнить и о «читателях газет, глотателях пустот». Да, «пустой» прессы сегодня более чем достаточно, но квалифицированный читатель имеет возможность выписать определенный набор газет и журналов с их многомерным представлением факта, о котором

передали по радио, телевидению или сообщила лента интернет-новостей. Именно потому регулярный читатель вместе с Алексеем Панкиным начинает испытывать прилив нежности к газетам, «...хотя они тоже стали пичкать посетителей своих сайтов видео, но там это хотя бы сопровождается внятными текстами и, главное, у тебя остается выбор ролик не запускать» (Панкин А. Плач по букве // *Известия*, 16.03.11).

Думается, главное в профессии журналиста – это ответственность. Журналист ответственно собирает информацию из различных и надежных источников, ответственно ее обрабатывает и создает оригинальный (грамотный, эксклюзивный) – по содержанию и форме – текст. Профессионал потому и называется таковым, что обязан следовать профессиональным и этическим стандартам. Конечно, и другие – любители – могут (если могут) делать почти то же самое, но если они под собственным именем начинают производить информацию регулярно и осуществлять прямую-обратную связь с аудиторией, то постепенно и неизбежно будут продвигаться к тому, что называют «персональным журнализмом».

И неслучайно тот же Алексей Панкин, характеризуя «идеологию нового медиапространства» («... каждый человек сегодня располагает доступом к неограниченному количеству источников информации и способен не только сам разобраться в каком угодно вопросе, но и высказаться, и быть услышанным, и повлиять на принятие решений»), тревожится за массового реципиента, который при восприятии разноречивой информации может ощутить раздвоение личности: «Вот вам парадокс современной информационной эры. С одной стороны, информации немерено, с другой – разобраться в ней все сложнее. Все чаще и чаще мы – и как обыватели, и как граждане – оказываемся в ситуации, когда нам просто не хватает квалификации, чтобы сделать осознанный выбор. Полагаться на авторитеты? Но их с особым сладострастием уничтожают пользователи во Всемирной паутине. Остается решать, кому верить несмотря ни на что» (*Недоверчивая Сеть* // *Известия*, 30.03.11).

Итак, журналистику «тёмные силы гнетут»... Кто же они?

Во-первых, коллаборационисты в самой профессиональной среде, т.е. работники СМИ, добровольно переходящие в стан пропагандистов («пиарналистов»).

Во-вторых, те владельцы, издатели, учредители, которые явно или неявно препятствуют реализации всех основных задач журналистики, и прежде всего – функции социального контроля.

В-третьих, монополисты (полиграфисты, бумагопроизводители, распространители и др.), объективно тормозящие развитие качественной прессы.

В-четвертых, та часть аудитории...

Вот здесь притормозим. Все же меньше всего в сложившемся положении виноваты читатели, слушатели, зрители. Когда нет достойного предложения, трудно говорить о воспроизводстве качественной аудитории. И не ее вина (беда?), что приходится больше иметь дело с облегченным контентом, «гламуром» и «глянцем». К тому же у традиционных российских СМИ немало очевидных недостатков, о которых было уже сказано выше.

Но почему же всё-таки «бумага», а не тот же Интернет, где почти все перечисленные выше недостатки снимаются?

Потому что автор верит: пока ещё не потеряно доверие и уважение к печатному слову. Потому что Интернет, телевидение, радио – это средства, каналы самой разнообразной информации, а не только и даже не столько журналистской информации. Бумажная же пресса, и особенно общественно-политические газеты, – это по преимуществу журналистика. Пресса, наряду с книгами, может с детства приучать к чтению, а, значит, способствовать повышению уровня грамотности и образованности населения (о введении в школьные программы предмета «Медиаобразование» приходилось писать уже много раз).

Необходимо вернуть традицию чтения, чтобы те же СМИ были в состоянии говорить с аудиторией на одном языке. Сегодня же, когда общество излишне атомизировано, когда отсутствуют некие общие коды, позволяющие понимать контекст, подтекст, вызывать общие ассоциации, восприятие затрудняется, а порой сам факт коммуникации отсутствует. И продолжается отток аудитории, точнее, нет её притока. А редакции сознательно идут на облегчение содержания публикаций, упрощая и даже вульгаризируя язык...

Но если мы не озаботимся воспроизводством и воспитанием квалифицированного читателя, то потеряем... работу. Чтобы общество пришло к осознанию необходимости журналистики, свою нужность (социальную востребованность) должны доказать сами журналисты. И начать следует с требований к государству принять

конкретные меры (демократичное законодательство, антимонопольная политика и др.) по поддержке социальной – она же качественная – журналистики.

Журналистика, придерживающаяся профессиональных и этических стандартов, добывающая, обрабатывающая и транслирующая достоверную, качественную с точки зрения языка и безопасную по воздействию на аудиторию информацию, нужна была во все времена. Всегда ценились независимые журналисты, отличающиеся демократизмом (служение обществу), гражданской смелостью, принципиальностью и последовательностью в отстаивании заявленной позиции. Всегда выделялись профессионалы, придерживающиеся принципов объективности и правдивости, опоры на точные факты, те публицисты, которых отличали непредвзятость и независимость в поиске истины, взвешенность и конструктивность, современность и др.

Чем больше станет подлинных профессионалов, тем правомернее будет относить СМИ к сегменту гражданского общества, считать прессу его равноправным элементом, а также инструментом общественного мнения, без которого журналистика вообще беззащитна. А на поддержку общественного мнения можно рассчитывать лишь в том случае, когда и гражданское общество постоянно себя проявляет в качестве активной силы и когда журналисты ощущают себя гражданами, воспринимая свою деятельность не только как ремесло, но прежде всего как служение, общественную миссию. Такой вот получается «круговорот вещей в природе».

...Как бы там ни было, но почти ежемесячно узнаешь об открытии какого-нибудь бумажного издания. Вот возродились и «Московские новости» – газета, которая не выходила на протяжении последних четырех лет. Главный редактор «МН» Владимир Гуревич, соглашаясь, что времена не те, что изменилось место газеты в обществе, видит главной задачей интерпретацию новостей: «Более подробное и углубленное продолжение разговора о событиях, которые произошли накануне, – с комментариями, оценками и дополнительными фактами». Он планирует выпускать ежедневную аналитическую газету, глобальную по тематике, выходящую к тому же сразу в четырех форматах: сайт, iPad-приложение, PDA-версия и непосредственно бумажная газета (также у издания есть аккаунты в Facebook, Twitter и «ВКонтакте»).

И заключает: «На рынке современной прессы нет нехватки фактов и новостей, есть дефицит смыслов» (*Морозов Н. Старая газета для нового читателя // Известия, 29.03.11*). Как сообщила Lenta.ru, макет «МН» изготовил один из самых известных в мире газетных дизайнеров Марио Гарсиа, на счету которого такие проекты, как *The Wall Street Journal, Handelsblatt, Die Zeit* и другие.