

**СТАНОВЛЕНИЕ ДУХА КОРПОРАЦИИ: ПРАВИЛА  
ЧЕСТНОЙ ИГРЫ В СООБЩЕСТВЕ ЖУРНАЛИСТОВ:  
КОНСУЛЬТАТИВНЫЙ ОПРОС ЭКСПЕРТОВ / ПОД РЕД.  
В.И.БАКШТАНОВСКОГО, Ю.В.КАЗАКОВА,  
А.К.СИМОНОВА, Ю.В.СОГОМОНОВА. М.: НАЧАЛА-  
ПРЕСС, 1995.**

Разные сообщества в разной степени подготовлены к осознанию себя в качестве корпорации, к оформлению корпоративности. А без формы, как известно, нет и содержания. Хотя есть "материал" — тысячи и сотни тысяч людей, занятых однотипной работой и имеющих общие интересы. Гражданское общество, как известно, не просто дифференцировано, а сложно структурировано, каждый его гражданин, наряду с местом, занимаемым по службе, обладает еще и рядом позиций, выражающих его политические, региональные, культурные, религиозные и, главное, профессиональные интересы. Здесь принципиально важно отличать позицию, занимаемую в результате самоопределения личности, от места, замещаемого индивидом сообразно вакансии в штатном расписании.

Редакторы сборника начинают свои размышления о перепутьях профессионального сообщества с фиксации того, что "не только исследователи, но и сами журналисты понимают под корпоративностью нечто различающееся не только простительными оттенками смысла, но порой даже "знаком". Для одних само слово это звучит завораживающе привлекательно, и им готовы привольно пользоваться, беззаботно отложив на лучшие времена выяснение его значения. Для других то же самое слово оказывается глубоко чуждым, настораживающим, угрожающим каким-то профессиональным ценностям и вольностям, и без того сильно урезанным всевозможными инстанциями" (с. 3). Понятно: от собственной истории не убежишь, а вот поразмышлять над ней и сложившейся в итоге обстановкой всегда полезно. "Вопрос о том, существуют ли в России реальные предпосылки для создания журналистской корпорации, — отнюдь не праздный вопрос, тем более, что он напрямую связан с возможным пониманием миссии сообщества в современной России" (с. 5).

Цель редакторов-составителей сборника представляется точной — "уловить дух современного журналистского сообщества и по возможности оказать влияние на процесс нравственной рефлексии этого сообщества с точки зрения становления журналистской корпорации" (с. 6). Найден и адекватный способ организации материала — диалог, консультативный опрос экспертом. В качестве экспертов выступают журналисты, главные редакторы, лидеры профессиональных ассоциаций, исследователи и — особо надо отметить — разработчики профессиональных кодексов. В итоге читатель получает объемную, многомерную картину представлений журналистов об их профессиональной деятельности.

В основе концепции сборника лежат несколько взаимосвязанных тем. Первая и, на мой взгляд, важнейшая тема связана с понятием "свободная корпорация" как форма организации профессионального сообщества. Вторая тема — о профессионализме вообще и журналистском профессионализме, в частности. Третья тема, вынесенная редакторами в подзаголовок сборника, — о правилах честной игры и журналистской этики, правилах, рассмотренных в контексте профессиональной культуры (об этом

пишет в своей статье И.М.Дзялошинский). Четвертая тема, поставленная во вступительной статье редакторов и неоднократно затрагиваемая авторами сборника, — миссия журналистики в современном мире вообще и в России, в особенности.

Говоря о журналистах, как, впрочем, и о специалистах любого другого профиля, я не спешил бы именовать их "профессиональным сообществом". Журналисты — они и есть журналисты, а профессиональное сообщество — уже некая форма организации, которая может быть, а может и не быть. Корпорация, пишут В.И.Бакштановский и Ю.В.Согомонов, — "это особый социальный институт, выражающий и защищающий интересы своих членов" [1, с. 5]. К тому же, добавляет Р.Г.Апресян, созданный "для ведения специализированной деятельности" [1, с. 16]. Если первое определение заставляет вспомнить о профсоюзах, второе напоминает скорее о корпорациях как форме акционерного общества. Сюда же примыкают идеи неокорпоративизма, мафии, "локального тоталитаризма" и т.п. Суть дела заключается, прежде всего, в доминировании социальных или социокультурных интересов корпорации над интересами ее членов, с одной стороны, и общества в целом — с другой.

Согласно господствующим представлениям, в корпорацию людей объединяет единство целей. Профессиональное сообщество этого не предполагает: в его основе лежит общность профессиональных ценностей, цели же при этом могут и должны быть разными. Я различаю специалистов, владеющих методами, средствами, техникой своего дела, и профессионалов, обладающих сверх того ценностями, идеалами и вообще целостной профессиональной культурой. Этому научить нельзя, этому можно только, как говорил С.Михоэлс, научиться. Я бы сказал больше: и научиться нельзя, а можно только учиться; нельзя стать профессионалом, как нельзя стать личностью: и тем, и другим приходится становиться всю жизнь, ибо и то, и другое существует только в процессе становления, в развитии.

Могут ли профессиональные ценности и идеалы, профессиональная культура, миссия существовать вне той или иной профессиональной организации? И да, и нет. Могут существовать в виде мертвых текстов под золотыми корешками, в отчужденной от человека форме. В этом смысле и древнегреческая культура существует. Могут существовать в порыве, творчестве, горении (простите за штамп) выдающейся личности. Но не могут существовать как массовое явление, характеризующее некий уровень журналистики, педагогики или проектирования. Эта последняя, общественно значимая форма существования профессионализма возможна только в условиях развивающегося профессионального сообщества; если угодно, и свободной корпорации, но только тогда, когда она выполняет функции этого самого сообщества, оказывается не только и не столько социальным институтом, сколько профессиональным клубом.

"Правила честной игры в сообществе журналистов" — подзаголовок книги, обнаруживающий ее преимущественно нравственную ориентацию. Естественно желание порядочных людей жить и работать честно, но в нынешних российских обстоятельствах это желание трудно реализуемо. Призыв А.Солженицына "Жить не по лжи" пока что не потерял актуальности, хотя ложь и приобрела новые формы. Наряду с очевидным засильем жуликов самого разного толка, я отметил бы здесь более глубокий слой обстоятельств. Честность — это предельная рефлексивность. "Жить не по лжи" в моем понимании предполагает прежде всего внутреннюю интеллектуальную честность,

которая при отсутствии рефлексии попросту немыслима. Для журналистов это, по-моему, главное: ведь, обманывая себя (пусть бессознательно), они обманывают свою аудиторию — тысячи, а то и миллионы людей. Поэтому журналистскую этику стоило бы обсуждать как компонент профессиональной культуры, о чем пишет И.М.Дзялошинский. Здесь же и не вполне понятная формулировка вопроса о "правилах честной игры". Бывают ли "правила нечестной игры"? Мыслимы разные правила, но, каковы бы они ни были, шулер всегда их использует, чтобы надуть партнера, а честный человек будет их соблюдать. Кроме того, почему речь идет о правилах *игры*? Либо это метафора, и за ней стоят нормы и правила профессиональной деятельности, либо "игра" требует пояснения и прояснения.

Вопрос о миссии журналистики в современной России — важнейший и определяющий для разработки профессионального кодекса — уходит в тексте сборника на второй план. Сам этот факт симптоматичен. Большинство авторов заняты более прагматическими темами. Несколько обобщая мысль В.С.Гуревича (с. 172), я бы поддержал его тезис об историчности миссии журналистики, но именно поэтому я думаю, что надо говорить об искажении этой миссии в современной России по сравнению со странами, где существует нормальное, относительно стабильное открытое общество. Разные культурно-исторические ситуации — разные миссии. Современный российский опыт мог бы кое в чем пригодиться и на Западе. Я имею в виду ту функцию заполнения идеологического вакуума, которую берет на себя наша журналистика и которую В.С.Гуревич считает для журналистики чуждой. У "них" с идеологией тоже большие проблемы. Дж.Сорос (и не только он) не зря говорит о дефиците ценностей и целей в развитых демократических странах.

Говоря о миссии журналистики, следует иметь в виду субъекта. Из возможного набора функций журналистики и средств массовой информации стоило бы прежде всего убрать идею "четвертой власти" (Вс.Вильчек), убрать по той причине, что если журналистика и оказывается фактически четвертой властью, то происходит это опосредованно: случается или не случается в меру реализации ею своих прямых функций, по поводу которых высказываются противоположные мнения. Мне ближе всего подход И.М.Дзялошинского, выстраивающего некое пространство функций журналистики, внутри которого, по идее, находят свое место любые представления об этом предмете. Он задаст это пространство тремя ортогональными векторами: авторитарным (пример — взгляды Ленина на роль СМИ), информационно-познавательным (господствующим на Западе) и коммуникативным, или гуманитарным (идея соучастия журналиста и реципиента в постановке и решении проблем). Заданное таким образом пространство вроде бы и оказывается пространством профессионального самоопределения журналиста, редакции, журналистского сообщества (корпорации). Очень важно, что оно жестко отделено от пространства политического самоопределения. В этом я вижу путь к формированию профессионального сообщества, объединяющего сторонников самых разных политических позиций при одном неперемennom условии — если они не выходят за рамки права. Авторитарную ("законодательную" по З.Бауману [2]) установку я не оценивал бы совсем негативно. Проповедь, я полагаю, сохранит свое место в культуре. Я бы связывал авторитарную установку не только, и, возможно, не столько с партийной ангажированностью, сколько с ролью интеллектуальной и культурной элиты. Важнейшая функция информационно-познавательной установки — визуализация

происходящего. Несколько утрируя, можно сказать, что "открытым" общество делают СМИ, и свободная журналистика выступает в качестве одной из конституирующих его подсистем.

Думается, что коммуникативно-гуманитарная (интерпретирующая, диалогичная) установка пока еще формируется, но именно с этим процессом я связываю свои надежды на будущее. Как пишет Л.Поляков, "лучше поздно, чем никогда, признать, что "правдой" может быть только газета, а в реальности есть лишь многоликость лжи ("субъективности", выражаясь академически) — множество идеологий и утопий, от имени которых и вещает в пространство социума любой конкретный индивид вообще, а журналист — по долгу службы" (с. 304). Более академично об этом пишет теоретик менеджмента П.Вейлл: "В практическом плане мы имеем всего лишь взаимные перспективы, и у нас нет внешнего стандарта истины, лишь множественность мнений, из которых мы можем выбирать" [3]. В связи с этим встают вопросы о том, возможна ли массовая коммуникация в принципе, в чем различие монологичной и диалогичной организации мышления, в чем заключаются основополагающие ценности сообщества журналистов. Разумеется, все эти вопросы не нашли исчерпывающего решения в сборнике. Но их обсуждение представляет несомненный интерес для политологов и специалистов по массовой информации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. "Этика успеха: Вестник исследователей, консультантов, ЛПР" / Под ред В.И.Бакштановского, Ю.В.Согомонова, В.А.Чурилова. Вып 4. М. Тюмень: Центр прикладной этики, 1995.
2. Бауман З. Философия и постмодернистская социология // Вопросы социологии. 1993. № 3.
3. Искусство менеджмента. М., 1993. С. 15.

М.В.РАЦ  
профессор