

**ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ  
ФЕНОМЕН**

Традиционно история отечественных средств массовой информации четко делится на два периода: историю СМИ при «старом порядке» и историю послереволюционных советских СМИ, при этом изучение истории дореволюционных средств массовой информации оторвано от анализа социокультурной специфики советских средств массовой информации. Единственным исключением является известный специалист по российской культуре Дж. Брукс, который проанализировал весь комплекс проблем, связанных с развитием отечественных СМИ<sup>1</sup>. Но, как правило, исследователи, занимающиеся дореволюционными российскими СМИ, не слишком интересуются, что с ними стало после появления ленинского «Декрета о печати». В свою очередь исследователи советских СМИ больше склонны подчеркивать уникальный характер советской пропагандистской машины, чем искать культурные сближения со средствами массовой информации в царской России. Последнее вполне объяснимо: созданная в Советском Союзе система контроля за прессой отличалась такой безупречной завершенностью, что славившаяся своей «татарской» свирепостью царская цензура выглядит на ее фоне как воплощение кротости и либерализма. Тем не менее, как будет показано ниже, некоторые базовые характеристики отечественных средств массовой информации сохранялись в полной неприкосновенности практически на всем протяжении их бурной истории (и продолжают сохраняться до сих пор).

Осознание того факта, что средства массовой информации далеко не стерильны в культурном отношении и сформировались в весьма специфическом культурном контексте, произошло сравнительно недавно. Только после появления работы Юргена Хабермаса «Структурная трансформация публичной сферы» тезис о том, что средства массовой информации являются одним из продуктов

---

\*Трахтенберг Анна Давидовна — старший научный сотрудник отдела философии ИФиП УрО РАН, кандидат политических наук.

<sup>1</sup> Мы имеем в виду работы: *Brooks J. When Russia Learned to Read: Literacy & Popular Literature, 1861–1917. Princeton, 1985; Brooks J. «Thank You, Comrade Stalin!» Soviet Public Culture from Revolution to Cold War. Princeton, 2000.*

европейской модернизации и формируются как институт публичной сферы, опосредующей отношения между гражданским обществом и государством и позволяющей членам гражданского общества контролировать государство, стал общепризнанным<sup>1</sup>.

Хотя классическая теория представительной демократии и не предусматривала существования каких-либо специализированных посредников между гражданами и государством, такие посредники с неизбежностью должны были возникнуть в условиях, когда легитимация государственной власти опирается исключительно на рациональное и вменяемое суждение хорошо информированных граждан. Однако и средства массовой информации, и политические партии долгое время рассматривались как незаконные порождения демократического процесса. Эмоциональное высказывание отца-основателя американской демократии Т. Джефферсона: «если бы мне нашлось место в раю лишь как члену какой-либо политической партии, я предпочел бы отказаться от рая»<sup>2</sup>, как нельзя лучше иллюстрирует это отношение. Понадобилось некоторое время для того, чтобы участники и конструкторы демократического процесса признали — чтобы граждане имели информацию, на которую они могли бы ориентироваться при принятии политических решений, нужны организации, транслирующие эту информацию, а чтобы граждане могли отстаивать свои интересы в представительных органах, нужны организации, с помощью которых они могут это делать. Тот же Т. Джефферсон в итоге стал не только основателем республиканской партии США, но и издателем «Национальной газеты», которую он активно использовал для ведения президентской кампании.

Естественно, что модель средств массовой информации как «естественного» посредника между обществом и государством является в достаточной степени идеализированной. Она предполагает такую степень вменяемости и рациональности отдельного гражданина, которой не всегда достигали даже представители элиты общества (так называемая «просвещенная публика»). В процессе развития средств массовой информации их посреднические функции претерпели очень значительную эволюцию, однако тот факт, что взаимодействие государства и общества происходит в особом публичном пространстве и что это пространство во многом формиру-

---

<sup>1</sup> В отличие от другого тезиса Хабермаса о разложении публичной сферы в современном обществе.

<sup>2</sup> Цит по: Севостьянов Г.Н., Уткин А.И. Томас Джефферсон. М., 1976. С.262.

ется усилиями средств массовой информации, остается неизменным с момента появления в европейском обществе такого специфического социального института, как масс-медиа.

Общепризнанно, что модель представительной демократии имеет религиозные корни и являет собой светскую версию протестантской модели церковной общины (конгрегации): «истинное государство, в отличие от существующего, находится в политической душе гражданина, так же как для протестанта истинная церковь, в отличие от существующей, находится в его верующей душе»<sup>1</sup>. Мы попытаемся показать, что не менее глубокие религиозные корни имеет и существующая модель средств массовой информации, в основе которой — протестантский культ Слова Божьего и Библии как Священного текста.

Как сформулировал сам М. Лютер, «Богу было угодно поведать о Духе не без слов, а при помощи слова, дабы сделать нас своими соработниками, дабы мы услышали извне то, что он насылает изнутри, когда только пожелает...; тело наше извне питает Он хлебом, а изнутри Он питает словом»<sup>2</sup>. Тем самым М. Лютер создал рационалистическую концепцию священного текста как одного из возможных способов передачи независимого от этого текста и внешнего по отношению к нему сакрального содержания. Для него характерно конвенциональное понимание соотношения знака и значения (когда их связь рассматривается как условная и произвольная). Это влечет за собой повышенное внимание к технологической схеме коммуникативного акта и различным способам усиления его эффективности и расширения зоны воздействия. Напомним, что М. Лютер, в высшей степени озабоченный задачей донесения слова Божьего до каждого мирянина, стал инициатором еретической с точки зрения традиционного католицизма акции — перевода Библии со священных языков (иврита и древнегреческого) на современные.

Это повлекло за собой создание системы массового школьного образования с целью дать возможность читать Библию любому взрослому мужчине (и многим женщинам). Тем самым была создана важнейшая предпосылка для появления массовой прессы —

---

<sup>1</sup> Лазарев В.В. Становление философского сознания Нового времени. М., 1987. С.125.

<sup>2</sup> Лютер М. Избранные произведения. СПб., 1994. С.279–280.

массовая грамотность<sup>1</sup>. Весь ход Реформации сопровождался валом самых разнообразных «летучих листков» пропагандистского и полемического плана, рассчитанных на убеждение тех, кто уже владеет грамотой, и именно в ходе Реформации и последовавших за ней религиозных войн изобретенный Гутенбергом печатный станок постепенно получает всеобщее распространение. Так, ранняя английская пресса выросла из летучих листков («newslists», в отличие от последующих «newspapers»), публиковавшихся противоборствующими сторонами в ходе Великого Мятежа парламента против короля (в советской традиции это событие именуется Английской буржуазной революцией).

Протестантская доктрина, утверждающая способность индивида самостоятельно устанавливать отношения с Богом и самому отличать добро от зла, предполагает не только конвенциональный подход к соотношению знака и значения, но и убеждение, что в процессе поиска Истины никто не может занимать привилегированную позицию. В основе этого представления лежит оппозиция «взрослый» (= вмняемый, рациональный и ответственный индивид) — «ребенок» (= подлежащий контролю, иррациональный и безответственный). Любой взрослый индивид имеет право на самостоятельный поиск истины и открытое провозглашение результатов этого поиска, а отрицание за ним этого права низводит его до уровня ребенка. Очевидно, что та же самая идея полного равноправия субъектов в процессе поиска истины легла в основу классических либеральных представлений о свободе слова.

Как это сформулировано в посвященной защите свободы прессы классической «Ареопагитике» Дж. Мильтона, «по отношению к тому, что входит в человека... Бог не считает нужным держать его в положении постоянного детства, под постоянным наблюдением, а предоставляет ему, пользуясь даром разума, быть своим собственным судьей»<sup>2</sup>. Терпимость Мильтона основывается на его готовности признать, что у Истины «может быть не один

---

<sup>1</sup> Точнее, грамотность большинства взрослого мужского городского населения.

<sup>2</sup> Мильтон Дж. *Ареопагитика* // История печати: Антология. М., 2001. С.33. Мильтону приходилось защищать свободу слова от чересчур рьяных сторонников построения «Царства Божьего на земле», английских индепендентов. Кстати, успехом эта защита, не увенчалась, и в утешение Мильтону было предложено почетное звание цензора.

образ»<sup>1</sup>, т.е. на убеждении, что одно и то же значение может быть выражено множеством разных способов и поэтому каждый имеет право быть выслушанным. Поэтому он склоняется к мнению о необходимости провести «реформацию самой реформации», с тем чтобы «объединить в одном общем и братском искании истины всех преданных ей»<sup>2</sup>. Естественно, терпимость доброго протестанта не предполагает, что братским исканием истины могут заниматься паписты. Верующие католики подобны слабым и заблудшим детям, и поэтому не могут быть включены в сообщество рациональных взрослых людей. Однако и по отношению к ним рекомендуются скорее меры кротости и увещевания, чем насильственные способы искоренения этого суеверия. Суть подхода Мильтона исчерпывается прагматической формулой: «гораздо целесообразнее, благоразумнее и согласнее с христианским учением относиться с терпимостью ко многим, чем подвергать притеснению всех»<sup>3</sup>.

Появление и развитие средств массовой информации в протестантском ареале выглядит как простое техническое расширение уже существующей коммуникации в публичной сфере, в принципе не меняющее структуры этой сферы. Весьма характерно в этом смысле замечание Мильтона о том, что «Христос ссылался в свое оправдание на то, что он проповедовал публично; но письменное слово еще более публично, чем проповедь, а опровергать его, в случае нужды, гораздо легче»<sup>4</sup>. Таким образом, в рамках англо-американской традиции множественность средств массовой информации выступает в качестве частного случая множественности субъектов любого гносеологического процесса, который при этом тождественен с коммуникативным актом и представляет собой «братский поиск истины». Тогда свобода слова является только одним из проявлений терпимости, требующейся от всякого разумного человека, который априори предполагает такую же разумность у своего собеседника/соратника по познанию Истины.

Поскольку все участники коммуникативного акта принципиально равноправны, никто не может пользоваться преимуществами в процессе коммуникации. Конечно, одни участники могут быть более компетентными и информированными, чем другие, и поэтому надо дать им возможность донести свои знания до всех осталь-

---

<sup>1</sup> Мильтон Дж. *Ареопагитика*. С. 60.

<sup>2</sup> Там же. С. 55.

<sup>3</sup> Там же. С. 61.

<sup>4</sup> Там же. С. 52.

ных. Однако никакими другими преимуществами они не пользуются и пользоваться не могут. Поэтому любое покушение на свободу печати и свободу слова в этом контексте выступает как притязание на божественные прерогативы. Фактически цензор притязает на такие божественные атрибуты, как всеведение и непогрешимость, что совершенно недопустимо<sup>1</sup>.

Поэтому последовательно проведенная Реформация крайне затрудняла государству попытки поставить раннюю прессу под свой контроль. Характерно, что даже в эпоху Реставрации, которая традиционно считается самым мрачным периодом в истории британской прессы, королевское правительство не только прилагало максимум усилий для того, чтобы контролировать прессу, но и было вынуждено оправдывать свои действия тем, что, как формулировал один из идеологов режима Реставрации, материалист и атеист Т. Гоббс, «умы простонародья, если они ничем не заражены... подобны чистой бумаге и готовы воспринять все, что публичная власть захочет на них запечатлеть»<sup>2</sup>. Иными словами, простые люди доверчивы, как дети, их легко обмануть и поэтому власти должны прилагать все усилия, для того чтобы снабжать их проверенной и достоверной информацией.

Хотя противники Стюартов и готовы были согласиться с отождествлением простонародья с детьми, они ни в коей мере не считали детьми себя и поэтому яростно отстаивали свое право на публичную оппозицию прокатолическому стюартовскому режиму. Конечно, ранняя английская пресса, права которой они отстаивали, ни в коей мере не может быть названа средством массовой коммуникации. Она выполняла не столько функцию канала коммуникации внутри сообщества в целом, сколько «связующего звена между

---

<sup>1</sup> Эта концепция получила любопытный отголосок в отечественной литературе у А.К. Толстого: *«Как хотел творить Создатель,/ Что считал он боле кстати,/ Знать не может председатель/ Комитета по печати»* («Послание к М.Н. Лонгинову о дарвинизме»). Однако данный способ защиты свободы слова для отечественной традиции не характерен. В России в ходу совсем иные аргументы. Собственно, и А.К. Толстой таким образом выступает в защиту науки, а не прессы.

<sup>2</sup> Цит. по: *O'Malley T. Religion and the Newspaper Press, 1660–1685 // The Press in English Society from the Seventeenth to Nineteenth Centuries. L., 1986. P.28.*

слабо объединенными группами политиков и их сторонниками»<sup>1</sup>, т.е. замыкалась внутри элиты.

Однако, несмотря на то что ранняя пресса была не массовым, а скорее внутриэлитарным средством коммуникации, очевидно, что Реформация создала необходимые социокультурные предпосылки не только для экспериментов в сфере представительной демократии (также первоначально жестко ограниченной имущественным цензом), но и для появления особого посредника, обеспечивающего все большему числу людей возможность участвовать в поиске истины и судить о государственных делах. Именно поэтому средства массовой информации с самого начала интенсивнее всего развивались в англо-американском культурном ареале, где торжество Реформации было наиболее полным, а вера в возможность построения на земле Божественного «Града на Холме» — особенно ярко выраженной.

Парадокс состоит в том, что социокультурная уникальность англо-американской модели часто не осознается, а точнее, она рассматривается как образец, которому должны следовать все остальные. Между тем очевидно, что институциональные структуры, успешно функционирующие в одном культурном контексте, могут не работать в другом, и особенно — в ситуациях догоняющего развития, когда модернизация общества по тем или иным причинам носит незавершенный характер. Различия в институциональной структуре американских и британских СМИ показывают, что даже общий культурный контекст отнюдь не гарантирует тождества результатов, так что нет ничего удивительного в том, эволюция российских средств массовой информации ничем не напоминает рассмотренный нами англо-американский образец.

К сожалению, до настоящего времени в обобщающих работах по истории отечественной журналистики специфика культурного контекста, в котором возникли и развивались отечественные средства массовой информации, по большей части сводится к их героическому сопротивлению цензуре, сначала царской, а потом советской. Основы этого подхода были заложены в классических работах М. Лемке («Николаевские жандармы и литература», «Эпоха цензурных реформ 1859–1865 годов» и др.) и продолжены в фундаментальном исследовании «Очерки по истории русской журналистики и критики». Выходившие в Ленинграде в 1950–1956 гг. «Очерки» не-

---

<sup>1</sup> The Press in English Society from the Seventeenth to Nineteenth Centuries. L., 1986. P.22.

сут на себе явственную печать своего времени. Это проявляется не только в том, как авторы казенным языком обличают космополитизм и воспевают достоинства революционно-демократической печати, но и в том, как они с блеском и огромной эрудицией описывают противостояние журналистов и царской цензуры.

Тезис о том, что отечественные средства массовой информации отличаются от западных только тем, что вынуждены существовать в условиях необычайно суровой цензуры, сильно упрощает реальную картину, которая предполагала не только сопротивление, но и сотрудничество средств массовой информации с цензурными и шире — с государственными органами. Между тем уже известное высказывание Карамзина «если в России отменят цензуру, я уеду в Константинополь» свидетельствует, что отношение к цензуре, как и в целом культурный контекст, в котором существуют отечественные средства массовой информации с момента своего возникновения, имеют мало общего с Первой поправкой к Конституции США.

Конечно, то, что российским журналистам приходилось работать в рамках в лучшем случае авторитарного, а в худшем — тоталитарного режима, открыто навязывавшего им явно неравноправные отношения, — факт, который никто не станет отрицать. Но не следует забывать, что авторитаризм глубоко укоренен в русской культуре. Традиционный российский образ власти бесконечно далек от идеи общественного договора, предполагающего взаимную ответственность сторон и принципов представительной демократии, согласно которым власть распространяется снизу вверх, от народа-суверена к его уполномоченным представителям.

Призвание Романовых на царство Земским Собором не превратило Россию в сословно-представительную монархию, а Земский Собор — в протопарламент, именно потому, что Собор был не носителем народной воли, а выразителем народных жалоб и желаний: «выборным людям предоставлялось возбуждение законодательных мер в форме ходатайств, а верховное управление удерживало за собой решение возбужденных вопросов»<sup>1</sup>. Иными словами, отечественный образ власти базируется на глубинном убеждении, что властные полномочия распространяются не снизу вверх, а сверху вниз, от некоего учрежденного Богом центра высшей власти на периферию. Такое представление о власти может сочетаться с

---

<sup>1</sup> *Ключевский В.О.* Русская история: Полный курс лекций в трех книгах. Кн. 2. М., 1993. С.201.



глубоким чувством отчуждения низов от верхов (по схеме «мы – они»), однако это отчуждение отнюдь не исключает, а даже предполагает наличие на самом верху носителя абсолютной власти, который способен навести порядок и поставить на место носителей власти среднего уровня.

Можно говорить о глубоком архаизме такой пирамидальной концепции власти, но фактом остается то, что она является чрезвычайно устойчивой. Так, схема, по которой представительный орган выступает в роли коллективного мирского челобитчика, а каждый отдельный депутат — мирского ходатая по делам своих избирателей, намного пережила Земские Соборы и возродилась в Советах народных депутатов.

Такое представление власти о самой себе и народа о власти задавало вполне определенное социальное пространство для развития средств массовой информации. Они зародились и развивались в условиях, когда государство принципиально не нуждалось в каких-то независимых посредниках между собой и обществом, а общество было не в состоянии помыслить себя в качестве независимого от государства субъекта. Даже представители российской элиты очень длительное время не осознавали, что у них могут быть свои, отдельные от государства, интересы и поэтому не нуждались ни в каких опосредующих структурах, способных выражать эти интересы и в публичной сфере, где они могли бы их обсуждать. Им было достаточно чувства причастности к государству как к «большому и сильнейшему целому, в неокрушимости которого он[и] должны быть уверены»<sup>1</sup>.

Совершенно очевидно, что в такой системе нет места для публичной сферы, и единственными механизмами обратной связи между подданными и властью становятся челобитные<sup>2</sup> и доносы. При этом и челобитчик, и доноситель могут действовать совершенно бескорыстно, доводя до сведения власть предержавших сведения «об нуждах, теснотах, разоренье и обо всяких недостатках», чтобы те могли «поправить, как лучше»<sup>3</sup>. В.А. Козлов, посвятивший жанру русского доноса специальное исследование, спра-

---

<sup>1</sup> *Марасинова Е.Н.* Психология элиты русского дворянства последней трети XVIII в. М., 1999. С.142.

<sup>2</sup> Об устойчивости жанра челобитной см.: *Fitzpatrick S.* Supplicants and Citizens: Public Letter-Writing in the Soviet Russia in the 1930 // *Slavic Review*. 1996. V. 55, № 1. P.78–105.

<sup>3</sup> *Ключевский В.О.* Указ. соч.

ведливо указывает, что донос в течение многих столетий был важнейшим элементом российской культуры управления, поскольку в значительной мере заменял отсутствующие институты гражданского общества: «донос давал людям надежду на то, что справедливость в конце концов восторжествует, сохранял ореол непогрешимости у центральной власти и направлял народное недовольство на критику «местных недостатков»<sup>1</sup>. Не случайно В.А. Козлов сравнивает донос с Дамокловым мечом, постоянно висящим над головой российских чиновников. Кстати, сам термин «донос» до 30-х гг. XX в. вовсе не имел того зловещего подтекста, который он приобрел в современном русском языке. А.С. Пушкин в «Полтаве» мог упоминать «донос на гетмана-злодея царю Петру от Кочубея» как акт гражданского мужества. Только в советскую эпоху обвинение в доноситељстве превратилось в самое страшное из всех возможных обвинений.

Между тем бескорыстный доноситель, информирующий власти, что на самом деле происходит на подведомственной им территории, и сам довольно часто включенный во властные структуры (о чем, в частности, свидетельствует его умение писать), так же как мирской челобитчик, отстаивающий не свои интересы, а интересы общины-мира — это и есть самые близкие культурные родственники отечественных журналистов<sup>2</sup>. Журналисты также ставят перед собой задачу довести до первых лиц государства сведения о «нуждах, теснотах и разореньях» для принятия соответствующих мер. Другое дело, что эти действия журналисты осуществляют публично, что, однако, не меняет их направленности. Иными словами, если в англо-американской традиции средства массовой информации осведомляют общество о том, что происходит в официальных структурах и тем самым создают предпосылки для воздействия на

---

<sup>1</sup> *Kozlov V.A. Denunciation and its Functions in Soviet Governance. From the Archive of the Soviet Ministry of Internal Affairs, 1944–1953 // Stalinism. New Directions. L., 2000. P.118.* К сожалению, мы были вынуждены пользоваться сокращенным английским переводом данной статьи.

<sup>2</sup> Еще раз подчеркнем, что мы вполне сознаем, что термин «донос» в современном русском языке имеет вполне однозначный негативный подтекст. Именно поэтому мы, вслед за В.А. Козловым, называем человека, который сообщает о недостатках в системе управления, не «доносчиком», а «доносителем». Возможно, следовало бы вместо русского термина «донос» использовать латинский термин «денунсация».

эти структуры и предъявления требований государственной власти, то в отечественной традиции усилия средств массовой информации направлены прямо противоположным образом: они должны осведомлять государство о беззакониях, которые творятся в обществе, и от имени государства указывать обществу пути для их исправления.

Даже в бесцензурном герценовском «Колоколе», отнюдь не отличавшемся излишним почтением к властям, на все лады повторяется мысль о том, что из-за отсутствия гласности правительство отнимает у себя возможность знать правду и что гласность нужна для того, чтобы власти лучше понимали, что делается в стране. Уже во втором номере «Колокола» можно было прочитать следующее обращение к Александру II: «Государь хочет перемен, хочет улучшений, пусть же он вместо бесполезного отпора прислушается к голосу мыслящих людей в России, людей прогресса и науки, людей практических и поживших с народом. Они сумеют лучше николаевских бургграфов не только ясно понять и сформулировать, чего они хотят, но сверх того сумеют понять за народ его желания и стремления. Вместо того, чтобы малодушно обрезать их речь, правительство само должно приняться с ними за работу общественного пересоздания»<sup>1</sup>. Пассажи, подобные этому, в советской историографии традиционно считались выражением царистских иллюзий, свойственных А.И. Герцену ввиду ограниченности его мировоззрения. На самом деле они отражали базовое для отечественной культуры убеждение, что средства массовой информации существуют не для общества, а для государства и что информирование государственных лиц о том, что происходит в обществе, является их важнейшей функцией. Иными словами, средства массовой информации ощущают свою родственную связь с бюрократией даже тогда, когда, как А.И. Герцен, ориентируются на гораздо более широкие слои аудитории.

Поэтому вполне логично, что реальной аудиторией герценовского «Колокола» был Александр II (которому даже посылали газету в запечатанном пакете на его имя), точно так же, как единственным адресатом информационных войн недавнего времени был Б.Н. Ельцин<sup>2</sup>. Естественно, аудитория и в том, и в другом случае не исчерпы-

---

<sup>1</sup> «Колокол». Газета А.И. Герцена и Н.П. Огарева. Вып. 1. 1857–1858. М., 1960. С.11.

<sup>2</sup> Ср.: «Ориентированы эти войны были отнюдь не на массы сограждан, а в основном лишь на одно единственное ухо — ухо президента, которому при помощи окружения внушалось, что это и есть общественное

валась главным лицом в государстве, но, будучи главой государства, он по определению был и Главным Читателем страны<sup>1</sup>.

Такая ситуация стала возможна потому, что отечественные средства массовой информации возникают по инициативе самой власти, как инструмент, обеспечивающий обратную связь между различными эшелонами государственной власти. Соответственно функцию западной просвещенной публики выполняет просвещенная бюрократия, что вполне объяснимо в условиях, когда модернизация страны осуществлялась усилиями государства, и именно представители государства являлись носителями новой ментальности и в этом качестве противостояли основной массе населения. Чем шире был круг просвещенной бюрократии, тем больше возрастала аудитория средств массовой информации.

Весьма характерно, что история отечественной печати во всех учебниках традиционно начинается с рукописной протогазеты «Куранты», представлявшей собой подготовленную в Посольском приказе сводку переводов из иностранных газет. «Куранты» изготавливались в нескольких экземплярах и предназначались для царя и ближайших его приближенных. В этом смысле они были типичным документом для служебного пользования (известен случай с князем Ордын-Нащёкиным, который взял такую рукопись на дом и потерял ее, что породило большой переполох и привело к служебному расследованию). Стремление во что бы то ни стало продемонстрировать, что «листы с вестями попадали и в руки простых людей», сыграло с советскими публикаторами «Курантов» злую шутку. Для доказательства данного тезиса они привлекли материалы судебного дела стрелецкой женки Катерины Андреевой, у которой был найден обрывок рукописного списка «Курантов». Как показало следствие, муж Катеринки получил этот обрывок от подьячего вместе с другой драной бумагой для изготовления пыжей. Учитывая пыточный характер тогдашнего следствия, стрельцу Андрееву и его жене, нечаянно попавшим в аудиторию первой рос-

---

мнение» (Сборов А.А. Первый среди равноудаленных // Коммерсант-Власть. 2000. № 24. С.6).

<sup>1</sup> Если к Александру II и Б.Н. Ельцину данное высказывание применимо с определенными оговорками, то, скажем, в отношении И.В. Сталина его надо понимать буквально. Как будет показано ниже, некоторые традиционные особенности российских средств массовой информации были доведены до своего логического предела именно в сталинский период.

сийской газеты, можно только посочувствовать<sup>1</sup>. При всей своей курьезности данная история со всей очевидностью подчеркивает культурологическое отличие «Курантов» от современных им ранних европейских газет: аудитория «Курантов» — это верхушка тогдашней российской государственной иерархии.

Процесс формирования аудитории российских средств массовой информации шел очень медленно и трудно. Так, Петр I был вынужден очень скоро сократить тираж первой русской печатной газеты «Ведомости» с 20000 до 30 экземпляров (причем даже эти тридцать экземпляров лично подвергались им цензуре). Значение государства в формировании читательской аудитории ни в коей мере нельзя преуменьшать. Ю.В. Никуличев, например, показал, с какими сложностями сталкивалась Екатерина II, пытавшаяся создать сферу публичного обсуждения нравственных проблем. В частности, он отмечает, что закат сатирической журналистики екатерининских времен был связан отнюдь не с идейным антагонизмом между императрицей и пробужденными ею к активной жизни журналистами, а просто с тем, что «на десяток литературных изданий... попросту не хватало ни пишущей братии, ни читающей публики»<sup>2</sup>. Русские газеты с реальным тиражом 2000 экземпляров появляются не ранее второй четверти XIX в. Тираж самой массовой газеты николаевских времен — болгаринской «Северной пчелы» — не превышал 3000 экземпляров, причем, по компетентному мнению А.В. Никитенко, читали ее почти исключительно мелкие и средние чиновники (поскольку высшие чиновники по-русски вообще не читали).

Появление в России подлинно массовой прессы, хотя типологически и отличной от западных образцов, связано с эпохой Великих реформ, резко ускоривших процессы модернизации и способствовавших началу формирования элементов гражданского общества, в том числе и за счет резкого увеличения численности населения, получившего образование на западный образец. Именно в это время разночинцы (т.е. люди, не имеющие четкой позиции в государственной иерархии) превращаются в интеллигенцию и складывается классическое самосознание русской интеллигенции. Одновременно происходит скачкообразный рост числа газет и увеличение их тиража (суммарная аудитория газет к середине XIX в.

---

<sup>1</sup> Вести-куранты. 1630–1639 гг. М., 1972. С.9.

<sup>2</sup> Никуличев Ю.В. Воцаренное слово: Екатерина II и литература ее времени // Вопросы литературы. 2000. Янв.–февр. С.142.

не превышала 30–40 тысяч читателей, а к началу XX в. составляла 900 тысяч читателей).

А. Рейтблат и Дж. Брукс подробно описали, как за вторую половину XIX в. «Россия научилась читать» и наряду с элитарной прессой, ориентированной на интеллигенцию, в России возникла низовая пресса<sup>1</sup>. В 60-е гг. газеты начинают читать городское купечество, а к 80-м гг. XIX в. они становятся достоянием городских низов. С конца XIX в. начинается массовое слушание чтения газет в деревне.

Главной особенностью низовой прессы А. Рейтблат считает ее «промежуточное положение между устной словесностью и печатью в собственном смысле слова»<sup>2</sup>. Низовая газета выступала в качестве функционального эквивалента слухов и фольклора, причем грань между литературными и нелитературными жанрами была в ней стерта (так что одним из самых популярных газетных жанров являлся роман с продолжением). Ее важнейшей функцией было внедрение в сознание читателей норм и ценностей городской цивилизации. При этом в политическом плане низовая пресса отличалась абсолютной лояльностью. События, происходящие в публичной сфере, не интересовали ее читателей: «зарубежные новости в малой прессе представлены в минимальной мере или вообще отсутствуют, среди внутренних доминируют городские»<sup>3</sup>. Таким образом, низовая пресса, в отличие от элитарной, находилась за пределами публичной сферы в той форме, в какой она к тому времени сложилась в России (характерно, что в малой прессе полностью отсутствовали такие ключевые для элитарной прессы жанры, как обзоры журналов и рецензии на книги).

Читатели, воспитанные на низовой прессе, впоследствии оказались не в состоянии читать большевистские газеты. Как показал Дж. Брукс, послереволюционной большевистской прессе «так и не удалось дойти до полуграмотного простонародья, привыкшего к дешевым, популярным коммерческим публикациям, распростра-

---

<sup>1</sup> *Рейтблат А.И.* От Бовы к Бальмонту: Очерки по истории чтения в России во второй половине XIX в. М., 1991; и уже упоминавшаяся кн.: *Brooks J.* When Russia Learned to Read: Literacy & Popular Literature, 1861–1917. Princeton, 1985.

<sup>2</sup> *Рейтблат А.И.* Указ. соч. С.111.

<sup>3</sup> Там же. С.113.

нявшимися при старом порядке»<sup>1</sup>. К аналогичным выводам пришел и П. Кенец. Фактически большевикам пришлось заново учить Россию читать, на этот раз — свои тексты<sup>2</sup>, для чего была создана дополнительная по отношению к средствам массовой информации система массовой устной коммуникации.

Аудитория советских средств массовой информации, во всяком случае на первом этапе, ограничивалась теми слоями, которые были вовлечены в процесс подъема по социальной лестнице, которая в советских условиях совпадала с государственной иерархией. То, что чтение газет было неразрывно связано с повышением социального статуса, совершенно четко зафиксировано в классическом сталинском романе, и в первую очередь — в романе колхозном. Например, в «Марье» Г.А. Медынского то, что героиня начинает читать газеты (и интересоваться лекциями о международном положении), — один из первых шагов на пути превращения ее из простой деревенской бабы в председательницу передового колхоза<sup>3</sup>. Следующим шагом становится изучение «Краткого курса истории ВКП(б)», причем с весьма характерной мотивировкой: «Учиться нужно! Чтобы государственным быть человеком, чтобы не топтаться где-то внизу, а идти по открывшейся перед нею дороге все вверх и вверх»<sup>4</sup>. Связь между чтением и движением вверх в этом высказывании выражена с предельной четкостью.

Таким образом, в советский период происходит своеобразная архаизация аудитории отечественных средств массовой информации — она вновь редуцируется до просвещенной бюрократии, несмотря на усилия советской пропаганды вовлечь в аудиторию все население. Можно, конечно, по-разному оценивать степень просвещенности советских выдвиженцев и активистов, особенно в сравнении с предшествующей эпохой, но именно они образовывали то «мы», от лица которого говорила советская пресса, и они же

---

<sup>1</sup> *Brooks J.* Op. cit. P.17.

<sup>2</sup> Источники изобилуют анекдотическими примерами полного непонимания простыми людьми большевистской политической терминологии. Как известно, данная проблема серьезно беспокоила В.И. Ленина.

<sup>3</sup> «Марья понемногу привыкла читать газеты сама.

— Наша Марья грамотеем заделалась, — подсмеивались женщины, но ближе подсаживались к ней» (*Медынский Г.А.* Марья. Куйбышев, 1952. С.75).

<sup>4</sup> *Медынский Г.А.* Указ. соч. С.179.

исполняли роль советского гражданского общества, интересы которого всегда полностью совпадают с интересами государства. Архаизацию аудитории можно рассматривать как одно из проявлений того процесса ретрадиционализации, который вообще типичен для советского общества<sup>1</sup>. Переход к более современным формам аудитории произошел только с появлением и массовым распространением радио и телевидения, что произошло не ранее 60–70-х гг. прошлого века.

Советская ретрадиционализация затронула не только взаимоотношения средств массовой информации и аудитории, но и их отношения с государством. Эти отношения всегда были сложными и неоднозначными и отнюдь не сводились к прямолинейной схеме «государство подавляет свободолюбивые средства массовой информации».

Поскольку российское государство инициировало развитие средств массовой информации, оно стремилось найти в них пропагандистов и разъяснителей своих начинаний, а отнюдь не независимых критиков и бескорыстных доносителей: «идеальным для чиновников было такое положение, при котором общественность посредством прессы поддерживала бы бюрократические преобразовательные инициативы»<sup>2</sup>. Что касается любых притязаний средств массовой информации на посредническую роль между государством и обществом, то суть отношения к ним российских властей была прекрасно сформулирована графом С.С. Уваровым в беседе с цензором Никитенко: «... в правах русского гражданина нет права обращаться письменно к публике. Это привилегия, которую правительство может дать или отнять когда хочет»<sup>3</sup>. Действительно, логика российского государственного устройства такова, что подданному может быть поручено разъяснять действия власти и сообщать высшему начальству о проступках и промахах его подчиненных, однако он не может самовольно присвоить себе право делать это, даже если вполне лоялен существующей власти и полон благих намерений. С другой стороны, если он решился на «донос правды», он должен быть готов пострадать за свое выступление, поскольку гарантировать бла-

---

<sup>1</sup> О теории ретрадионализации см.: *Martin T. Modernization or Neo-Traditionalism? Ascribed Nationality and Soviet Primordialism // Stalinism. New Directions. L., 2000. P.348–367.*

<sup>2</sup> *Виттекер Ц. Граф С.С. Уваров и его время. СПб., 1999. С.129.*

<sup>3</sup> *Никитенко А.В. Дневник. Т.1. 1826–1857. М., 1955. С.141.*



гоприятный исход заранее невозможно и всегда существует шанс столкнуться с круговой порукой и получить отпор.

При этом угадать, кому государство захочет даровать привилегию обращаться к публике и на какой донос обратит внимание, всегда было достаточно сложно. Например, общеизвестны злоключения Ю.Ф. Самарина и И.С. Аксакова, пытавшихся реализовать на практике славянофильскую концепцию «власть — царю, мнение — народу»: «совершенно невинные в политическом смысле славянофилы воспринимались как потрясатели основ, их сажали для допросов в крепость или в III отделение, за ними устанавливалась слежка»<sup>1</sup>. В то же время известный своим радикализмом В. Белинский беспрепятственно потрясал основы в «Отечественных записках» — дальше разговоров о том, что его следовало бы посадить в крепость, III отделение так и не пошло. Данный парадокс разрешился, когда А. Рейтблат и О. Проскурин обратили внимание на то, что в системе николаевского режима роль посредника между высшей властью и общественностью выполняло как раз III отделение Собственной Его Величества Канцелярии. Оно осуществляло не только общеизвестные репрессивные функции, но и занималось организацией и руководством общественным мнением. С точки зрения А.Х. Бенкендорфа и Л.В. Дубельта, дворяне-славянофилы с их аффектированным православием и культом русской старины (не говоря уже о неодобрительном отношении к петербургскому периоду русской истории) были несравненно опаснее, чем разночинец В. Белинский с его имперской великодержавностью и презрением к подозрительным дворянским литераторам. Как считает О. Проскурин, «на весах жандармской целесообразности эта объективно полезная деятельность бесспорно перевешивала эстетические экстравагантности и либеральные увлечения критика»<sup>2</sup>. Весьма вероятно, что и сам переход Белинского в «Отечественные записки» состоялся не без участия III отделения, тем более что одним из пайщиков журнала был адъютант Л.В. Дубельта.

---

<sup>1</sup> *Егоров Б.Ф.* Аполлон Григорьев. М., 2000. С.91. Злоключения славянофилов продолжались и в либеральную эпоху Великих реформ, несмотря на симпатии к ним царя. Как известно, в 1862 г. аксаковский «День» был запрещен одновременно с революционно-демократическим «Современником».

<sup>2</sup> *Проскурин О.* Литературные скандалы пушкинской эпохи // Материалы и исследования по истории русской культуры. Вып. 6. М., 2000. С.346.

Как видим, механизмы, направлявшие развитие отечественных средств массовой информации, оказываются весьма сложными даже в хрестоматийном случае с «неистовым Виссарионом» (с которым III отделение в конечном счете просчиталось, «не сумев предугадать стремительности эволюции Белинского и развития нового языка намеков и экивоков, на котором будут воспитываться «демократические поколения»<sup>1</sup>). Если учесть при этом, что ранние славянофилы имели в высших эшелонах власти собственного покровителя (министра просвещения графа С.С. Уварова), картина становится еще более запутанной.

Наличие государственного покровительства было необходимым условием существования любого российского средства массовой информации. Как сформулировал это А.И. Рейтблат применительно к николаевской эпохе, «каждый, кто хотел тогда выпускать периодическое издание, затрагивающее политическую и общественную тематику, был вынужден сотрудничать с III отделением, иначе его задушила бы цензура, он не смог бы опубликовать ничего мало-мальски интересного и в итоге издание было бы закрыто из-за недовольства властей»<sup>2</sup>. В основе такого сотрудничества лежала отнюдь не англо-американская схема «обмен информации на публичность», а значительно более архаический механизм дарения, когда одна сторона дарует защиту, а другая в благодарность за это публикует статьи в видах правительства.

Иными словами, власти действуют не путем официальных запретов (кстати, цензурный устав 1828 г. был достаточно мягким по российским меркам), а путем установления неформальных клиентских отношений с руководителями периодических изданий. Именно по такой схеме взаимодействовали с III отделением первые русские профессиональные журналисты Ф.В. Булгарин и Н.И. Греч. (При этом Ф.В. Булгарин выступал еще и в роли консультанта III отделения по вопросам общественных настроений). Печальная истина состоит в том, что другого варианта поведения российская действительность просто не предусматривала, о чем свидетельствует поведение А.С. Пушкина, которого никак нельзя заподозрить в пресмыкательстве перед властью. Однако, решив издавать газету, он обращается к А.Х. Бенкендорфу за поддержкой, мотивируя это:

---

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> *Рейтблат А.И.* Писатели и III отделение // Как Пушкин вышел в гении: Историко-социологические очерки о книжной культуре Пушкинской эпохи. М., 2001. С.144.

«я пропаду без вашего непосредственного покровительства»<sup>1</sup>. Ничего позорного для себя он в этом не видел — он просто следовал общепризнанному для эпохи образцу поведения. С другой стороны, действия Ф.В. Булгарина, который, опасаясь появления нежелательного конкурента, подал на А.С. Пушкина донос тому же А.Х. Бенкендорфу, считались нравственно недопустимыми, но не потому, что он прибег к доносу, а потому, что это был донос корыстный, хотя и прикрытый рассуждениями о государственной пользе.

А.И. Рейтблат утверждает, что к концу николаевской эпохи с ростом читающей публики постепенно складывается профессиональный писательский и журналистский этос и поэтому большая часть литераторов отходит от идеологии сотрудничества с III отделением. Однако это не означает, что они отказываются от клиентских отношений с представителями государственной власти.

Как показала В.Г. Чернуха, в либеральную эпоху Великих реформ такого рода отношения сохранялись в полной неприкосновенности, несмотря на резкое расширение объема аудитории и появление элементов гражданского общества. Например, она подробно анализирует взаимоотношения одной из самых либеральных газет эпохи — «Голоса» А.А. Краевского — с либеральными министрами Александра II<sup>2</sup>. Не менее подробно разбирает она и ситуацию с редактором «Московских ведомостей» М.П. Катковым, который, к полному изумлению николаевского цензора Никитенко, присвоил себе «право, дозволенное лишь в государствах конституционных, — порицать все действия правительства и высших правительственных органов, сделавшись настоящим органом оппозиции»<sup>3</sup>. Та, высочайшая для российских условий, степень свободы, которой пользовался М.П. Катков, сумевший выстоять в конфликте с Советом Главного управления по делам печати и министром внутренних дел П.А. Валуевым, объяснялась не только наличием у него сильной поддержки в лице другого министра — Д.А. Толстого, но и тем, что он имел возможность обращаться напрямую к царю, минуя своих «врагов»<sup>4</sup>.

О.Г. Чернуха не обращалась к анализу революционно-демократической печати, однако общеизвестно, что и ее взаимоотноше-

---

<sup>1</sup> Цит. по: *Рейтблат А.И.* Указ. соч. С.145.

<sup>2</sup> *Чернуха О.Г.* Правительственная политика в отношении печати. 60–70-е гг. XIX в. Л., 1989. С.106–111.

<sup>3</sup> *Никитенко А.В.* Дневник. Т.2. 1858–1865. С.476.

<sup>4</sup> *Чернуха О.Г.* Указ. соч. С.151–156.

ния с властями также отнюдь не сводились к одним цензурным преследованиям, но и предполагали существование клиентских отношений (для налаживания и поддержания которых Н.А. Некрасов, например, прилагал огромные усилия).

Отношения отечественных средств массовой информации с властями до определенной степени напоминают те отношения, которые складывались с представителями элиты у британских редакторов и издателей на раннем этапе их существования. Принципиальная разница состоит в том, что покровители российских журналистов всегда входили в государственные структуры и положение издания практически полностью зависело от успешности их служебной карьеры. (Например, «Голос» начинает выходить при П.А. Валуеве и закрывается с началом нового царствования, когда тот окончательно впадает в немилость). Естественно, журналисты могли менять покровителей, иметь сразу нескольких покровителей и т.п. Благодаря тому, что при старом режиме «в России не существовало правительства в строгом смысле слова... были лишь ведомства, зачастую расхоронившиеся во взглядах на принципиальные вопросы политики, и монарх, к которому восходили все ведомственные дела»<sup>1</sup>, средства массовой информации всегда имели определенную свободу маневра. Традиционное отсутствие единства среди министров, каждый из которых был подотчетен только царю и боролся за влияние на него с коллегами, приводило к тому, что одни министры считали нужным инспирировать прессу в одном направлении, а другие — в прямо противоположном, в результате чего и имела место свобода слова в ее российском варианте.

Самое четкое описание основного принципа функционирования всей системы взаимоотношений средств массовой информации и власти принадлежит одному из влиятельнейших дореволюционных редакторов А.С. Суворину: «можно подкапываться под трон государя, но отнюдь не под трон министра, который имеет полную возможность устранить вас за какой-нибудь ничтожный пустяк»<sup>2</sup>. В другом месте он развивает ту же самую мысль: «Когда вы пишете о министрах, как бы становитесь выше их. Государь может сказать: «Однако такая-то газета говорит умнее, чем министр». Понятно, что этого они не выносят, и поэтому закрывают глаза на все

---

<sup>1</sup> Чернуха О.Г. Указ. соч. С.99.

<sup>2</sup> Дневник Алексея Сергеевича Суворина. Л.; М., 1999. С.300.

радикальное, которое их не трогает»<sup>1</sup>. Последнее замечание позволяет отчасти объяснить причины существования в условиях авторитарного режима таких изданий, как «Современник».

При этом министры при помощи своей клиентелы вели друг с другом информационные войны, в том числе организуя утечки служебной информации. Пожалуй, самый знаменитый пример такой войны — это кампания, которую вела пресса против П.А. Валуева в бытность того министром государственных имуществ, обвиняя его в незаконных раздачах казенных башкирских земель<sup>2</sup>. Как известно, Валуев был убежден, что данная кампания инспирирована «Аничковым дворцом» (т.е. наследником престола, будущим императором Александром III), и, видимо, был недалек от истины.

Причины, по которым тому или другому редактору могло быть оказано покровительство, были достаточно разнообразными. Безусловно, большую роль играла идеологическая близость (как в случае с М.Н. Катковым и его покровителем Д.А. Толстым, хотя и тут все далеко не однозначно). Иногда покровительство оказывалось как бы «авансом» (как в случае с известным своими демократическими взглядами А.С. Сувориным, который получил право издавать «Новое время» в расчете на то, что он «станет благоразумнее, когда вся ответственность за издание падет на него персонально»<sup>3</sup>, что и случилось на самом деле). Иногда главным было желание иметь «свое» издание (случай с П.А. Валуевым и А.А. Краевским, хотя здесь можно говорить и об идеологической близости). Для того чтобы выявить какие-либо закономерности, необходимы дальнейшие исследования.

Естественно, и патроны, и клиенты далеко не всегда были в восторге друг от друга. П.А. Валуев в своих дневниках довольно откровенно высказывает, что он думает о либеральных журналистах, толпящихся у него в приемной, а дневники А.С. Суворина пестрят самыми нелестными отзывами в адрес его высоких покровителей, из которых «государственные недоноски и деспоты» — еще самое мягкое.

---

<sup>1</sup> Дневник Алексея Сергеевича Суворина С.258. Обращает на себя внимание, что «Государь» рассматривается в качестве главного читателя газеты, по модели, описанной нами выше.

<sup>2</sup> Отголоски этой информационной войны попали даже в «Анну Каренину».

<sup>3</sup> Чернуха О.Г. Указ. соч. С.147.

Однако в целом система клиентских отношений средств массовой информации с просвещенной (и не очень просвещенной) российской бюрократией обеспечивала функционирование публичной сферы, пусть в очень усеченном и видоизмененном по сравнению с классическим англо-американским образцом варианте. Клиенты не только проводили линию своих патронов, но и осуществляли обратную связь между правящими слоями и обществом, доводя до сведения властей те или иные пожелания общества.

Все вышесказанное отнюдь не означает, что отношения властей и средств массовой информации были гладкими и бесконфликтными. Даже самое высокое покровительство не исключало возможности репрессий (например, «Новое время» А.С. Суворина несколько десятилетий существовало с двумя цензурными предупреждениями. Это означает, что газету могли закрыть в любой момент). Впрочем, дореволюционная российская власть при всем своем негативном отношении к самозванным советчикам и критикам редко переходила к крайним формам борьбы с ними (очевидно, не видя в том особой нужды). Мартиролог русской журналистики сравнительно скромен и в значительной степени совпадает с мартирологом русской интеллигенции. Задача же полностью подчинить печатное слово формальному государственному контролю всерьез ставилась только однажды — в период николаевского «мрачного семилетия» (паники 1848–1855 гг.). Однако несмотря на учреждение экстраординарного бутурлинского комитета, решалась она довольно патриархальными средствами и не слишком успешно, прежде всего в силу саботажа со стороны самих же представителей бюрократии.

Существование системы клиентских отношений тем не менее не означает, что российские средства массовой информации были простыми инструментами в руках государства и послушными исполнителями инструкций власть предержащих. Соглашаясь и более того — активно ища покровительства в бюрократических структурах, российские критики и публицисты тем не менее стремились реализовать свои собственные, а не поставленные извне цели, успешно применяя против власти «эзопов язык»<sup>1</sup>, причем «свирепость цензурных преследований заставляла читателей предполагать еще более смелые мысли, обличения,

---

<sup>1</sup> Им пользовались отнюдь не только Н.Г. Чернышевский и Н.А. Добролюбов. Тот же А.С. Суворин имел обыкновение писать, что «весна нужна. Весна — это Земский Собор или конституция» (Дневник... С.591).

намек, чем те, которые содержались в тексте»<sup>1</sup>. Здесь мы сталкиваемся с типично российским парадоксом — средства массовой информации, функционировавшие в условиях «татарской» цензуры и защищенные от нее только покровительством представителей власти, тем не менее играли в обществе роль, вполне сравнимую с ролью самой власти. Отечественные средства массовой информации выполняют в обществе не только функции доносителя правды и мирского челобитчика, но и учителя жизни. Соотношение этих ролей в различные эпохи и в различных СМИ может меняться, но, как правило, в той или иной мере они присутствуют во всех отечественных средствах массовой информации<sup>2</sup>.

Вынужденные в силу запрета властей избегать прямого обсуждения политических и социальных проблем (либо согласовывать характер этого обсуждения со своими покровителями), российские средства массовой информации выработали особый механизм, позволявший им сначала подменить реальную жизнь ее отражением в художественной литературе, а затем вообще поменять местами идеал и действительность. Не случайно центральной фигурой в русской журналистике и в русской публичной сфере долгое время являлся литературный критик. Именно ведущие критики формировали повестку дня (задавали темы для обсуждения всей «просвещенной публике»). Деятельность критика выходила далеко за пределы литературы и представляла собой безупречное служение Истине и общему благу (что отнюдь не исключало клиентских отношений с представителями государства, как мы видели на примере главного критика России В. Белинского). Великие (и не столь великие) критики подходили «к осмыслению литературных явлений как явлений социально-политических, а к самой литературе — утилитарно-прагматически, как к средству коренного изменения действительности»<sup>3</sup>. Они «зачерпывали» из литературы те или иные типы, а затем, преломив их через призму соответствующих общественно-политических теорий, преломляли их на жизнь. Иными словами, для русских средств массовой информации был характерен литературоцентризм, который во многом определял их формат.

---

<sup>1</sup> Кондаков В.И. Введение в историю русской культуры. М., 1997. С.252.

<sup>2</sup> Ср. с выделенными Дж. Бруксом информативной, интерактивной и интерпретативной сферами в советских газетах (*Brooks J. Op. cit. P.6–8*).

<sup>3</sup> Кондаков И.В. Указ. соч. С.321.

Глубинным основанием этого литературоцентризма является совершенно специфическое, прямо противоположное западному протестантскому представлению о коммуникативном акте. Коммуникация понималась в отечественной традиции не как процесс совместного поиска Истины, а как способ выражения Истины, заранее существующей до всякого начала поиска. В этих условиях единственно важным был объективный смысл транслируемого текста, а не специфика его толкования тем или иным субъектом. Сугубо неконвенциональное понимание знака и утверждение его онтологической связи со значением приводили к тому, что «не только содержание, но и форма могла восприниматься как отражение Божественной Истины и непосредственное свидетельство о Боге»<sup>1</sup>. Поэтому для отечественной традиции вполне естественным было представление о существовании привилегированного языка коммуникации и привилегированного субъекта коммуникации, обладающего монополией на трансляцию Истины. В допетровский период таким субъектом была православная церковь, а языком — церковнославянский.

Секуляризация русской культуры в послепетровские времена породила феномен «светской святости», сакрализацию классической русской литературы и ожесточенные споры о том, кто может претендовать на роль единственно правомочного транслятора Истины. Традиционная для России конфликтность отношений между государством и СМИ во многом объяснялась как раз тем, что журналисты (точнее, литературные критики) активно стремились занять опустевшее «святое место». Журнальный критик в России всегда был чем-то несравненно большим, чем просто обозревателем текущего литературного процесса, именно потому, что в основе его статуса лежала модель СМИ, ориентированных на бескорыстное служение раз и навсегда данной Истине. Этим же объясняется острейшая конфликтность в отношениях критиков различных направлений между собой, сочетающаяся с презрением к так называемой «торговой журналистике», ориентированной не на проповедь Истины, а на извлечение прибыли путем торговли информацией.

В этом смысле российские критики и шире — российские журналисты были, если воспользоваться их же собственной терминологией, типичными представителями российской интеллигенции,

---

<sup>1</sup> Успенский Б.А. Раскол и культурный конфликт XVII века // Избранные произведения. Т.1. М., 1994. С.333.



принципиально не осознававшей себя как особый социальный слой со своими особыми интересами и воспринимавшей себя в качестве лучшей части и одновременно выразителя интересов народа в целом. Отсюда парадокс, состоявший в последовательном противостоянии власти тех самых средств массовой информации, которые, с другой стороны, могли существовать только благодаря покровительству отдельных ее представителей. Обличения власти, как и систематические попытки пробудить в ней «чувства добрые» и обратить ее лицом к нуждам народа, хорошо ложатся в схему «донос правды» — «челобитная», как и то, что при этом «доноситель/челобитчик» чувствовал себя (зачастую и реально был) страдальцем и борцом за правду. Но когда на эти архаические структуры в секуляризованной русской культуре накладывался «синдром светской святости», его фигура приобретала отчетливые мессианские черты<sup>1</sup>.

При этом отличие подцензурной прессы от бесцензурной выражалось в том, что, выпадая из привычной системы взаимоотношений с властью, вторая быстро утрачивала всякую связь с действительностью, а мессианские мотивы приобретали в ней почти карикатурные черты. Так, подпольные народовольческие издания были полны «различных преувеличений и утопических построений. Они выражались то в своеобразном катастрофизме, явной драматизации ситуации в России (полная «голодуха и обнищание» и т.п.)... то в ожидании неотвратимого конца самодержавия, якобы доживающего свои последние дни».

Свое завершение это мессианство получило в грандиозном проекте, содержащемся в известной работе В.И. Ленина «Что делать?». По вполне объяснимым причинам данная работа никогда не анализировалась в культурологическом плане, а ее содержание сводилось к узко понятому плану организации газеты «Искра» как ядра будущей социал-демократической партии. Между тем сформулированный В.И. Лениным идеал бесцензурной и нелегальной партийной газеты, которая организует всесторонние политические обличения, применяя на практике «материалистический анализ и материалистическую оценку *всех* сторон деятельности и жизни

---

<sup>1</sup> Напомним стихотворение Н.А. Некрасова, посвященное Н.Г. Чернышевскому «*Не говори — забыл он осторожность...*» со знаменитыми финальными строками: «*Его послал Бог гнева и печали/ Царям земли напомнить о Христе*».

*всех классов, слоев и групп населения»*<sup>1</sup>, охватывает всю Россию сетью своих корреспондентов и проникает со своими обличениями (т.е. бескорыстными доносами) во все слои общества, тем самым делая ненужными все другие газеты, имеет мало общего с реальной деятельностью «Искры». Однако он находится вполне в русле рассматриваемой нами традиции, которая превращала средства массовой информации (и шире — литературу в целом, как ее интерпретировала «реальная критика») одновременно и в главного мирского челобитчика/бескорыстного доносителя и именно в силу этого — в основной институт, противостоящий государству.

Однако российские средства массовой информации не готовы были удовлетвориться ролью главного челобитчика и стремились сами стать той властью, к которой были бы обращены челобитные и доносы. Когда в конце концов это произошло и журналисты все-таки пришли к власти (как известно, В.И. Ленин считал себя именно профессиональным публицистом), они, как и следовало ожидать, создали государство, в котором носитель верховной власти присвоил себе права верховного критика, и выстроили целую иерархию привилегированных субъектов коммуникации. Тем самым эволюция отечественных средств массовой информации от традиционной схемы «государство ⇒ средства массовой информации ⇒ государство» к западной схеме «государство ⇐ средства массовой информации ⇒ общество», осуществлявшаяся в течение полувека после Великих реформ, была резко прервана.

Советская система довела до логического предела традицию функционирования средств массовой информации как передаточного звена, контролируемого государством. Впрочем, при всей очевидности того факта, что советская система средств массовой информации находилась под жестким партийным и государственным контролем, механизмы этого контроля пока изучены плохо.

Это объясняется не только тем, что в советские времена тема государственного и партийного контроля за деятельностью средств массовой информации однозначно считалась запретной. Специфика советской цензуры, в отличие от цензуры царской, в том и состоит, что само ее существование тщательно скрывалось и проходило по разряду государственных тайн. Та имитация гражданского общества, которую тщательно поддерживало государство, не допускала признания факта существования предварительной цензуры

---

<sup>1</sup> Ленин В.И. Что делать? Наболевшие вопросы нашего движения // Избранные произведения: В 4 т. Т.1. М., 1988. С.126.

средств массовой информации. Поэтому механизмы взаимодействия цензоров, редакторов и журналистов не изучались и изучаться не могли. Сейчас ситуация изменилась, и деятельность советской цензуры достаточно подробно освещена в работах Д.Л. Бабиченко, А.В. Блюма, Т.В. Горяевой и других специалистов по истории советского общества. Эти авторы ввели в научный оборот множество ранее секретных документов, убедительно демонстрирующих, насколько хаотичным и зависящим от личных предпочтений тех или иных представителей власти был процесс цензурирования. Сборник «История советской политической цензуры» изобилует такими примерами<sup>1</sup>.

Не следует забывать и о том, что социалистическая революция отнюдь не разрушила традиции клиентских отношений средств массовой информации с представителями государства. Они продолжали формироваться и поддерживаться обеими заинтересованными сторонами. Вообще, наличие мощных и хорошо разветвленных клиентел — характерная особенность ретрадиционализованного советского общества, и было бы странно, если бы институциональная структура средств массовой информации строилась по иному принципу.

Самый знаменитый пример такого рода отношений в истории советских средств массовой информации — это отношения Н.С. Хрущева с редактором «Известий» А.А. Аджубеем, в основе которых лежали родственные связи. Однако таких примеров существует множество. Например, из мемуаров знаменитого редактора «Красной звезды» Д. Ортенберга делается совершенно очевидным, что он был клиентом Л. Мехлиса, который рекомендовал его на этот пост, после того как два предыдущих редактора были репрессированы. Л. Мехлис служил посредником между редактором «Красной звезды» и И.В. Сталиным, к которому Д. Ортенберг прямого доступа не имел. Сам Д. Ортенберг, в свою очередь, формировал собственную клиентелу, куда входил не только вполне благополучный К. Симонов, но и опальный А. Платонов. Естественно, клиенты были вовлечены в конфликты между патронами и, в свою очередь, использовали эти конфликты в собственных интересах.

Собственно, именно потому, что пирамидальная структура, традиционно считающаяся характерной особенностью советской

---

<sup>1</sup> См., напр., записку Главлита секретарю ЦК ВКП(б) М.А. Суслову о деле цензора Лукинского (История советской политической цензуры: Документы и комментарии / Отв. сост. Т.М. Горяева. М., 1997. С.352–364).

пропагандистской машины, не исключала на каждом из уровней пирамиды конкурентных отношений между звеньями, у средств массовой информации сохранялось пространство для маневра, пусть и радикально суженное по сравнению с дореволюционными условиями. Поэтому деятельность средств массовой информации в условиях партийно-государственного идеологического контроля представляла собой не автоматическое исполнение команд, спущенных сверху. Советские средства массовой информации оставались местом, где шла борьба за публичность между представителями различных структур (при наличии верховного арбитра в лице первого/генерального секретаря).

В результате, как сформулировала это Е. Вартанова, для советских средств массовой информации было характерно «подчинение всех СМИ партийно-государственному идеологическому контролю, представлявшему собой сложное, в каждом конкретном случае особое сочетание централизованной и местной цензуры с внутренней редакционной самоцензурой — при внутренней независимости редакции в политически нейтральных вопросах»<sup>1</sup>.

Кроме того, не следует забывать и о том, что воздействие советских средств массовой информации на аудиторию также носило весьма сложный и противоречивый характер. Как показали Е.И. Зубкова, Ш. Фитцпатрик и С. Дэвис, даже самая агрессивная сталинская пропаганда отнюдь не могла обеспечить единообразия мнений в обществе. Использующийся в современной коммуникативистике термин «семантическая герилья» довольно точно описывает отношение значительной части населения страны к предлагаемым им пропагандистским материалам. Поэтому, несмотря на все усилия советской пропаганды, мечта С.С. Уварова о том, что «будущие члены общества составят одну семью с одинаковыми мыслями, с одинакою волею, с одинаким чувством»<sup>2</sup>, так и не сбылась. Другое дело, что герилья, которую вело население против советских средств массовой информации, осуществлялась внутри предлагаемых этими СМИ категориальных структур (так что главной претензией к советской власти становилось то, что она не соответствует собственному идеальному образу). В этом смысле идеологическая индоктринация населения оказалась вполне успешной, и последствия ее ощущаются до сих пор.

---

<sup>1</sup> Вартанова Е. Медиа в постсоветской России: их структура и влияние // Pro & Contra. Т.5. № 4. 2000. С.123.

<sup>2</sup> Виттекер Ц.Х. Граф Сергей Семенович Уваров и его время. С.253.

Впрочем, научный анализ советских средств массовой информации только еще начинается. Но уже сейчас можно сделать два вывода: во-первых, что советская модель глубоко укоренена в российской традиции, и, во-вторых, что она представляет собой качественную модификацию этой традиции, основанную на консервации некоторых наиболее архаических ее особенностей в сочетании с использованием принципиально нового языка.

Что касается постсоветских средств массовой информации, то при всем их резком разрыве с прошлым они продолжают сохранять клиентские отношения с государственными и олигархическими структурами (безусловно, это «и» свидетельствует о заметном рывке вперед) и продолжают рассматривать в качестве «главных читателей» представителей этих же структур.

О том, насколько болезненно и с каким трудом осваивается российским обществом современная (=протестантская) модель СМИ, свидетельствует поколенческий раскол внутри самого журналистского сообщества. С одной стороны, представитель одного из наиболее вестернизированных российских масс-медиа заявляет, что в советское время такой профессии, как журналистика, вообще не существовало<sup>1</sup>, с другой — один из ветеранов той самой несуществовавшей журналистики не менее уверенно утверждает, что «мы, те кто работал в условиях жесткого партийного контроля над прессой, были свободнее, чем наши молодые коллеги сегодня... дело в том, что мы *противостояли* этой несвободе, мы видели для себя возможность выбора и делали этот выбор»<sup>2</sup>. Иными словами, множественность субъектов поиска истины в отечественном сознании прочно ассоциируется с продажностью, а терпимость — с вседозволенностью.

---

<sup>1</sup> «Если литература выходит почему-то на газетной бумаге большим форматом, она остается литературой... Анатолий Аграновский — не журналист... Он — писатель. Он литератор, назовем это так, работающий в странном издании, выходящем форматом А-2 на газетной бумаге. Я не совсем понимаю, почему книги надо издавать в таком странном полиграфическом исполнении» (*Пархоменко С.Б. Журналистика прошлого и настоящего — две разные профессии // Пресса в обществе (1959–2000)*. М., 2000. С.388).

<sup>2</sup> *Волков А.И. Из политических технологов мы превращались в обществоведов // Пресса в обществе*. С.103.

Поэтому дальнейшее развитие существующей системы отечественных СМИ всецело определяется тем, насколько успешным окажется очередной этап российской модернизации и насколько привьются на отечественной почве структуры гражданского общества. Пока, как известно, каждый этап модернизации только усиливал традиционные черты русской культуры, так что обращенная к цензору максима Пушкина, подводящая итог перспективам внедрения в России конкурентной системы коммерчески ориентированных средств массовой информации, — «что нужно Лондону, то рано для Москвы» — остается в полной силе.