

Леонид Давидович Бершидский Ремесло



Текст предоставлен автором
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=5978171&lfrom=236997940

Аннотация

Книга первого главного редактора газеты «Ведомости», сайтов Slon.ru и Forbes.ua, первого издателя русского Forbes о журналистском ремесле:

«Эта книга – про базовые правила, как я их понимаю. У каждого опытного ремесленника своя редакция этого катехизиса, и о тонкостях наших редакций мы можем до хрипоты спорить между собой. Но каждый из нас интуитивно чувствует, когда отклонение от сути правил становится критическим. Если не признается в этом публично – не значит, что не чувствует. Просто пытается подавить дискомфорт апломбом, завалить словами. А от зеркала по утрам будет отворачиваться.

Я надеюсь передать читателю это интуитивное ощущение.

Чтобы оно появилось, не обязательно со мной соглашаться и уж тем более в чем-либо следовать моему примеру (видит бог, денег вам это не принесет). Обязательно лишь не обманывать себя относительно намерений, которые движут вами при выборе именно этого ремесла. В конце концов, выбирает его сейчас только сумасшедший; всем студентам журфаков, перед которыми мне доводилось выступать, я всегда горячо советовал научиться программировать. Пренебрегли этим советом? Не нашлось в свое время рядом взрослого, который сумел бы дать его достаточно убедительно? Добро пожаловать в один из последних сохранившихся средневековых цехов».

Леонид Бершидский

Леонид Бершидский Ремесло. Главы 1-22

© Леонид Бершидский

Все права защищены. Никакая часть электронной версии этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для частного и публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав.

Предисловие

У Сергея Довлатова тоже есть книга под названием «Ремесло». Она начинается словами «С тревожным чувством берусь я за перо».

Довлатов с тревогой брался за описание своей литературной карьеры, потому что не был уверен в «поучительности своей исповеди»: в тот момент он еще не был знаменитым автором. Не был даже успешным. Ради «нормального биологического существования» занимался «газетной поденщиной». Но про нее Довлатов написал другую повесть – «Компромисс».

Я не обладаю довлатовским литературным даром, да что уж, – и его благоприобретенной способностью по-аптекаарски отвешивать ровно столько слов, сколько нужно, чтобы рассказать историю. Я оцениваю свой литературный дар реалистично, то есть невысоко. Возможно, поэтому журналистика для меня – главное ремесло. А уже по этой причине я всю жизнь стараюсь избегать в нем компромиссов. Я не могу сказать себе: Леня, ты это делаешь временно, только ради куска хлеба, вот сочинишь великий роман – и все грешки, все срезанные углы тебе спишутся. Насколько мерзка или, наоборот, приятна мне по утрам физиономия в зеркале – напрямую зависит от того, как я практикую мое ремесло.

В результате, в отличие от Довлатова, я уверен в поучительности моей истории. За последние 20 лет я стал соавтором нескольких громких медийных успехов – газеты «Ведомости», российского и украинского проектов корпорации Forbes, сайта Slon.ru – и нескольких не менее ярких провалов: еженедельников «Русский Newsweek» и SmartMoney, неудачного перезапуска журнала «Огонек» в 2005 году. И это еще не все проекты, в которых

я поучаствовал. За эти годы у меня накопились примеры, пожалуй, на все случаи жизни.

Но и я начинаю писать эту книгу с тревогой. И вот почему.

Мое понимание нашего с вами, коллеги, ремесла становится все более экзотическим. Я вырос как журналист и редактор с расхожей в те времена формулой: «Новости – это то, что кто-то хотел бы скрыть. Остальное – реклама». Эту фразу приписывали восьми разным гуру, от Джорджа Оруэлла до лорда Нортклиффа, первого издателя Daily Mail, и Рэндольфа Херста, благодаря которому мир обрел крупный медиабизнес и утратил возможность легально курить марихуану. Никто из этих восьми, кажется, ничего подобного не говорил, по крайней мере, первым. Но какая разница, кто сформулировал аксиому, правда?

Сейчас много желающих поспорить с анонимной мудростью. Или позадавать каверзные вопросы. Например: а если тот, кто не хочет публикации, прав? А тот, кто добивается публикации, – черный пиарщик, состряпавший слив на конкурента? А как же интересы владельца, сохранность его денег, вложенных в другие проекты, и рабочих мест, на эти деньги созданных? Как же интересы страны, в конце концов, мы ведь не хотим дурного нашей родине, или?..

Грань между информацией и рекламой, информацией и пиаром, информацией и пропагандой для многих стала стираться.

Обратная сторона этой медали – постоянно и заметно снижающаяся техническая подкованность журналистов, все меньшее внимание к слову. Нет никакого смысла вылизывать текст, имеющий исключительно служебное значение, проходной, а то и вовсе заказной. Когда ремесленник не может гордиться тем, что делает, он гонит брак.

Для потери ремесленных ориентиров сейчас предостаточно оснований. Не прекращаются разговоры о том, что журналистика как профессия умирает. Теперь ведь каждый может публиковать, что знает и видит, посредничество редакций вроде бы и не нужно. Традиционные бизнес-модели «поплыли», зарабатывать на рекламе, какую мы привыкли видеть в печатных СМИ, все труднее. А раз апокалипсис, раз конец света – грабь, жги, насилуй гусей! Кому нужны устаревшие правила, стандарты, дурацкое вышивание крестиком?

Разговоры о тонкостях ремесла подменяются футурологией, потому что она сексуальнее – и потому что за футурологические построения отвечать придется в туманном будущем. А скорее через полгода все о них забудут, и можно будет создавать новые, не менее захватывающие.

Кто помнит теперь имена пророков, убеждавших рынок, что скоро сорвут банк мобильные приложения, а сайты умрут? Даже Руперт Мердок, поставивший дорогой неудачный эксперимент с газетой-приложением The Daily, вряд ли может точно сказать сейчас, кто именно его соблазнил.

Как пел Роджер Уотерс,

They flutter behind you, your possible pasts
Some brighteyed and crazy, some frightened and lost:
A warning to anyone still in command
Of their possible future to take care.

Моя тревога – о том, что за разговорами на тему «быть или не быть» мы забываем о простых вещах, без которых ответ «не быть» становится единственным, как ни крути.

В этой книге не обсуждается будущее, потому что оно поливариантно. Теория вероятности, моделирование многофакторных систем – удел ученых. А здесь речь пойдет не о науке, а о ремесле, по сути таком же, как сапожное дело или, скажем, игра на скрипке. Есть множество способов сделать красивую и удобную пару туфель или блестяще исполнить концерт Сибелиуса. Но все эти способы стоят на прочной, простой основе, которую и

называют ремеслом. Если сапожник начнет забивать в подошву пятидюймовые гвозди, он наделает дырок в пятках клиента. Как писал Леопольд Моцарт в трактате «О фундаментальных принципах игры на скрипке», если не прижимать инструмент подбородком, «он будет выпадывать».

Для сапожников и скрипачей будущее уже много раз наступало и не изменило основ. Не изменит и для нас: описываемая реальность и приемы описания становятся разнообразнее, но сущность ремесла остается прежней. Это две вещи:

1. Принципы.
2. Техника.

Моя знакомая московская красавица, в начале 90-х вышедшая замуж за рохлю-американца из хорошей семьи, говорила: «Принципов должно быть мало, но они должны быть гибкие». Я согласен с ней только частично, вернее, ровно наполовину.

Я принадлежу – теперь это уже очевидно – к меньшинству, которое считает, что догматичное соблюдение немногочисленных правил, некоего катехизиса – необходимая основа для сохранения нашего ремесла, для того, чтобы оно, как всякое другое, и дальше передавалось из поколения в поколение. И оставалось востребованным.

У каждого опытного ремесленника своя редакция этого катехизиса, и о тонкостях наших редакций мы можем до хрипоты спорить между собой. Но каждый из нас интуитивно чувствует, когда отклонение от сути правил становится критическим. Если не признается в этом публично – не значит, что не чувствует. Просто пытается подавить дискомфорт апломбом, завалить словами. А от зеркала по утрам будет отворачиваться.

Я надеюсь передать читателю это интуитивное ощущение.

Впрочем, оно будет совершенно бесполезным, если не задумываться о технической стороне дела. Правильно скроенный и сшитый текст становится сейчас редкостью – до такой степени, что скоро умение кроить и шить сделается конкурентным преимуществом. Мне бы хотелось обсудить с вами плюсы и минусы перфекционизма.

Опять-таки у каждого ремесленника свои недостижимые идеалы, и о них можно без конца спорить. Со мной не обязательно соглашаться. И уж тем более не стоит бездумно следовать моему примеру: видит бог, денег вам это не принесет. Обязательно лишь не обманывать себя относительно намерений, которые движут вами при выборе именно этого ремесла. В конце концов, выбирает его сейчас только сумасшедший; всем студентам журфаков, перед которыми мне доводилось выступать, я всегда горячо советовал научиться программировать. Пренебрегли этим советом? Не нашлось в свое время рядом взрослого, который сумел бы дать его достаточно убедительно? Добро пожаловать в один из последних сохранившихся средневековых цехов.

Эта книга – ни в коем случае не учебник. С товарищами по цеху, мастерами и подмастерьями, логичнее общаться в старинной форме трактата, приглашающего к спору и размышлению.

1. Ремесло, а не профессия

В журналистику мало кто из настоящих звезд попадает «стандартным» путем – через журфак. У великого Эда Мерроу (см. фильм *Good Night and Good Luck*) не было журналистского диплома: в колледже он специализировался на ораторском искусстве – да, такая специальность была в те блаженные времена. У легендарной Анны Винтур (см. фильм *The Devil Wears Prada*), хоть она и дочь главного редактора ежедневки, вообще никакого диплома нет: работать она начинала в бутиках, а в *Vogue* попала редакционной ассистенткой. В постсоветской Москве лучшие главные редакторы тоже никогда формально журналистике не учились. Татьяна Лысова, главред «Ведомостей», программист. Елизавета Осетинская, главред «Форбса», экономист. Андрей Васильев, с чьим именем связаны лучшие годы «Коммерсанта», учился в институте химического машиностроения, но диплома счастливо

избежал. Основатель русского Cosmo Елена Мясникова – филолог-германист, специалист по голландскому языку. Владислав Бородулин, создатель Газеты. ру, авиационный инженер.

Есть, конечно, исключения. Блестящая Эвелина Хромченко, не только создавшая русский L'Officiel, но и дублировавшая главную героиню в фильме про дьявола и Prada, окончила журфак МГУ, да еще с красным дипломом. Леонид Парфенов учился журналистике в Питере. Евгения Альбац, прославившаяся фразой «Вон из профессии» в адрес журналистки, выступившей с посмертной критикой Анны Политковской, – выпускница журфака МГУ. Впрочем, Анна Арутюнян, которой было адресовано это самое «вон», тоже училась журналистике – в Нью-Йоркском университете.

У меня журналистского образования нет, и я считаю, что перечисленные в предыдущем абзаце личности стали журналистами не благодаря, а вопреки его наличию.

В декабре 2005 года критик Александр Тимофеевский, один из основателей «Коммерсанта» и непререкаемый авторитет для «культурных» журналистов, опубликовал в журнале «Эксперт» статью под названием «Факультет ненужных вещей». В ней он объяснил, что и сам он, тогда главред сайта globalrus.ru, и другие известные ему редакторы неохотно берут на работу выпускников журфака МГУ. «Журфаковцы заработали твердую, неколебимую репутацию, – писал Тимофеевский. – Все знают, что в графе „Ожидания по зарплате“ у них стоят цифры с алогичным числом нулей. Оправившись от первого смущения, редактор заглядывает в графу „Какую должность вы хотели бы занимать?“. Никто не желает становиться репортером. Волчья работа, тяжкая жизнь – ноги кормят, а они, знаете ли, не казенные. Зато хотят заниматься „пиаром и рекламой“ и очень удивляются, узнав, что эти отделы к редакции не относятся. Как так? Почему?»

Я и сам столкнулся с чем-то подобным, когда читал лекции людям, получавшим на журфаке второе высшее образование.

Тимофеевский не мог обойти вниманием и вторую проблему журналистского образования: большинство выпускников покидают вуз законченными невеждами. Он цитировал знакомого редактора: «Одна девочка пришла к нам устраиваться экономическим обозревателем, и ее попросили для начала перечислить основные мировые валюты. Она же в обменник ходит, как мы ходили в булочную. Но на вопрос не ответила: дошла до трех и запнулась. Была изгнана и удалилась, негодуя, так и не поняв, где оплошала». Впрочем, судя по постановке вопроса, редактор и сам закончил журфак. Несчастной выпускнице надо было бы переспросить, имеет ли он в виду валюты резервные, и если да, то с точки зрения какой организации. Не думаю, что он смог бы ответить.

Я видел не только невежественных выпускников журфака, но и дислексичных. Откуда они берутся, я понял, прочитав в 2009 году в «МК» интервью доцента кафедры стилистики русского языка журфака МГУ Анастасии Николаевой (эту кафедру долгое время возглавлял Дитмар Эльяшевич Розенталь, главный авторитет по части правил русского языка для всех на нем пишущих). С ужасом говорила Николаева о результатах проверочного диктанта, который написали в тот год только что набранные первокурсники. «Ну что такое, например, по-вашему, рыца? Рыться, – вспоминала она прочитанное. – Или, скажем, поциэнт, удастса, врочи, нез наю, генирал, через-чюр, оррестовать. Причем все это перлы студентов из сильных 101-й и 102-й групп газетного отделения. Так сказать, элита... По сути дела, в этом году мы набрали инопланетян».

Откуда бы ни прилетели эти люди, журфак способен лишь усугубить их проблему. Понятно, что и в технические вузы поступает много бездарных будущих инженеров, программистов и математиков. Но при известном старании их можно чему-то научить традиционными методами: лекции, семинары, практические занятия. Писать, редактировать и уж тем более собирать информацию так не научишь. Зато можно на пять лет отложить как осознание собственной непригодности, так и необходимые для ее преодоления меры.

Все известные мне хорошие журналисты, по молодости зачем-то решившие получить профильное образование, переставали посещать вуз не позже третьего курса и начинали работать в настоящих редакциях. То есть, по сути, шли в подмастерья к тем, у кого в цехе

уже был какой-то статус. Приемы журналистской и редакторской работы нельзя объяснить – их можно только показать на личном примере.

Я тоже начинал подмастерьем – у Фена Монтейна, московского корреспондента газеты *The Philadelphia Inquirer*, одной из старейших и самых качественных в Америке городских еженедневок. То было время, когда такие издания старались не экономить на иностранных новостях и отправляли в заграничные бюро лучших репортеров, уже доказавших свою ценность дома. Мне было неполных 18, когда я, студент иныза, позвонил в московское бюро газеты и спросил, не нужен ли там переводчик. В то время, в 1990-м, корпункты как раз избавлялись от навязанных им советским МИДом услуг Управления по обслуживанию дипкорпуса (УПДК): специалисты, которых оно поставляло, были, кажется, скорее нацелены на стук куда следует, чем на помощь формальным начальникам из западных газет, журналов и агентств. Так что меня наняли – за \$175 в месяц. Мой английский тогда оставлял желать лучшего, но в Москве вообще мало кто знал язык хорошо. Зато я готов был работать сутками и учиться. Фен отдавал мне бесчисленные кассеты с интервью, записанными в поездках по Советскому Союзу, а я переводил то, что было на пленках – сначала дословно, потом, когда Фен разрешил, – то, что мне казалось важным. Я часами корпел над косноязычными речами колхозных председателей, первых по-настоящему избранных депутатов, генералов, обычных людей с улицы. В тексты Фена из десятков страниц расшифровок попадали три-четыре цитаты. Иногда не попадало вообще ничего. Но я все лучше понимал, как нужно строить интервью, что спрашивать, какие выводы делать, как упаковывать то, что узнал, для читателя. Постепенно Фен стал доверять мне репортерскую работу. Во время путча 1991 года, когда Фен в одиночку писал первую полосу газеты – да, распад СССР был в Филадельфии главной новостью, – я уже упоминался как его соавтор.

По той же схеме в Средние века люди учились ткачеству или бочарному ремеслу. Фен весело помыкал мной, как какой-нибудь мастер-краснодеревщик пацаном, которого родители отдали ему в обучение. Я не знал, что такое нормированный рабочий день, и иногда засыпал, положив голову на стол (тексты сдавались по филадельфийскому времени). Благо я был молод и мог без особого риска употреблять стимуляторы. «Что ты сегодня принял?» – бодро интересовался начальник, вываливая на стол пару-тройку книг, из которых мне предстояло извлечь бэкграунд для очередного текста.

Профессия? У меня ее не было. А вот ремесло я постигал, как сказали бы американцы, *the hard way*.

Вице-президент Гильдии издателей Василий Гатов, которого многие считают медиагуру, – кстати, сам учившийся на журфаке МГУ, – писал недавно в своем блоге postjournalist.ru: «Я убежден в ремесленной природе основной контентной специальности – журналиста/репортера. По-моему, это не та профессия, которая требует глубоких теоретических знаний и знакомства с фундаментальными процессами языка, культуры и литературы. Это несколько наборов ремесленных знаний – „делай раз, делай два, делай как я“ – и, кстати, еще и жесткая система ремесленных ограничений и этических правил-аксиом. В режиме ПТУ у работающего станка научить им в разы проще и в десятки раз полезнее, чем в аудитории вуза».

Дальше Гатов предлагал на гипотетическом журфаке будущего создать несколько полноценных, «взрослых» редакций или медиапредприятий, где мог бы функционировать «режим ПТУ». Я тоже верю в такой способ обучения, но это, конечно, паллиатив. Подмастерье должен получать не стипендию, а реальную зарплату, напросившись к тому мастеру, которому он хочет помогать и который может передать ему необходимые навыки. Так было устроено у учеников Рембрандта, например, – да любого средневекового художника.

Ремесло – это не профессия, а вот именно набор навыков ручной работы. Чтобы приобрести его и с успехом использовать, конечно, необходим талант. Рембрандт не принял бы в ученики Говерта Флинка, не будь он талантливым молодым человеком.

Хорошо, а как тогда быть с профессией? Профессия журналиста, в отличие от

ремесла, – это то, о чем он пишет. Я глубоко убежден, что о музыке может хорошо писать только человек с хорошим музыкальным образованием, о науке – человек с навыками и подходом ученого, о бизнесе – тот, кто хорошо понимает его устройство.

Та же Альбац получила профессию позже, чем научилась ремеслу: защитила в Америке диссертацию как политолог.

Моя профессия – бизнес. Я приобретал ее целенаправленно, читал книжки, получил степень магистра управления в хорошей бизнес-школе, а к 40 годам успел и поработать в разных компаниях на должностях, позволявших мне разобраться в тонкостях дела.

Откровенно говоря, заниматься бизнесом мне нравится меньше, чем журналистикой. О мотивации журналиста-ремесленника речь пойдет ниже, пока же достаточно сказать, что эта мотивация у меня сильнее, чем материальная или деловая. Многие хорошие журналисты пишут о сферах человеческой деятельности, которые им интереснее наблюдать снаружи, чем изнутри. Я встречал репортеров, которые вполне могли бы работать менеджерами в нефтяных или торговых компаниях, заниматься фундаментальной наукой, работать кодерами в какой-нибудь Google – но предпочитают писать о людях, которые всем этим занимаются. У них, помимо журналистского ремесла, есть профессия – но они берегут эту профессию от себя, потому что ремесло им ближе и дороже.

А вот без настоящей профессии заниматься нашим ремеслом – дело неблагодарное и часто травматичное и для самого журналиста, и для его источников.

2. Зачем мы это делаем

Организация Internews, когда-то работавшая и в России, но изгнанная орками, когда Москва начала превращаться в Мордор, пока присутствует в Киеве и пытается там обучать молодых журналистов правилам ремесла. Участница одной из недавних программ, 21-летняя студентка 4-го курса журфака, так отвечала на вопросы анкеты:

– Какой ты себя видишь в 30?

– Іду я уся така гарна по редакції, і костюмчик на мені брендовий, і сумочка також... А в голові теж 17-ти річне дівчисько, яке любить пригоди, подорожі, але тепер ще із собою тащить діточок та чоловіка...

– Почему ты решила выбрать профессию журналиста?

– На журналісточку мене підштовхнула доля, саме вона не дала поступити мені в університет Карпенка Карого на таку омріяну артистичку, а залишила у Черкасах на більш практичну, але не менш цікаву журналістику.

С одной стороны, соблазн отчитать легкомысленную дівчину велик. С другой, греет душу, что кто-то еще считает наше ремесло хоть немного «практичным». К тому же я по опыту знаю, что и «брендовый костюмчик», и «сумочка також», и путешествия-приключения в компании мужа и детей – вполне возможны для тридцатилетней журналистки; я много лет проработал в Independent Media, пионере и впоследствии лидере российского глянцевого рынка, и видел этих девушек, всегда идеально накрашенных, с прическами волосок к волоску и признаками постоянного анального напряжения на лицах. Это они придумывают тексты типа «31 способ доставить ему удовольствие» и опрашивают красавчиков-холостяков на тему «что их больше всего раздражает в девушках». Я не то что не испытываю к ним презрения, а знаю, что они умеют делать то, чего я не умею. Писать об отношениях, шмотках, косметике так, чтобы не раздражать целевую аудиторию – девушек часто менее сведущих и гламурных, но завистливых и придиричивых – это ремесло со своими законами и не всем ведомыми приемами.

Для постигших его костюмчик, сумочка и семейные путешествия – не предел. Татьяна Арзиани, один из лучших в Москве глянцевых редакторов, как-то вспоминала свою работу в Elle с главным редактором Еленой Сотниковой: «Подбегает Лена и говорит: срочно летишь в Барбадос! Должна была я, но не могу – срочно надо в Милан. И вот я все бросаю и через сутки уже на вилле Черчилля, попиваю коктейль, сочиняю текст».

Так что у девушки из Черкасс вполне годная мотивация, которая может привести к плодотворной карьере в глянце, если молодая журналистка не свернет с пути в какой-нибудь пиар. И вообще хорошую карьеру в журналистике можно сделать, пожалуй, почти с любой мотивацией, только разобраться в своих резонах имеет смысл на берегу. То есть пока не поздно.

Основных причин для выбора любой профессии, пожалуй, четыре:

- генетическая склонность;
- деньги;
- социальная полезность;
- авантюризм.

И наше ремесло выбирают по этим же причинам. И часто горько разочаровываются – а учиться чему-то новому уже не хотят или не могут. Поэтому среди действующих журналистов так много пьяниц, а среди бывших – пиарщиков.

ТАЛАНТ

Сложнее всего, пожалуй, разобраться с генетической склонностью. К чему, собственно, она должна быть у журналиста?

Логично предположить, что в первую очередь – к общению. Плохому коммуникатору осваивать ремесло непросто: приходится все время вступать в контакт с незнакомыми людьми, многие из которых враждебно настроены к прессе и говорить ничего не хотят. Этим людям надо так задавать вопросы, чтобы им стало интересно отвечать, иначе репортер получит только то, что ему изначально хотят сказать – а это рецепт скучных, мало кому нужных и в основном неэксклюзивных текстов.

Впрочем, отсутствие коммуникативного дара – не препятствие для практики нашего ремесла. Знаю это по себе: я почти аутист.

Заговорить с незнакомым человеком с детства было для меня труднопреодолимой проблемой. Подходить к чужим людям на улице и спрашивать их о политике – такое до 17 лет могло привидеться мне разве что в кошмарном сне. Я панически боялся снять телефонную трубку, чтобы позвонить даже туда, где ждали этого звонка. Болезненно смущался, задавая вопросы о том, что мне было плохо знакомо, – а вдруг покажусь дураком? Пугался агрессии со стороны собеседников: столкнувшись с ней, больше всего хотел закрыть голову руками, ничего не видеть и не слышать.

Я вполне осознал эти мои проблемы еще подростком. Зачем же я занялся журналистикой? Сделал ставку на другие природные способности, которые, в принципе, тоже могут пригодиться в этом ремесле.

Я всегда довольно ловко обращался со словами на обоих языках, которые хорошо знаю, – русском и английском. Кроме того, я люблю возиться с данными, искать закономерности в статистических отчетах и аберрации – в отчетности компаний. Мне интересна наука, и я с удовольствием читаю академические тексты. Мне всегда нравилось рисовать графики и придумывать для мыслей визуальные формы: в детстве я долго учился рисовать.

Когда я попал в журналистику, то быстро понял, что эти способности хорошо развиты мало у кого из коллег. Потому что они как раз – в первую очередь коммуникаторы. Способности к сочинению связных текстов и анализу сопутствуют коммуникационному дару, пожалуй, в одном-двух случаях из десяти. «Писатели» и «аналитики», как выяснилось, быстрее коммуникаторов становятся редакторами и делают в журналистике полуадминистративную карьеру. Так случилось и со мной; репортером я был средним, а редактор и колумнист из меня вышел конкурентоспособный.

Правда, преодолевать страх общения все равно пришлось. В любом ремесле нельзя перепрыгивать через ступеньки. В нашем деле миновать репортерский этап и сразу оказаться редактором получалось лишь у так называемых рерайтеров издательского дома «Коммерсантъ», попавших в газету за умение хорошо писать и «ремонтировать» тексты,

принесенные малограмотными коммуникаторами, да еще у некоторых «глянцевых» журналистов, которым репортерский опыт заменяли чувство стиля и связи в модной тусовке. Впрочем, та же Елена Сотникова, например, работала когда-то в деловой журналистике – писала о рынке металлов в агентстве Reuters. Теперь и не скажешь.

Единственный способ заставить себя делать что-то, к чему не лежит душа, – зажмуриться и прыгнуть. Я поступал так каждый раз, когда приходилось собирать информацию из «живых» источников. Помню, как вскоре после свержения Звиада Гамсахурдиа в Грузии ходил по улицам Тбилиси с заданием узнать мнение простых горожан о победителях из движения «Мхедриони», которое возглавлял мафиозный дон Джаба Иоселиани. Тбилисцы шарахались от меня: никто не хотел говорить об Иоселиани, державшем в страхе всю страну. Я брел понуро, почти уже в отчаянии, по проспекту Руставели, как вдруг увидел остановившегося перед витриной колоритного грузина с суровым, заросшим седой щетиной лицом, в кепке-«аэродроме» и с рюкзаком за плечами. Это явно был гость столицы.

Я спросил его про Иоселиани.

– Этот твой Джяба, – отдельно произнес человек в кепке, строго глядя мне в глаза, – этот твой Джяба – мафьоз и керымынал.

Я очень жалел потом, что в журнале Newsweek, на который я тогда работал, невозможно передать этот акцент: трудности перевода.

Чем лучше я понимал, что такое случайное общение и «холодные» звонки дают колорит и фактуру, которые и не выдумаешь, и не раскопаешь в писанных источниках, тем легче мне становилось преодолевать страх.

Помню еще, как попал в бизнес-журналистику – в 1994 году в англоязычной газете The Moscow Times меня перевели в бизнес-отдел, где тогда не хватало кадров. Первый текст мне предстояло писать про аукцион ГКО – государственных краткосрочных обязательств, ценных бумаг, по которым Россия в 1998 году объявила дефолт. Я понятия не имел, что такое ГКО и вообще рынок долговых бумаг; до этого я писал о политике и «социалке». Редактор дал мне телефон на клочке бумаги: «Вот, позвони этой женщине, она все объяснит». И убежал по делам.

По обыкновению, я долго мям в руках бумажку, прежде чем осмелился набрать номер и смиренно попросить женщину, которая ответила после первого же гудка, объяснить мне про ГКО, чтобы я мог выполнить редакционное задание. Тяжело вздохнув, женщина пустилась в объяснения, так что минут через 20 я представлял себе, какие вопросы и кому дальше задавать.

Ее звали Белла Ильинична Златкис – в то время она работала начальником департамента ценных бумаг Минфина; именно она создавала в России рынок госдолга. Теперь она зампред правления Сбербанка. За тот первый урок я благодарен ей до сих пор.

Мне по-прежнему некомфортно общаться с незнакомыми людьми, но я научился себя заставлять, так что со стороны мои трудности почти незаметны. Хотя настоящие коммуникаторы, легкие в общении люди с высоким эмоциональным интеллектом, конечно, дают мне в такой работе сто очков вперед.

Те полезные качества, которые достались мне от природы, кому-то тоже приходится мучительно в себе развивать. Впрочем, есть еще вариант – сделаться незаменимым, обходясь без этих свойств. Так вышло с одним из моих любимых репортеров из первого состава «Ведомостей», Сергеем Рыбаком. Это его фраза «Нет никаких предпосылок для снижения оснований», написанная на полном серьезе в каком-то тексте про рынок пива, несколько лет красовалась над входом в старое помещение редакции. Сняли ее, кажется, только въехавшие потом в здание на Выборгской, 16, сотрудники газеты «Жизнь».

Сергей был до того хорошим коммуникатором, что некоторые участники «его» рынков, – рекламного и слабоалкогольных напитков, которые Рыбак однажды назвал в тексте «слабобезалкогольными», – считали, что его фамилия – коллективный псевдоним целой агентурной сети. Он приносил эксклюзивы с пугающей регулярностью и попадал с

ними на первую полосу – но лишь после того, как я или кто-то из других редакторов убивал не меньше трех часов на переписывание его материала. Сергей был – и, думаю, остается – совершенным дислексиком. Как, к примеру, Джон Леннон. Обливаясь потом, я отправлял отредактированные тексты Рыбака в корректуру, где что-то случайно не вычищенное заставляло бывших учительниц литературы кататься по полу в пароксизмах то ли гнева, то ли безудержного веселья.

Вот День Рыбака – это День Рыбака!
 Рыбак в этот день бесподобен
 и божьему лику подобен,
 Рыбак в этот день – на века, –

вспоминали мы почти каждый день стихотворение Д. А. Пригова. Сергей знал, что с его текстами что-то не так. Он пытался работать над собой, читал учебники и русскую классику, отчего начинал изъясняться стихами – но ничего не мог поделать.

Приходило ли нам в голову уволить Сергея? Да ни за что! Это был блестящий, практически незаменимый репортер.

Полный набор природных способностей, нужных для успеха репортера, мне приходилось наблюдать у одного человека крайне редко. Нет, несколько таких случаев было, и я запомнил их на всю жизнь. Но умение логично писать и коммуникативный дар – по моему опыту обычно взаимоисключающие вещи. А тяга к анализу и дата-майнингу почти не сочетается ни с одним из этих двух талантов.

Один мой знакомый главред неофициально делил своих репортеров на «звонилки», «писалки» и «землерои». В идеале ему удавалось засадить за работу над одним большим текстом журналистов всех трех типов – и текст получался выдающийся.

Думаете, что у вас есть способности к журналистике? Мне кажется, тут важно отдавать себе отчет, какие именно. И отсутствие каких вам придется с кровью и зубным скрежетом преодолевать.

ДЕНЬГИ

Вопрос о том, можно ли в журналистике заработать, насмешит, пожалуй, любого работающего журналиста. Даже если у ремесленника сложилась вертикальная карьера и он, скажем, главред большого СМИ, он не так уж редко общается с людьми, у которых в разы, а то и на порядки больше денег – всякими там капитанами индустрии, коррупционерами, поп-звездами, спортсменами. Главред вроде как тоже важная фигура и опинионмейкер. Но он в большинстве случаев просто человек на зарплате, достаточной для комфортной, но без особого роскошества жизни. Те, с кем он регулярно видится по работе, – люди со своими самолетами и яхтами, дворцами и футбольными клубами.

Эта напасть преследует журналиста – особенно делового или глянцевого – на всем протяжении его карьеры. Люди, которым он задает вопросы, значительно богаче его. Наше ремесло – не для завистливых; репортер, испытывающий классовую ненависть к источникам, производит неприятные тексты. Неприятные для всех независтливых людей, я имею в виду.

Небогатый человек с большими связями – а именно таков хороший журналист – постоянно подвергается соблазнам. Ему не только норовят предложить деньги, чтобы он что-нибудь написал или, наоборот, придержал (такие ситуации – предмет для отдельного обсуждения); он постоянно оказывается «в нужное время в нужном месте», одним из первых узнает о новых бизнес-идеях и возможностях, знает, у кого (хотя бы теоретически) можно раздобыть денег.

Иногда его зовут в бизнес, о котором он пишет – и не пиарщиком, а кем-то полезным.

Однажды и я не устоял против такого соблазна. Когда я работал главным редактором журнала SmartMoney, мне вдруг позвонил Александр Винокуров, гендиректор банка «КИТ Финанс», тогда только что ворвавшегося в первую тридцатку в России, и предложил зайти к

нему поговорить о работе. Моя первая реакция была – на ловца и зверь бежит: я сказал, что работа у меня есть и предложил взять у Винокурова интервью. КИТ был интересной для финансового журналиста конторой: в его совете директоров были и питерские метростроевцы, и какой-то загадочный дагестанец-аспирант – никаких олигархов; между тем банк быстро рос, только что продал европейской группе Fortis крупную долю в своей управляющей компании и неожиданно для всех ринулся в ипотечное кредитование, обгоняя в этом деле гораздо более крупных игроков. Да и сам Винокуров, кандидат в список Forbes, был нетипичным персонажем: этакая поп-звезда с белозубой улыбкой и по-студенчески простыми манерами.

На интервью Винокуров согласился. Я приехал в только что обжитый московский офис банка на Знаменке, прямо напротив Кремля, расспросил его и ушел. Винокуров заикнулся о цели своего звонка, но я остановил его: предстояло еще писать текст, и я боялся, что если он предложит что-то соблазнительное, статья выйдет необъективной.

На самом деле мое решение все-таки писать текст было этически сомнительным. Конечно же, я хотел услышать предложение Винокурова; могло ли это заставить меня писать о нем мягче, чем нужно? Да, и я видел в этой ситуации конфликт интересов. Оттого с удвоенной силой старался написать беспристрастно. Некоторые из читателей потом упрекали меня, что текст вышел комплиментарным. Сам я так не считаю: в нем было прямо сказано, что банк сильно рискует, финансируя выдачу ипотеки «жороткими» деньгами. В общем, за этот текст мне не стыдно – хотя не знаю, стал ли бы его писать я нынешний. Чем старше становишься, тем больше сомневаешься в способности контролировать себя по гамбургскому счету.

Так или иначе, я сдал статью коллеге Александру Малютину: в SmartMoney мы, редакторы, правили друг друга.

Прочитав текст в журнале, Винокуров сказал мне, что есть у банка риск и побольше. Уточнять не стал, – а я теперь понимаю, что надо было расспросить поподробнее. Но в тот момент было не до того: Винокуров не отказался от идеи звать меня на работу – придумывать новую концепцию для розницы КИТа. Оказалось, что он прочитал мою колонку – довольно наивный, как я теперь понимаю, текст про финансовый супермаркет будущего, в котором банковские, страховые и инвестиционные продукты будут продаваться, как еда в магазине. И хотел, чтобы я помог ему построить что-то подобное.

Мне было не просто лестно – меня брали на «слабо». Когда прозвучала должность – управляющий директор – и Винокуров упомянул о компенсационном пакете, я окончательно поплыл. Таких денег журналистикой было не заработать.

Этому эпизоду я обязан следующим пассажем в «Википедии»: «В 2007 году по приглашению предпринимателя Александра Винокурова ушёл в бизнес – был управляющим директором близкого к министру финансов Алексею Кудрину банка „КИТ Финанс“, позднее генеральным директором инвестиционно-банковского холдинга „КИТ Финанс“. В 2008 году вместе с Винокуровым покинул свой пост – холдинг находился накануне банкротства, которое удалось предотвратить благодаря государственной поддержке в размере \$4,4 млрд».

На мой взгляд, в этом абзаце много неправды: проработав два года в КИТе, я не обнаружил никаких признаков его близости к Кудрину и точно знаю, что, когда после банкротства Lehman Brothers дела у банка стали совсем плохи, Кудрин не горел желанием его спасти. Да и «господдержка», пришедшая в КИТ в основном через РЖД, была далеко не безвозмездной: банк потом расплачивался по кредитам, как и, например, какой-нибудь Goldman Sachs, которому чуть позже предоставило помощь американское правительство. В любом случае, нас, акционеров КИТа (на момент кризиса я владел уже маленьким пакетом его акций), не пощадили: приватизация прибылей и национализация убытков – это совсем не про нас.

В банке все складывалось неплохо, и я был, по любым меркам, очень обеспеченным человеком. Но я не жалею о странном скачке из журналистики в банкинг совсем по другой причине: когда у нас с Винокуровым отобрали акции КИТа, мы затеяли проект Slon.ru. Кто

сильнее – слон или кит? Для меня ответ на этот вопрос однозначный: конечно, слон! В Slon.ru я научился множеству вещей, о которых еще пойдет речь в этой книжке. Два года в роли банковского менеджера были, как вспоминается теперь, на редкость некомфортными. Человек, по-настоящему приверженный нашему ремеслу, вне его чувствует себя не в своей тарелке. Но такое продолжение того стоило.

И все же я считаю, что правильный журналист должен уметь сопротивляться соблазнам вроде того, которому не смог противостоять я. В большинстве случаев причудливую траекторию типа «КИТ – Slon» повторить не удастся. Деньги-то, допустим, заработаются, и даже большие. Но исчезнет то, благодаря чему они пришли: возможность постоянно общаться с разными страстными, необычными, выбивающимися из общего ряда людьми.

То, что журналист может конвертировать в деньги, – позиция камня в бурном потоке, который несет мимо и крупницы золота, и коряги, и барахтающихся зверушек – одна из главных ценностей нашего ремесла. Она, как и почти все в жизни, подлежит обмену на универсальный эквивалент. Но для того, кто оказался в ремесле не случайно, она дороже денег. Сколько стоит возможность дотянуться практически до кого угодно и задать свои вопросы? Или, например, высказать свое мнение так, чтобы о нем узнали десятки тысяч людей? Мой ответ: точно больше тех денег, которые я зарабатывал в КИТе.

Надо сказать, что большинство журналистов упускает проносящиеся мимо них в потоке возможности. Кто сознательно, кто по несклонности заниматься бизнесом. Много ли можно вспомнить примеров успешного бизнеса, сделанного в России журналистами? Моих знакомых, у которых что-то получилось хотя бы в небольшом масштабе, можно пересчитать на пальцах двух рук. В нашем ремесле человек ищет денег разве что на свои довольно скромные нужды: мало кто хочет разбогатеть, а тем более деятельно к этому стремится.

В апреле 2013 года американская компания CareerCast опубликовала списки лучших и худших профессий. Лучшие – те, в которых ниже уровень стресса, но при этом выше компенсация и больше возможностей найти работу. Худшие – наоборот.

Список худших возглавила профессия газетного репортера: на сжимающемся рынке печатных СМИ они мало кому нужны, зарабатывают в среднем жалкие по американским меркам \$36 000 в год, а стресса хоть отбавляй. Чтобы было понятно, насколько плохи дела, – на втором месте в этом списке лесорубы. С такой же примерно зарплатой.

Почему люди тем не менее занимаются журналистикой? Главную причину можно найти на первой строчке списка лучших профессий.

Актуарий.

Почти за \$88 000 в год этот человек занимается расчетом вероятности, что клиент страховой компании завтра умрет, разобьет машину или окажется жуликом.

Кем бы вы предпочли быть, принимая во внимание 2,5-кратную разницу в доходах? Если репортером, продолжайте читать эту книжку.

ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГО

Хорошо; если не деньги – что еще заставляет нас учиться этому ремеслу?

Многих – сознание его общественной важности.

В 1971 году судья Верховного суда США Хьюго Блэк писал в своем мнении по делу «The New York Times против США»: «В Первой поправке отцы-основатели предоставили свободной прессе защиту, которая нужна ей для выполнения ее важнейшей роли в нашей демократии. Пресса должна была служить управляемым, а не управляющим. Право власти цензурировать прессу было упразднено, чтобы пресса всегда могла свободно осуждать власть. Прессу защитили, чтобы она могла обнажать секреты власти и информировать народ. Только без ограничений свободная пресса может эффективно разоблачать обман со стороны власти».

Решение Верховного суда позволило газетам The New York Times и Washington Post

публиковать материалы из подготовленного Пентагоном секретного документа об истории вьетнамской войны. У нас публикаторы таких документов угодили бы за решетку за нарушение закона о гостайне. В Америке в год моего рождения высший суд принял решение в пользу журналистов, разъяснив, что их главная функция – служить интересам «управляемых», то есть не облеченных властью людей, критиковать и разоблачать власть.

Можно сколько угодно говорить об идеализме судьбы Блэка, который умер через три месяца после эпохального решения. В конце концов, он был судьей, а не журналистом, и ремесленные «оттенки серого» его не волновали – его дело было защищать фундаментальные принципы.

Но вот именно поэтому я его здесь и цитирую. В чистом виде функция журналистики именно такая, как описал Блэк, – разве что под «властью» можно понимать не только государство, но и корпорации, и всякий истеблишмент – культурный, спортивный и проч. Деловая пресса иной раз защищает «жирных котов» от государства именно как «маленьких людей»: тут вопрос масштаба, а не абсолютного размера. СМИ, которые бросились защищать Михаила Ходорковского, когда он угодил в тюрьму, можно обвинить в непоследовательности, – журналисты не так уж наивны, они хорошо знали, какие грехи водились за нефтяным магнатом, – но не в отклонении от миссии. Свергнутые короли, заключенные экс-олигархи и прочие побежденные, поверженные и отверженные попадают в категорию «маленьких», за чьи интересы пресса стоит по своей глубинной сути. Больше ведь за них не заступается никто.

Неоднозначность миссии – одна из основных тем этой книги. «Функция Блэка» понимается и выполняется в разных подвидах нашего ремесла совершенно по-разному.

«Благотворительная журналистика» колумниста Валерия Панюшкина, все эти душещипательные тексты о больных детях, которым никто не помогает, многим – часто и мне – кажется лицемерной, но она последовательно выполняет базовую функцию ремесла. Выполняют ее и инвективы спортивных журналистов в адрес тренеров и владельцев клубов: это – защита интересов болельщиков от тех, кто продает им наркотик.

А взять, например, папарацци: что же, и они выполняют «функцию Блэка»? А как же: «маленький человек» постоянно ищет защиты от несоразмерности всяческим «звездам», ему нужно знать, что поп-идол «мал как мы, мерзок как мы».

Можно ли найти следы «функции Блэка» в глянцево-журналистике? Это непросто, но попытаюсь. Глянец – это ведь руководство по мимикрии для того же «маленького человека». Самая страшная власть – диктат общепринятого вкуса, хоть в высшем свете, хоть в маленьком городке. И если глянец эту власть не очень-то разоблачает, он хотя бы помогает с ней сосуществовать.

Мой старый знакомый еще по The Philadelphia Inquirer, американский колумнист Стив Лопес, восемь лет назад познакомился с бездомным скрипачом по имени Натаниэль Эйерс. Услышал его игру на площади, почувствовал, что имеет дело с серьезным музыкантом, начал расспрашивать. Потом разыскал в приюте для бездомных. Оказалось, Эйерс учился в консерватории Джульярда, едва ли не самой престижной в Америке, но шизофрения не дала ему закончить образование, погнала по дорогам, привела в Лос-Анджелес, где он играл на двух струнах: две другие лопнули, а денег заменить их у скрипача не было.

Лопес начал писать о нем в The Los Angeles Times. Эйерсу стали присылать инструменты. Скоро у него уже было жилье, и с ним работали психиатры. Стив написал о скрипаче книгу, по которой сняли фильм. Лопеса в нем играл Роберт Дауни-младший.

«Газетная индустрия почти испустила дух, – говорил Стив в интервью журналу Philadelphia в 2008 году. – Но страсть Натаниэля к музыке заново разожгла во мне интерес к тому, чем я зарабатываю на жизнь. Я бы не назвал это искусством, но я люблю это делать. Я бы совсем потерялся без этого».

«Функция Блэка» в чистом виде – защита потерянного человека, провалившегося между пружин мира, – способна не только возрождать интерес к ремеслу: многих она в него и приводит.

Но что если ты функцию выполняешь, а мир тебя игнорирует? Допустим, история Лопеса и Эйерса вполне возможна и у нас: сердобольные люди в России многочисленны. А вот дело, к примеру, «Газета „Ведомости“ против Российской Федерации» с таким исходом, как у аналогичного американского процесса, – это из области фантастики.

В Киеве мне довелось собирать редакцию для сайта Forbes.ua. Молодой парень из Кировограда по имени Саша Акименко сколотил в ней отдел расследований. Ребята, работавшие с Сашей, каждую неделю раскапывали коррупционный скандал, который в какой-нибудь более европейской стране привел бы к отставкам и судебным процессам. Мы выпускали текст, иногда он собирал огромную аудиторию, как, например, расследование Акименко и Севгиль Мусаевой о невесте откуда взявшемся газовом богаче Сергее Курченко. И – ничего не происходило. Никакие головы не катились с плеч, никого даже не увольняли.

– Ну и зачем мы это делаем? – спрашивали меня в тоске расследователи. – Какой смысл?

Я утешал их воспоминаниями конца 80-х – начала 90-х. Когда рушился советский режим, всплыло много ранее написанного. Иной раз даже в стол. Всякий, кто интересуется, как удалось придушить советский коммунизм как минимум на 20 лет, должен раздобыть подшивку журнала «Огонек» под редакцией Виталия Коротича. Или «Московских новостей» Егора Яковлева. Изданный наконец на родине автора «Архипелаг ГУЛАГ» тоже ведь – журналистика: многотомное расследование, которое нельзя было напечатать сериалом ни в какой газете.

Допустим, у нас никто из героев тех важных текстов не понес наказания за давностью лет, – но саму идею советского коммунизма та волна публикаций если не убила, то придушила лет на 20. В нашем деле, особенно когда живешь в стране, где власть и народ связывают слишком тонкие нити, бессмысленно ждать мгновенного эффекта. Хоронить систему – дело долгое и трудное. Гроб, в крышку которого мы забиваем гвозди, – многокилометровая штукавина, и гвоздей нужны тонны. Возможно, закапывать его будут и не при нашей жизни (этого, впрочем, я 26-летнему Акименко старался не говорить).

Ну да, Боб Вудвард и Карл Бернстайн сумели свалить президента Ричарда Никсона серией газетных публикаций об Уотергейтском деле, а у нас, копай – не копай, все Путин да Янукович. И многие «расследования» – это просто эпизоды в борьбе одного щупальца Власти с другим.

Даже когда это не так, зло нередко побеждает. Через полгода после публикации расследования о Курченко он купил УМХ, компанию, издающую украинский Forbes. Понял, что пора заняться своей репутацией – и занялся.

Но это не отменяет «функцию Блэка»: любой ремесленник, в отличие от политика, например, делает не то, что целесообразно или результативно в данный момент, а – что может и должен.

В феврале 2013 года замминистра связи и массовых коммуникаций России Алексей Волин выступал на журфаке МГУ перед аудиторией преподавателей журналистики и заявил им, что «никакой миссии у журналистики нет, журналистика – это бизнес».

«Любой журналист должен четко помнить, что у него нет задачи делать мир лучше, вести человечество правильной дорогой. Это все не бизнес. Задача журналиста – зарабатывать деньги для тех, кто его нанял, а сделать это можно, только став интересным слушателям и читателям. Возникает вопрос: решает ли журналист при этом пропагандистские задачи? Конечно, решает – задачи, которые стоят перед владельцем СМИ», – конкретизировал Волин.

Журналистское сообщество взволновалось. Чиновнику ответил с десятков уважаемых в нашем цехе ремесленников. И действительно, многое в словах Волина нуждается в ответе. Но здесь достаточно одного принципиального возражения. Если бы волинская картина мира была достоверной, в журналистику не было бы никакого смысла идти.

Способности, которыми обладает хороший журналист – к коммуникации, анализу,

внятному или даже литературно состоятельному изложению мыслей, – можно с не меньшим успехом применить в других сферах деятельности. Например, в продаже военных самолетов, банкинге или сочинении сценариев для телесериалов. Серьезных денег в нашем ремесле нет. Что же остается? Только «функция Блэка». Любая попытка выполнять которую, особенно в странах вроде нашей, – это чистой воды авантюра.

Каждый, кто рискует заняться этим ремеслом, конечно же, авантюрист.

Вот вам маленький тест на тему «Подходит ли мне эта работа?». Согласны ли вы со следующими утверждениями:

1. Я люблю общаться с людьми, даже если они мне не знакомы и враждебно настроены.
2. Мне легко даются языки.
3. Мне нравится копаться в больших массивах информации и выуживать из них факты, которые складываются в логические цепочки.
4. Я не завистлив.
5. Я знаю, сколько мне нужно денег, а больше мне не нужно.
6. Я готов/готова плакать/драться, когда вижу несправедливость.
7. Я всегда болею за проигрывающую команду.
8. Мне нравится помогать незнакомым людям.
9. Я ищу приключений на собственную задницу.
10. Я не умею программировать.

Если вы согласны хотя бы с восемью пунктами из 10, вы – наш пациент.

3. Кодекс самоограничения

В октябре 2012 года киевский журнал «Фокус» вывесил в сети объявление о наборе журналистов. В том числе была в нем такая строчка: «Вы отказались от пресс-тура в Хорватию, потому что не понимаете, какого хрена делать с пресс-службой украинского мобильного оператора на Адриатическом море». Строчка эта вызвала в Фейсбуке многостраничное обсуждение, которое проще всего описать имеющим широкое хождение в соцсетях термином «срач».

«За это публикаций вроде не требовали, никто никого не коррумпировал, – аргументировала журналистка одного делового журнала. – Почему бы не считать это поощрением со стороны редакции? Часто такие поездки так и раздают. Тем более, что зарплаты в отрасли не самые большие, часто ездить за свои деньги мало кто может».

«Ругать журналистов за поездки за рубеж в пресс-туры можно, но если журналист получает достойную белую зарплату и может себе позволить такие поездки за свой счет, – писал другой коллега. – В таком случае поездки за чужой счет – взятка и зло. В ином случае можно спорить, мне кажется. Иногда это единственная возможность сделать текст. Иногда это часть трудового контракта с работодателем: мы тебе мало платим, но зато ты как автожурналист побываешь на всех автосалонах мира».

Третий утверждал, что из пресс-туров привозят ценные для читателей тексты: «Не нужно забывать о читателях. Кто-то в профессиональной деятельности ставит на первое место себя – чувство комфорта за чистоту убеждений. А кто-то – тех, для кого, собственно, и работает. По-моему, читателю все равно, как добыли и подали качественную информацию».

Наконец, выступила и пресс-секретарь сотовой компании, свозившей журналистов в злополучный хорватский пресс-тур – почему-то для знакомства с местной телемедициной: «Это была ни на йоту никакая не развлекательная поездка и никакой не „инструмент лояльности“ или что-то в этом роде, никакой не отпуск на Адриатическом море. Это образовательная поездка. Наша задача – системно способствовать развитию компетенций, понимания телекома со стороны профильных журналистов и СМИ. Мы хотим, чтобы украинские телеком-журналисты имели возможность глубже изучать отрасль, технологии. Тогда они будут лучше понимать проблематику и нас – операторов».

Если вы согласны хоть с чем-то из вышесказанного, у меня есть для вас короткая

лекция. Сразу оговорюсь: нижесказанное придумал не я. Эти простые соображения мне вдалбливали в голову мои редакторы и партнеры из американских, британских и германских качественных СМИ.

В этическом кодексе The New York Times – стандартном для качественной прессы – говорится буквально следующее: «Когда мы, журналисты... едем в путешествие, чтобы что-то осветить, наша компания покрывает расходы... Штатные сотрудники не имеют права соглашаться на бесплатные или предоставляемые со скидкой транспортные и гостиничные услуги, кроме как при особых обстоятельствах, которые не оставляют или почти не оставляют иного выбора. К таким обстоятельствам относятся некоторые военные или научные экспедиции, а также другие поездки, для которых альтернативные варианты непрактичны – например, интервью на борту корпоративного самолета, когда поездка не имеет никакой иной цели, кроме интервью. Журналисты должны заранее консультироваться с ответственными менеджерами ньюсрума, когда возникают особые обстоятельства».

Мне довелось управлять несколькими редакциями, строго придерживавшимися этих принципов. Когда в 1999 появилась газета «Ведомости», многих пиарщиков не то что удивляли, а пугали наши настойчивые попытки оплатить поездки, которые они предлагали нашим журналистам за счет своих компаний. Нам отказывались выставить счета, над нами откровенно потешались: тоже мне, принципиальные! Мы, однако, гнули свою линию и никуда не ехали, когда знали, что возможность оплатить поездку существует, но нам в этом отказывают. Возможно, мы упустили несколько неплохих тем, которые могли бы осветить. Но постепенно к нашим правилам привыкли и начали их – и нас – уважать, часто даже не вполне понимая, почему мы так настаиваем на формальном, казалось бы, атрибуте беспристрастности – праве и обязанности редакции платить за своих сотрудников.

А настаивали мы по нескольким простым и прозрачным причинам.

Во-первых, бесплатный сыр бывает только в мышеловке. И пиарщики это прекрасно понимают, когда куда-то везут журналистов, селят их в гостиницу и развлекают за свой счет. Человек так устроен, что если кто-то сделал ему приятное, отплатить ему черной неблагодарностью становится морально труднее. Механизм, который включает в голове журналиста самоцензуру, тонок. Его действие даже не всегда можно описать словами. Но любой самый циничный писака немного подтаивает, когда его везут на условное Адриатическое море – хоть с пляжными, хоть с образовательными целями.

Во-вторых, сама ситуация, в которой журналист признает, что сам он и его редакция слишком бедны, чтобы оплачивать поездки, вредна для репутации журналиста и издания. Даже если зарплата репортера и редакционный бюджет по-настоящему жалки, внешний мир не должен видеть в журналисте полуголодного попрошайку, а в редакции – контору, которая за деньги пойдет на все. Оказаться в положении человека, которого подкармливают из жалости, – значит потерять возможность общаться с источниками на равных, а не с позиции подчиненного или, чего доброго, попрошайки. Если редакция не в состоянии поощрять сотрудников поездками, она не может делать это и за чужой счет, иначе она становится, ничего не поделаешь, должником тех, кто берет на себя ее социальную ответственность. И нет, дармовые поездки, обеды и прочее – не привилегии журналистской профессии. Это одна из ее опасностей: привыкнув к такой подкормке, журналист теряет способность писать по-настоящему эксклюзивные тексты, потому что ест с руки у самых легкодоступных (и потому эксклюзива не поставляющих) источников – пиарщиков.

Отсюда – в-третьих: читатели легко обойдутся без одиннадцатого текста из какого-нибудь пресс-тура, раз уж десять человек не смогли противиться соблазну поехать. Тема, за описание которой раздадут бесплатные билеты на самолет, вообще чаще всего не заслуживает освещения. С другой стороны, можно ли сделать качественный материал о телемедицине без поездки в Хорватию за счет сотового оператора? В этом вопросе – а конкретно, в слове «телемедицина» – содержится и ответ. Если можно ставить диагнозы и даже оперировать по сети, то уж собрать об этом материал, пользуясь современными средствами коммуникации, тем более не проблема. Если бы на тексты о телемедицине в

момент поездки по какой-то причине существовал гигантский читательский спрос (которого, конечно, не было – новостной повод отсутствовал), журналист, оставшийся дома, мог бы первым выпустить такой текст, оставив «туристов» с носом. И так с любым пресс-туром: каждый опытный редактор знает, что материалы получаются лучше у тех, кого не водят строем.

В-четвертых, пиарщикам вообще нельзя верить. Никогда. Подробнее об этом – в одной из следующих глав, в которой пойдет речь об отношениях с источниками.

К чему я все это рассказываю? Да к тому, что жизнь сознательного ремесленника – это постоянное самоограничение. Денег у журналистов, как мы уже знаем, обычно немного. Я вовсе не предлагаю заменять их гордыней, хотя она, конечно, серьезное подспорье в борьбе с низменными соблазнами. Предлагаю иное: думать о нашем главном богатстве – свободе писать правду о ком и о чем угодно.

Я часто слышал от журналисток, которых призывал платить за себя, оказавшись с источником в ресторане: «Да ты с ума сошел, я ведь девушка, кто мне даст платить! И вообще, ты что думаешь, я продаюсь за чашку кофе?» И приходилось занудно втолковывать: ты в этих ситуациях никакая не девушка, а репортер, и можешь внятно это объяснить человеку, не дающему тебе платить по счету. И нет, я не думаю, что за чашку кофе можно купить статьи или, допустим, секс. Но почему мужчины водят девушек, а источники – журналистов в рестораны? Они надеются вызвать к себе расположение. Умные – не торопятся, не лезут сразу в лифчик и не требуют лизоблюдских текстов. Но хотят они, знает каждая девушка, всегда одного и того же.

Кстати, о сексе. Все в том же кодексе The New York Times говорится: «Романтические отношения с источником создают видимость и, вероятнее всего, реальность пристрастности. Сотрудники, вступающие в близкие отношения с потенциальными фигурантами материалов, которые они пишут или редактируют, должны в частном порядке сообщать об этом ответственному менеджеру ньюсрума. В некоторых случаях потребуются только это. В других сотрудники должны будут взять самоотвод от некоторых тем. Иногда потребуются изменить задание или сферу освещения».

Девятнадцать лет назад мне пришлось посвятить редактора в мои отношения с сотрудницей аппарата Госдумы, – я был тогда парламентским репортером. Это было ужасно неприятно, но полезно. Потому что, конечно, я никогда не написал бы текст, который мог бы навредить моей подруге. Зная это, редактор тактично поручал «скользкие» в этом отношении темы кому-то из коллег. Рассорились мы с девушкой не из-за газетных текстов.

Уже совсем недавно, в качестве колумниста Bloomberg, я получил незадолго до рождества письмо: «Приближаются праздники, и мы хотели бы вам напомнить о строгой политике Bloomberg, которая запрещает принимать подарки, включая оплату счетов в ресторане, билеты, поездки. Наши сотрудники обязаны возвращать любые подарки отправителю невзирая на их стоимость... Нарушение этой политики сделает невозможным продолжение [трудовых] отношений».

Такой подход я считаю излишне строгим. Подарки к праздникам присылают абсолютно все компании, о которых регулярно пишет издание, и уж точно в нормальной редакции никто не фиксирует, кто что-то прислал, а кто нет. Подарки ценой до \$50, на мой взгляд, в порядке вещей. В «Ведомостях», например, мы их разрешали. В этом можно усмотреть противоречие с моими возражениями против «чашки кофе», но я его не усматриваю, потому что новогодние подарки – это массовая рассылка, а не личное одолжение.

Что делать, если подарок дороже \$50? Например, бутылка отличного коньяка или какой-нибудь полезный гаджет? Без колебаний оправлять обратно. В разных редакциях я делал это много раз. Другой приемлемый, на мой взгляд, вариант практикуется в Киеве, где журналисты выставляют полученные в подарок предметы на аукцион в Фейсбуке, а полученные деньги направляют на благотворительность. Но отправить назад – надежнее и быстрее. Обидятся? Раньше надо было думать. Да и не могут пиарщики обижаться иначе как понарошку: строить отношения с журналистами они обязаны по работе. Ничего, переживут.

Впрочем, подход Bloomberg тоже нельзя не уважать: он совсем упрощает дело. Понятно, что возвращать подарки родственникам никто не заставляет; но уж от источников лучше не принимать вовсе ничего, чтобы не было даже минимальных подозрений в конфликте интересов.

В этических кодексах серьезных СМИ есть еще много всего интересного: и о запрете на спекуляцию ценными бумагами, и о нежелательности владения акциями в секторах, о которых пишешь (и в которых поэтому лучше всего разбираешься), и о том, что нельзя оказывать никакие платные услуги тем, о ком пишешь или можешь написать. Незадолго до выхода «Ведомостей» мне позвонила знакомая из консалтинговой компании McKinsey и попросила помочь отредактировать русский перевод одного доклада. Сроки поджимали, плата – 100 % вперед – была весьма соблазнительной, и я не только взял заказ, но и разделил его с двумя коллегами по будущей редакции. Мы отредактировали текст. Отправив его по электронной почте, я оглянулся на коллег и увидел, как мой зам и старинный товарищ Саша Гордеев качает головой. «Про этот доклад писать надо, – подтвердил он мои опасения. – Давай вернем деньги».

Мы тогда были, мягко говоря, небогаты. Для еврея возвращать уже полученные деньги – в любом случае мало с чем сравнимая боль. Но Саше и раньше приходилось играть роль моей внешней совести, и я понимал, что он прав.

Когда я привез конверт с деньгами в офис McKinsey, тогда еще на Сивцевом Вражке, у меня поначалу не хотели его брать – смотрели, как на сумасшедшего. К чести консультантов, они быстро поняли, почему мы отказались от платы. «Ведомости» получили эксклюзивное право на публикацию отрывков из доклада, в котором сравнивалась производительность труда в России и других странах, – интереснейшего материала, который лег в основу многих дальнейших исследований на эту тему.

Многие говорили мне, что правила из этических кодексов – это всего лишь догмы, нормы, которые жизнь делает гибкими. Я с этим не согласен, потому что прожил довольно длинную жизнь в рамках этих норм и, что гораздо важнее, видел десятки других людей, для которых этический кодекс нашего ремесла – не пустой звук. Я помню все случаи, – их можно пересчитать на пальцах одной руки, – когда мои действия могли этому кодексу противоречить. Выпив, я возвращаюсь к ним и иногда осуждаю себя, а иногда пытаюсь оправдать.

Возможно, это звучит самодовольно, но если бы не постоянное самокопание и вечная сверка всех действий с кодексом, я к сорока годам вряд ли смог бы себя уважать – и вряд ли был бы намного богаче.

С другой стороны, оказавшись вне профессии, кодекс можно не соблюдать. Грабь, жги, убивай, насилуй! Еще один повод хорошенько подумать, стоит ли связываться с неудобным ремеслом.

4. Как заявлять тему

Если, прочитав предыдущие главы, вы все еще хотите заниматься журналистикой, имеет смысл перейти к разговору о технической стороне ремесла. В этой и нескольких следующих главах речь пойдет о приемах сочинения текста. Где бы мы ни работали – на телевидении или радио, в остатках печатной прессы, в онлайн-СМИ – наша продукция это, в конечном счете, текст, написанный для чтения или восприятия на слух, и картинки, движущиеся или статичные. При этом текст, конечно, первичен.

Сейчас много говорят об универсальности современного журналиста: техника стала проще, дешевле и дуракоустойчивее, так что теперь любой может при определенном старании сам снимать на фото и видео, записывать звук, редактировать записанное, делать инфографику. Я тоже в это верю и приобрел некоторые «побочные» навыки – только видео не умею, потому что у меня к нему душа не лежит. Все-таки читать и разглядывать статичные картинки – намного быстрее, чем усваивать то же количество информации на

слух. Телевидение – и вообще видеоконтент – пожирает время, как ни одна другая технология передачи информации. Телевизор у меня только для детских мультфильмов, а на компьютере и мобильных устройствах я смотрю видео только в двух случаях. Во-первых, когда пьяный участвую в YouTube-вечеринке (не все ровесники, наверное, знают, что это такое, – это когда люди в компании по очереди ставят любимые клипы). Во-вторых, когда словами то, что случилось, как следует не передашь. Так было, например, с метеоритом, пролетевшим над Челябинском в 2013 году: не посмотрел видео – не понял, как это было. Или, скажем, объявление Владимира Путина и его жены о скором разводе: важно ведь, с какими интонациями они говорят, как смотрят друг на друга.

Такие события, однако, редки, и большая часть картинки в телевизионных новостях, да и в любых программах, – шлак, который просто замедляет нашу жизнь. Смысл демонстрируемого на экране – в тексте.

Текст, который произносит теле– или радиожурналист, в идеале должен хорошо читаться с листа: многие именно так и будут его потреблять. Не зря, например, радиостанция «Эхо Москвы» и телеканал «Дождь» транскрибируют свои эфиры и выкладывают на сайты. Что бы ни говорили телевизионщики и радиодиджеи про особенности текста, написанного в первую очередь для произнесения, а не для чтения, – эта специфика гораздо менее важна, чем общие для всех сред смысловые, структурные, да и просто языковые правила.

Первое из этих правил –

ПИСАТЬ ТОЛЬКО О ТОМ, О ЧЕМ БУДУТ ЧИТАТЬ.

В прежние, преимущественно бумажные времена в этом месте была бы глава о том, что такое новость. И в этой главе было бы суровое предупреждение, как в моей любимой книжке про ремесло – «Универсальном журналисте» Дэвида Рэндалла: «В тот день, когда вы начнете считать информационные сообщения товаром, рыночные характеристики которого можно просчитать, – в этот день вы перестанете быть журналистом. В какой-то момент чрезмерное потакание тому, что вы считаете читательскими предпочтениями, обернется отфильтровыванием и отбрасыванием сюжетов, идущих вразрез с читательскими предрассудками, или изъятием „лишних“ элементов сюжета, вроде контекста, объяснений и оговорок... Развенчивать общественные мифы и бросать вызов удобным теориям – в этом отчасти состоит миссия журналистов. Вам не удастся ее выполнить, если вы чересчур беспокоитесь о реакции читателей, слишком стараетесь их угодить».

Почти всю свою профессиональную жизнь я был согласен с Рэндаллом – с которым, кстати, мне довелось работать в московской компании Independent Media, для которой опытный лондонский редактор когда-то и написал свой учебник. Он был маленький, похожий на лепрекона, краснолицый человечек с взрывным темпераментом и непреодолимой страстью к пышным блондинкам и выпивке – настоящий журналюга старой флит стритовской школы. Таких теперь почти не осталось. Но я отвлекся.

Теперь поучение Рэндалла устарело по той простой причине, что редакторам СМИ больше не надо гадать, чего хочет, а чего не хочет читатель. У него теперь есть Интернет, в котором каждый чих пользователя регистрируется и анализируется. Современный редактор, в отличие от своего предшественника из XX века, абсолютно точно знает, какие тексты в его издании читают, а какие нет. Пренебрегать этим знанием, чтобы плыть против течения, имеет смысл только в порядке эксперимента.

Как редактор, я всегда готов разрешить эксперимент репортеру, который по-настоящему верит в предложенную им тему, но не может как следует объяснить, почему его текст заинтересует аудиторию издания. Я предлагаю поспорить на какую-нибудь мало-мальски значимую для репортера сумму денег, что текст прочтет заметное число читателей. Обычно репортеры на это не идут, отвечают что-то вроде «Я не играю в азартные игры» или «Ну, на деньги я спорить не готов, я их тут зарабатываю, а не просаживаю».

В этом случае действует старое правило, которое газета «Ведомости» позаимствовала

для своей внутренней Догмы опять же у англичан – коллег из Financial Times:

НОВОСТЬ – ЭТО ТО, ЧТО ТАКОВОЙ СЧИТАЕТ РЕДАКТОР.

Редактору нужно, чтобы сайт хорошо посещался, а бумажную версию покупали. Поэтому он редко готов грести против потока. В условиях переизбытка информации, если журналист не способен сразу заинтересовать читателя своим текстом, полезность этого текста будет равна нулю, какие бы ценные откровения в нем ни содержались.

Из этого следует не бесперспективность поиска новых, необычных для издания тем, а необходимость ПРОДАВАТЬ редактору тему каждого текста. В американских СМИ, где я когда-то изучал редакционный процесс, – в Newsweek и The Wall Street Journal, – журналисты пишут развернутые заявки, чтобы редактор понял, почему та или иная тема «полетит». Теперь есть возможность приложить к заявке статистику читаемости текстов на близкие темы, и эта статистика может стать для редактора определяющим фактором.

Я убежден, что репортеру нужно пристально следить за тем, какие ключевые слова в заголовках его текстов вызывают интерес, изучать «тепловую карту» сайта, чтобы понять, как на читаемость влияет позиция материала на странице, и отслеживать время, которое читатель проводит с материалами. Если оно так мало, что нормальный человек не может осилить ваш материал так быстро, значит, кроме заголовка, читателя ничто не зацепило. Когда статистика накопится, вы будете точно знать, чего надо делать побольше, а что – совершенно бессмысленно при всей ценности лично для вас.

Техническая цель – добиться, чтобы читаемость каждого вашего текста была выше средней для вашего издания. Если к этой цели стремятся все, посещаемость сайта постепенно растет.

Вы можете быть убеждены в важности решения условной компании «Трансконтейнер» выйти на новый для нее киргизский рынок, но если подобные истории хронически набирают на вашем сайте какие-нибудь 20 или 50 просмотров при среднем результате в 3000, вы работаете вхолостую.

Отслеживать такие вещи применительно к собственным текстам – важная часть ремесленного самосовершенствования. Эту работу не надо оставлять редактору. Он тоже наверняка старается ее делать, но он один, а репортеров и тем много, и погрешности восприятия неизбежны. Если у вас есть статистика и вы ее проанализировали, это облегчит работу и редактору, и вам.

Что делать, если статистики пока нет – издание новое или, допустим, «ваша» тема в нем до вашего прихода в редакцию провисала или вовсе не освещалась? Или, к примеру, издание пытаются повернуть лицом к новой, пока не до конца понятной редакторам аудитории? В этих случаях приходится «лететь по приборам». Есть несколько старых, докомпьютерных тестов, которые помогают выбрать тему и удачно заявиться.

Кстати, даже если статистика есть, но при этом новая, нетипичная для вас или для издания тема эти тесты проходит, хороший редактор с большой вероятностью примет ее, и тогда пугалка Рэндалла – мол, пойдете на поводу у общественного вкуса – перестанете быть журналистом, – не работает.

1. «Кулерный тест». Представьте себе для начала, как вы рассказываете вашу историю коллеге из другого отдела возле редакционного кулера. Как реагирует коллега: смотрит на вас, как на идиота, вежливо кивает, оживляется и начинает задавать вопросы? Теперь вообразите себе читателя, остановившегося поболтать с коллегой возле кулера в своем офисе – или где там ваши читатели останавливаются поболтать с коллегами. Станет он рассказывать вашу историю? Если для положительного ответа не надо нереалистичных допущений – например, что среди ваших читателей непропорционально много конкурентов «Трансконтейнера», которые будут с жаром обсуждать его выход на киргизский рынок, – заявка может жить.

2. «Заголовочный тест». Можно ли к тексту написать заголовок, на который

гарантированно кликнут, но при этом, начав читать текст, не почувствуют себя обманутыми? Роль заголовка теперь гораздо выше, чем в доинтернетные времена, когда читатель газеты видел не только заголовок, но и весь текст, и взгляд его мог случайно упасть куда-нибудь в середину статьи, а оттуда уже перебраться к началу. Теперь только заголовок в большинстве случаев и видно. Так что хороший способен сделать читаемым средненький текст, плохой – погубить любой шедевр. О том, как можно писать заголовки, речь пойдет в отдельной главе.

3. «Звездный тест». Есть ли в тексте фигуранты, известные читателям? Персоны или бренды, которые для читателей важны? Если есть, это уже полдела. Если нет, надо думать, можно ли описать неизвестных персонажей через известных. Когда я пишу колонку в Bloomberg про Павла Дурова или Ксению Собчак, я описываю их, как русских «двойников» Марка Цукерберга и Пэрис Хилтон – иначе их американской аудитории не продать. А так – читают и даже выводят в топ самых популярных текстов.

4. «Денежный тест». Фигурирует ли в вашей истории какая-нибудь огромная сумма денег? Большие числа впечатляют. Гораздо интереснее рассказывать о том, как чиновники украли миллиард долларов на строительстве дороги, чем о том, что при строительстве была нарушена технология.

5. «Тест на странность». Есть ли в вашей истории какой-нибудь курьез, анекдот, нечто необычное? Старая журналистская мудрость гласит: собака покусала человека – неинтересно, иное дело – если человек собаку. Заголовок «Пензенский чиновник, худея по поручению губернатора, слегка поправился» невозможно пропустить просто в силу его курьезности.

6. «Тест на вовлеченность». Касается ли ваша история напрямую ваших читателей? Как она влияет на их жизнь?

7. «Тест на страх». А много ли в вашей истории крови, трупов, уголовщины, ненависти? Сколько бы ни были сторонники «позитива», что сообщения о всяческой крови и грязи плохо влияют на их нежную психику, плохие новости всегда сильнее хороших – оставляют более глубокое впечатление. Многим памятна история с Игорем Зюзиным, гендиректором металлургической компании «Мечел», по болезни отсутствовавшим на совещании с участием Путина. Премьер (дело было в 2008 году) заявил, что «Мечел» слишком дешево продает металл на экспорт, а к Зюзину пообещал «прислать доктора». Акции компании рухнули на 30 %. Через год Путин закрыл гештальт, похвалив исправившегося Зюзина, – котировки отскочили вверх меньше, чем на 5 %.

Применить все эти тесты можно к любой истории, хоть деловой, хоть криминальной, хоть глянцевай. Главный из семи тестов – конечно, «кулерный». Людям свойственно обсуждать либо то, что их прямо касается, либо материи, позволяющие им казаться информированными и умными. Сколько бы ни твердили СМИ в своей рекламе, что они способствуют принятию правильных решений, они в первую очередь помогают читателям поддерживать светскую беседу. Решения, конечно, тоже возникают по мере «переваривания» прочитанного, но этот механизм тонок и индивидуален. Самая прямолинейная польза, которую издание может принести читателю, – возможность блеснуть в разговоре, не показаться дураком, не пропустить важную тему, которую все будут обсуждать. Поэтому остальные шесть тестов – дополнительные к «кулерному». В идеале история должна проходить два теста: первый и любой из остальных. Если проходит – можно заявлять, подчеркивая в заявке именно те ее стороны, которые позволили пройти тесты.

Есть ли среди признаков хорошей истории эксклюзивность? Или, скажем, первенство среди СМИ – ведь теперь любую новость подхватывают через минуты после ее появления все равно на каком ресурсе, будь это хоть Fognews, на котором все истории выдуманные?

С точки зрения читателя – нет. Он прочтет историю там, где привык читать новости, или там, куда приведет его ссылка из соцсети. То есть, с высокой вероятностью, не там, где она вышла изначально. Проследить новость к источнику – инстинкт журналиста. Читателю это ни к чему, достаточно и ссылки – а и без нее большинству нормально.

Когда-то в стародавние времена эксклюзивность продавала газеты. Теперь – больше нет. Ссылаться больше всего будут не на того, кто написал первым, а на того, кто написал интереснее – или просто вывесил текст там, где трафик больше.

Впрочем, редактор всегда будет требовать эксклюзива. Как еще ему поддерживать журналистов в тонусе, стимулировать их к конкурентной борьбе с коллегами из других изданий? Да и само понятие «эксклюзив» сложнее, чем просто умение успеть первым. Эксклюзивным может быть угол зрения, под которым рассматривается уже отыгранная другими тема, или анализ, или ход размышления, который приводит журналиста по цепочке источников к совершенно другим, чем у коллег, выводам. Это, пожалуй, восьмой тест – на добавленную стоимость. Но, в сущности, требовать от заявки, чтобы она проходила и его, теперь ни к чему: остальных семи достаточно, чтобы редактор принял тему. Восьмой – вишенка на торте. Без которой лично мне всегда будет грустно.

В конце «практических» глав этой книги будут небольшие задания типа «проверь себя». Вот первое из них.

ПРОТЕСТИРУЙТЕ темы с главной страницы Lenta.ru, оказавшиеся на ней между 17 и 18 часами 21 июня 2013 года. Какие тесты они проходят, какие нет? Какие из этих текстов имело смысл писать? Как можно изменить заявку, чтобы ее «купил» редактор?

1. Государственная Дума приняла во втором и третьем чтениях закон о борьбе с пиратским распространением фильмов и сериалов в Интернете.

2. Президент России Владимир Путин предложил Общероссийскому народному фронту разработать механизм защиты прав заемщиков.

3. В США закрылось общество христианских миссионеров Exodus International, которые ставили своей целью заставить гомосексуалов по всему миру изменить свою сексуальную ориентацию и начать отношения с партнером противоположного пола.

4. Главный тренер питерского «Зенита» Лучано Спаллетти дал согласие на переход полузащитника лондонского «Арсенала» Андрея Аршавина.

5. Писатель Захар Прилепин обвинил газету «Аргументы и факты» в искажении его слов. Об этом он написал в Facebook 21 июня.

6. Государственная дума РФ приняла во втором чтении законопроект об обеспечении порядка и безопасности при проведении официальных спортивных соревнований, более известный как законопроект «о болельщиках». Штрафы за нарушения во время матчей увеличены с 1000 до 10 000 рублей.

7. Вопрос организации первичного размещения акций «ВКонтакте» на бирже больше не актуален, заявил генеральный директор подконтрольного Алишеру Усманову USM Holding (владеет 39,99 процента соцсети) Иван Стрешинский.

От себя добавлю, что вижу в этом списке по крайней мере две темы, на которые не стал бы тратить время, – номер два и номер пять. Почему я так считаю – теперь и вы можете догадаться.

5. Самокопание автора

Ремесло журналиста – про задавание вопросов. В конечном счете, то, что собрал репортер, худо-бедно приведет в порядок редактор. Но если репортер не задал ключевых вопросов сперва себе, а потом, как следствие, своим источникам, это невозможно починить.

В 1994 году я работал репортером в московской англоязычной газете The Moscow Times. Из нее вышли многие нынешние звезды западных СМИ, от одного из «лиц» CNBC Стива Лисмана до огненного колумниста Rolling Stone Мэтта Таиби. Всех коллег по тому скромному ньюсруму, сделавших впоследствии блестящую журналистскую карьеру, и не упомнишь. Заместителем главного редактора в то время работал у нас Джей Росс, семидесятилетний ветеран агентства Associated Press, прозванный русскими сотрудниками «Женя Розовый». Он и вправду был такой розовощекий, уютный седовласый дедушка, которому приходилось увеличивать буквы на экране Mac Classic до двадцатого кегля, так что даже короткий текст растягивался на полтора десятка экранов. Репортеры терпеть не могли сдавать тексты Джейу: редактировал он медленно, вдумчиво, заставляя репортера иной раз и час стоять у него за плечом и постоянно задавая уточняющие вопросы. Нам часто казалось – глупые. «Старый маразматик», – цедили мы сквозь зубы, пока Джей менял абзацы местами, возвращал в исходное положение, потом, наконец, вырезал полностью.

Петя Юдин работал у нас криминальным репортером. Высокий, статный, любимец всех девушек, он после пятничной попойки мог расплатиться с таксистом ударом кулака, но криминалом занимался не поэтому, а благодаря способности общаться с ментами на их языке. (Теперь он главный пиарщик в московском офисе Ernst&Young; дороги коллег извилисты и непредсказуемы). Как-то раз Петя написал проходной текст про заказное убийство какого-то бизнесмена – такие в Москве случались по несколько раз в неделю: дождались у подъезда, расстреляли в упор, версия о связи убийства с профессиональной деятельностью жертвы проверяется. Сегодняшний бизнесмен вышел погулять с собакой и поймал автоматную очередь. Обычное дело, 300 слов на пятую полосу.

Джей долго читал текст, перемещал абзацы, шевелил губами. Петя переминался у него за спиной: пора было забыть про несчастного коммерсанта и выпить. Вдруг Джей повернулся к Пете и произнес: «А знаешь, что спросила бы моя жена? Что случилось с собакой?»

Петя даже не понял сначала, о чем речь. А осознав, кинулся звонить ментам, но те тоже не знали, куда делась собака, с которой вышел из дома злополучный бизнесмен. След остыл, поздно было спрашивать. Так и вышел текст, к разочарованию Джея, без собачьей судьбы. Я уже 20 лет вспоминаю и пересказывают этот случай. What happened to the dog – это вопрос, значение которого невозможно переоценить: ответ на него превращает дежурный опус в настоящий журналистский текст.

Как понять, все ли вопросы вы задали источникам? Как и в случае с заявкой, нужно с пристрастием расспросить самого себя.

Самый подробный из виденных мною вопросников для журналиста, собирающегося сдать текст, сочинил лауреат Пулитцеровской премии Дональд Меррей, колумнист The Boston Globe. Последняя колонка 82-летнего журналиста и преподавателя словесности вышла за пять дней до его смерти в 2006 году.

Вот вопросы Меррея в вольном переводе. Вообще-то он их придумал, чтобы помочь репортерам писать хорошие первые абзацы, но, на мой взгляд, они полезнее, чтобы понять, есть ли у вас текст вообще.

1. Что самое главное должен читатель узнать из вашего текста?
2. Что в вашем тексте заставит читателя прочесть приятно отрывок вслух?
3. Что вас удивило, когда вы собирали материал?
4. Есть ли в тексте короткая история, отражающая суть текста?
5. Есть ли у меня образ, раскрывающий суть текста?
6. В чем конфликт?

7. Как повлияет то, о чем я пишу, на моих читателей? (Ответ на вопрос «Ну и что?».)
8. Что, собственно, произошло?
9. Зачем кому-либо читать этот текст? (Еще один ответ на вопрос «Ну и что?».)
10. Есть ли у вас метафора, отражающая суть текста?
11. Где происходит действие?
12. Каков ГОЛОС, которым рассказывается ваша история?
13. Есть ли у истории ЛИЦО?
14. Где точки напряжения в вашей истории?
15. Есть ли у вас цитата, выражающая суть истории?
16. Какие элементы истории связаны между собой и как?
17. Какова структура текста?
18. На какие ключевые вопросы отвечает текст?
19. В какой форме лучше всего рассказывать историю? (Интервью, репортаж, фото с подписью, инфографика, видео и т. д.)
20. Есть ли у меня одна-две конкретные детали, раскрывающие значимость истории?
21. Какова предыстория вашей истории?
22. Какие проблемы вам надо решить при написании текста?
23. С какой точки зрения лучше всего рассказывать историю?
24. Каково центральное событие текста?
25. Каково МОЕ мнение об этой истории?
26. Надо ли мне вообще рассказывать эту историю?
27. Почему случилась эта история?
28. Какова последовательность событий?

В этом списке, на мой взгляд, прекрасно все, начиная с его хаотичности. Меррей задает вопросы в совершенно произвольном порядке, и это правильно, потому что сочинение текста – это все-таки творческий процесс. Ремесло – это ведь никогда не чистая техника; Антонио Страдивари начинал учеником мебельщика, который сделал из него прекрасного столяра и мастера инкрустации, но этим дело, к счастью для скрипичных виртуозов, не ограничилось.

Задавайте себе вопросы в том порядке, в котором они приходят вам в голову. Главное – не останавливаться, пока вопросы не кончатся.

Самое важное в списке Меррея – отношение к тексту как к истории, к связному рассказу. Сейчас многие журналисты, которым кто-то вдолбил структурные догмы про «перевернутую пирамиду» и прочие устаревшие глупости, собирают текст из не связанных между собой абзацев:

МОСКВА, 10 июня – РИА Новости. Пятиэтажный жилой дом обрушился в понедельник в центре индийского города Мумбаи, информации о погибших и пострадавших пока нет, сообщает интернет-сайт индийского телеканала [NDTV](#).

Представитель пожарной службы сообщил агентству [Франс Пресс](#), что на месте ЧП идет спасательная операция. «Мы не знаем, сколько людей блокированы внутри», – сказал пожарный. Вместе с тем канал NDTV со ссылкой на местных жителей сообщает, что внутри рухнувшего здания могут находиться по меньшей мере 20 человек, в большинстве – дети и пожилые люди.

Как отмечает NDTV, с воскресенья в Мумбаи идут сильные ливни, которые привели к переносу поездов и авиарейсов.

Из этого текста нельзя понять, почему рухнул дом и есть ли какая-то связь между этим событием и ливнями в Мумбаи. Между тем настоящий журналист – пусть и заброшенный злою судьбой на ленту государственного новостного агентства – постарался бы рассказать все по порядку (вопросы № 8, 16, 28). Да, потратил бы чуть больше времени и наверняка навлек бы на себя гнев начальства, явно установившего за чем-то план по валу. Но сделал бы свою работу.

Даже такой короткой истории нужны точка зрения, голос, точка напряжения, яркая

цитата, детали. Чем был примечателен рухнувший дом? (Вопросы № 3, 5, 6, 21, 27). Развалился ли он сразу или по частям, с чего все началось, что делали люди, застигнутые врасплох? (Вопросы № 20, 28). С чьей точки зрения мы смотрим на происходящее, чьими глазами – пожарных? Соседей? Чудом уцелевших жителей? (Вопросы № 12, 13).

Репортеры сейчас часто ограничиваются дежурным «получением комментария»: комментатор рассматривается не как живой человек, а как функция, некий говорящий автомат. Отсюда бессмысленная цитата пожарного в вышеприведенной заметке РИА Новости. В ней нет ни эмоции, ни смысла, ни детали, которая раскрыла бы сущность истории. Между тем люди на месте происшествия наверняка говорили что-то эмоциональное, человеческое, и это можно было бы отыскать в репортажах местного телевидения, чтобы хоть как-то передать атмосферу затопленного Мумбаи. Журналистика держится на человеческих историях, эмоциях, – в конечном счете это главное, ради чего люди читают периодику (об этом мы потом поговорим подробнее).

Понятно, что «ленточник» не заморочивается самокопанием: кто-то сказал ему как можно быстрее вываливать в публичный доступ что попало. Вышеприведенное сообщение почему-то было снабжено на сайте агентства красной пометкой «МОЛНИЯ», словно русскоязычный читатель только и дожидался вестей из Мумбаи. Об ответе на вопрос «ну и что» – в любой из двух упомянутых Мерреем разновидностей (вопросы № 7, 9) – здесь явно никто не думал.

Между тем именно этот вопрос – важнейший еще на стадии заявки. Если в ответ на ваш рассказ вы слышите «Ну и что?» от редактора, читателю он почти наверняка будет неинтересен, не прочтется, обернется напрасной тратой вашего времени. Именно поэтому Меррей возвращается к нему дважды с разных сторон.

Требование скорости не должно освобождать ремесленника от такой химеры, как совесть. А она всегда требует некоторого самокопания, пусть и в экспресс-режиме. Текст имеет право на существование, если у вас есть хорошие ответы как минимум на половину вопросов из «списка Меррея». Любую половину. И ответы на эти вопросы отыщутся лишь в том случае, если вы постоянно думали о них, собирая материал. Это можно делать, даже когда вы ни с кем не разговариваете, а роетесь в открытых источниках, пытаетесь скомпилировать короткую новость.

Я прекрасно понимаю, что новостники, поглощенные нелепой гонкой на скорость, – читателю абсолютно все равно, узнает он про падение мумбайского дома сейчас или через 15 минут, – не станут делать ничего из того, что я здесь советую. Я лишь пытаюсь показать, что и самый что ни на есть торопливо сляпанный проходной материал можно улучшить толикой авторского самокопания. Что уж говорить о более серьезных текстах, газетных (в старой терминологии) и тем более журнальных.

Поэтому давайте условимся, что, прогнав идею вашего текста через «заявочный» 7+1 тест, вы продолжите задавать себе уже более конкретные вопросы. А то ведь есть мастера красиво заявиться, вызвать у редактора всяческие мечты и ожидания, а потом к вечеру сдать текст, не имеющий ничего общего с исходной заявкой. Я всегда ненавидел репортеров, которые, применив к «продаже» темы все свое искусство убеждения, дальше теряют всякий интерес к основной задаче и механически пытаются выполнить заявку, даже если история, которую им удастся выяснить, оказывается куда менее интересной. В газетные времена такой подход постоянно приводил к «дырам» на полосах, которые надо было срочно чем-то затыкать. Задавая себя вопросы из списка Меррея на стадии сбора материала, можно не только лучше собрать текст, но и вовремя бросить собирать, если станет ясно, что искомая красота от вас ускользает.

Вопросы Меррея будут одной из центральных тем этой книги. Мы будем на них опираться в следующих нескольких главах, в которых речь пойдет о структуре текста.

А пока небольшое ЗАДАНИЕ. Зайдите на сайт вашей любимой бумажной газеты (ну или нелюбимой, все равно), откройте первый попавшийся текст и попробуйте разобраться, на какие из вопросов Меррея автор дал себе ответ. Бьюсь об заклад, что не насчитаете и

половины. Что в этом тексте вы сделали бы лучше? Что добавили бы, задав себе недостающие вопросы? Или, еще того лучше, – откройте свой собственный текст, которым гордитесь. На какие вопросы он не отвечает?

6. Просто клади кирпичи: новостной текст

На этом месте в традиционном учебнике могла бы быть глава про классическую «перевернутую пирамиду»: самая важная информация – в первом абзаце: Кто? Что сделал? Где? Когда? Почему? Как? Потом – прочая, менее важная информация, детали, цитаты действующих лиц. Наконец – всякое не очень важное, но «тоже интересное и по теме», например, предыстория.

Конец ознакомительного фрагмента.