**Жадность средств массовой информации, или Несколько вопросов к журналистам**

Роджер де Век

Говорят, что средства массовой информации превратились в четвертую власть наряду с парламентом, правительством и органами юстиции. Эта последовательность не соответствует действительности, так как четвертой или даже первой властью сегодня стала экономика. Однако и средства массовой информации, которые являются частью экономики, становятся более могущественными и влиятельными. Они много критикуют и сами подвергаются острой критике, как например, сейчас критикуют их роль в скандале вокруг ХДС и в аферах СДПГ. Если они хотят остаться правдоподобными, они должны видеть собственные недостатки не менее отчетливо, чем у политики и экономики, ведь в новом десятилетии они будут оказывать еще большее воздействие, чем прежде: например, миллениум - это событие, созданное самими средствами массовой информации.

Что такое средства массовой информации? Расплывчатое понятие, которое не совпадает с понятием "журналистика". Эта отрасль ищет не средства для выражения содержания, а содержание для средств выражения - она нуждается в content provider, что на жаргоне специалистов означает "поставщики информации", среди которых - масса специалистов из области маркетинга.

Все модные, туристические, компьютерные или автомобильные журналы являются лишь "условно независимыми" изданиями. Они крайне редко критикуют продукцию фирм, благодаря которым они могут публиковать рекламные объявления, зато они систематически помещают про них хвалебные статьи. Такие издания занимаются скорее маркетингом, а не журналистикой, и это известно.

Но немногим известно, что часть средств информации, занимающаяся прославлением звезд, подчиняется странным законам. Импресарио мировых знаменитостей заранее обговаривают, какие вопросы журналистам не разрешается задавать, иначе интервью просто прервут. Они решают также, какие фотографии их клиентов можно публиковать. Многие редакции подчиняются и прогибаются в этой гонке за знаменитостями.

Возникает особый вид журналистики, который не отражает действительность, а инсценирует ее или охотно допускает ее инсценировку во всех областях - от поп-музыки до политики. Показательным был съезд СДПГ в 1998 году: даже критика средств информации в адрес извращенно-совершенной инсценировки форума была частью этой инсценировки. Партии удалось отвлечь внимание общественности от главного, скрыть отсутствие у нее идей. "Дивертисмент", - скажет француз, что означает, как отвлечение, так и развлечение.

Хороший журналист одновременно информативен и интересен: любовь к чтению и стремление к знаниям дополняют друг друга. Любопытство -это страсть, драматизм - страстное желание, которые жаждали слова и картины уже задолго до появления прессы. Однако сейчас процветает журналистика нулевой информации. Так как сейчас существует больше средств информации, чем самой информации. Это приводит к двум последствиям: с одной стороны, ведется ожесточенная борьба за распределение информации, а с другой стороны, - многие СМИ создают искусственную информацию: эра журналистики искусственного содержания.

Жажда содержания, сравнимая с жаждой очередной дозы наркотика, приводит к драматизации пустяков. Общество средств массовой информации превращает пустяк в важное событие, а важное событие - в пустяк. Отсутствует уважение: товар предлагается перенасыщенной информацией публике, а не гражданам. А так как информационный голод подобных средств информации настолько велик, что им не хватает "информации, которую можно продать", они начинают изобретать события, которые таковыми на самом деле не являются.

Став пленниками этого нереального мира, многие журналисты, которые по роду своей профессии должны отображать действительность, оказываются намного больше отдалены от реальной жизни, чем их публика. В гонке за высокими тиражами кучка идеалистов в средствах массовой информации, стремившихся изменить мир, уступила натиску армии беспринципных циников, которых интересует только эффектность. От них следует меньше всего ожидать помощи в том, что на самом деле необходимо, - ориентации.

Искать факты, проверять их, излагать, объяснять, взвешивать их и раставлять по местам - в этом заключается главная задача журналистики. Однако в Интернете сейчас свободно распространяются слухи и сплетни под видом важных политических фактов, что сыграло зловещую роль в дни аферы Моники Левински. Это стало апогеем поспешной журналистики: когда средства массовой информации не могут (больше) ждать...

Журналистика, что можно увидеть из ее названия, всегда была быстрой профессией Но в условиях бурного развития медийной демократии журналистика становится еще более торопливой: она начинает реагировать на действительность, а не отражать ее. Экономика, охваченная гонкой за большей прибылью, тоже начинает страдать отдышкой: часто дыхания у нее едва хватает только до следующего телерепортажа с биржи, который все больше напоминает телешоу о розыгрыше лотереи. Однако вряд ли можно найти что-то еще менее интересное, чем имена выигравших в лотерее на прошлой неделе.

Горе тому политику или менеджеру, который слишком любит средства информации: федеральный канцлер Герхард Шредер познал это на собственном опыте. Информационная машина порождает любимчиков, но она же их и убивает: многих воротил в области информации интересует не постоянство, но драматургия, а лучшая драматургия со времен Софокла и Шекспира заключается в стремительном взлете и не менее стремительном падении. Информация здесь нужна лишь постольку, поскольку она служит цели развлечения: в этом заключается суть интертэймента или, точнее, инфотеймента.

Информация подчиняется трем правилам: во-первых, она персонифицируется. Стоящие за актерами структуры и интересы практически не освещаются, так как для этого необходимы затраты сил и компетентность. Во-вторых, наблюдается инфляция "интересных" тем. Надцатый по счету телерепортаж о торговле женщинами привлечет большее внимание, чем расследование о препонах, которые бюрократы ставят на пути начинающих предпринимателей. В-третьих, красивая упаковка материала важнее, чем его добросовестная подготовка, как будто бы качество подачи призвано компенсировать недостатки содержания.

Соревнование приводит как к халтуре, так и к повышению качества.

Инфотейнмент является также продуктом политики - политики трюков и технических приемов, от которой страдает СвДПГ и от которой пострадал Шредер. Инфотейнмент стал символом перенапряжения политиков и журналистов, которые не способны справиться с комплексностью проблем и потому ищут спасения в роли terribles simplificateurs и плоских конферансье.

Однако растет и недовольство таким развитием, сохраняются и высокие требования тех притязательных граждан, которые все более критично относятся ко всем средствам массовой информации. Соревнование приводит не только к халтуре, но и к повышению качества. Телекомпании АРД и ЦДФ в общем и целом стали не хуже, а лучше, и потому их зрительская аудитория растет. В радиоэфире хранителями качества остаются радиостанции "Дойчландфунк", "Дойчланд Радио Берлин" и многие земельные радиостанции. Почти все крупные газеты усиливают свои редакции, чтобы укрепить свои позиции и со знанием дела освещать комплексность мира. С расширением редакций газет "Зюддойче цайтунг", ФАЦ, "Вельт", "Хандельсблат", "Берлинер цайтунг", "Тагесшпигель" и немецкого издания "Файнэншл таймс" - здесь названы только некоторые газеты, - Федеративная республика переживает период расцвета высококачественной прессы. Правда, и журналистам этих изданий угрожают различные опасности, в частности, вечная опасность тщеславия, старая опасность излишней близости к политическим актерам и новая опасность попасть под влияние пиаровских стратегов и идеологов маркетинга. Однако они проводят все больше расследований, не утрачивая при этом чувства меры, и не отдают неудобную инвестигативную журналистику, без которой, как показал пример незаменимой работы прессы в дни аферы вокруг финансовых нарушений в ХДС, не может обойтись ни одна демократия, на откуп одному лишь еженедельнику "Шпигель". Германия имеет больше, чем любая другая страна, высоких по качеству национальных и региональных газет; ее капитал - это читатели, которых нельзя удовлетворить плохим качеством.

Это является подспорьем для республики, но не может служить поводом для самоуспокоения. Если раньше свободе печати угрожало государство, то теперь это делают сами даже средства массовой информации. Следует ли во имя свободы прессы защищать телеперадачу типа "Большой брат", в которой группа людей на протяжении многих недель остается в заточении в контейнере и за которыми круглосуточно, даже в туалете, наблюдают камеры? Розничная распродажа человеческого достоинства во имя свободы, за которую боролись Гейне и Бюхнер?

В стремлении привлечь к себе еще больше внимания средств массовой информации, которые так охотно играют роль моралистов, нарушают одну границу за другой. Они позволяют себе все, что не влечет за собой уголовной ответственности, и ссылаются при этом на дарованные конституцией привилегии. Однако Основной закон утрачивает свою легитимность, если его начинают толковать в корыстных интересах. Самоконтроль, осуществляемый Советом прессы и другими органами недостаточен, редакции и медиаконцерны должны укреплять его. Самокритика средства массовой информации в самих средствах информации звучит все громче, и это зарождает слабую надежду. Или же вслед за "Большим братом" нас ожидает еще что-то более гротескное? средства массовой информации призваны предотвратить это.