

Человек-журнал

Главный редактор журнала «The New Yorker» Дэвид Ремник – о привычке читать и будущем медиаиндустрии.

«The New Yorker» – пожалуй, уникальное явление в журналистике и издательском мире. «Высококолый» журнал расходуется по миру более чем миллионным тиражом, его главред Дэвид Ремник последовательно отстаивает ценности традиционной журналистики, не желая следовать законам интернет-эпохи, которые вроде бы определяют отказ от слишком больших и сложных текстов. В конце прошлого года Ремник посетил Россию (где он работал корреспондентом в 1988–1991 годах), чтобы презентовать свою новую книгу «Мост. Жизнь и восхождение Барака Обамы», вышедшую в издательстве Corpus, и поговорил с Андреем Горяновым и Александром Кияткиным



– Что вы постоянно читаете? В СМИ, мы имеем в виду.

– Каковы мои медиа-привычки? Они одновременно и устоявшиеся, и эпизодические. Ponyatno? Каждое утро я читаю «New York Times». Читаю «New York Post», потому что нужно продолжать свое образование и не бояться чего-то абсурдного. Просматриваю «Wall Street Journal»... В общем, все типы газет. К сожалению, мир региональных газет сжался. Смотрю «Washington Post» – к сожалению, лишь иногда, потому что хотелось бы, чтобы она стоила более частого чтения. Смотрю и на какие-то российские вещи. Всегда случайно – просто когда друзья присылают мне

ссылки. У меня здесь много друзей, они часто присылают мне что-то: ты должен взглянуть на то, на это... Вот вчера в час ночи наконец прочел потрясающую речь Лени Парфенова на вручении ему премии. «Коммерсант» читаю. Эпизодически смотрю сайты. Например, если со Slon.ru что-то присылают... Но, вообще, мне приходится читать грандиозный объем всего. Не только то, что мы печатаем, но и то, что мы не печатаем.

– А как читаете? В бумаге?

– Как получится. «New York Times», например, мне приносят. А вот мои сыновья считают, что бумага – это смешно. А у меня perekhodniy period. Я вообще из переходного поколения. Я еще читаю в принте «New York Post», «Atlantic», «Times», «Harper's». А сайтов читаю великое множество – и просто забавных, и специальных.

– А можно вообще предсказать полное исчезновение печатных СМИ?

– О, подождите, подождите! (смеется) Ну что, значит, хороним принт, да? О`кей. Можно ли предсказать исчезновение? Я бы не хотел этого. Но мое мнение здесь ничего не значит. Как редактор я обязан быть готовым ко всем вариантам развития событий. Я печатаю миллион и еще 50 000 экземпляров в бумаге. Наш сайт вырос с уровня, который я бы назвал э-э-э... «spokoino», до 4-5 миллионов в месяц сейчас. И я абсолютно уверен, что со временем эта цифра удвоится. И изменения на рекламном рынке, конечно, идут рука об руку с этими тенденциями. А еще есть iPad, Kindle, iPhone – и это очень важно. Ну а если вернуться к смерти принта, то она придет первым делом за газетами. Просто потому что печатная газета – это далекая от совершенства технология (показывает неловкие движения при разворачивании и сворачивании газеты). Вот «New Yorker», который раз в неделю вы берете в руки, кладете в сумку – это неплохая технология. А будет или нет полная смерть принта... Это вопрос выбора. Вашего, вот того человека, вон его... А я не стану предсказывать, я не евангелист. Я редактор.

– Ну а какова роль журналиста в этом меняющемся медиа-мире?

– Та же самая.

– Но когда информацию можно напрямую получить от ньюсмейкера, когда столько всего появляется в блогах... Нужен ли в данном случае этот посредник – журналист?

– Я считаю, что всегда есть место для профессионализма, для интерпретации, анализа, для репортерской работы. Пресса – это не про «мессидж». Пресса – это про «прессование» (Press is about pressure). Давление, напор, репортаж, проникновение вглубь истории, выяснение – что правда, а что фигня. Это моя работа. Это ваша работа. Это не запись того, что кто-то там сказал, и пересказ.

– Ну вот сейчас пресса и развлекает, и информирует...

– А она всегда развлекает и всегда информирует. Это просто различия в технологиях и в особенностях.

– И вы говорите про информационную составляющую. А в том, что касается развлечения (а иногда и информации), кажется, пользовательский контент постепенно теснит СМИ.

– Интересное дело – я постоянно смотрю на пользовательский контент. И знаете, я не видел созданного пользователями Уотергейта. Появился бы он – это было б очень интересно! Но его пока нет. Есть разница в наборе на клавиатуре и в писательстве. В том, чтобы заниматься самовыражением, и в изложении истории. В том, чтобы блогерствовать, и в том, чтобы копать. Конечно, мы еще многих вещей не видим. Совершенно точно блоги стали выражением недовольства и свидетельствуют об уровне недовольства в том или ином случае, как ничто другое. Вы можете заглянуть в интернет и увидеть – о, людей в Брянке действительно заколебал уровень социального обслуживания! Вы можете заглянуть в интернет и увидеть, что людей заколебало новое производство, которое портит всю экологию. И вы можете сказать за это спасибо. Это очень интересно и это великолепный инструмент, связь между гражданами и журналистами. Я не недооцениваю его. Я слежу за ним, я пользуюсь им. И я занимаюсь тем, что называется профессиональной журналистикой.

– Что вы думаете по поводу directly funded journalism (когда журналистские расследования оплачиваются из специальных фондов, а не из бюджета изданий)? И, соответственно, о трансформации СМИ – от рекламной модели к некоему финансированию по принципу краудсорсинга.

– Да, это интересно, и есть богатые люди, которые финансируют журналистику. Есть у нас такая организация, называется ProPublica. Это фонд, который спонсирует журналистские расследования. Он берет деньги, мне кажется, от одной семьи и дает их журналистам, которые находят и делают истории. Потом дают их нам, «New York Times», сайтам, радио и так далее.

– Как насчет проверки фактов в этом случае?

– Интересный вопрос. У нас была история – как раз от ProPublica – о статуе Саддама Хусейна в Ираке, о том, как американские солдаты ее свалили. Тогда армия активно работала со СМИ, чтобы представить это как акт отказа от диктаторского режима. Репортер изучил то, как все освещалось телевидением, и то, как это происходило на самом деле. И, estestvenno, eto byla polnaya pokazukha. Они нам дали эту историю, которая показалась мне интересной и подходящей для «New Yorker». Мы проверяли факты, работали с репортером. И все были счастливы. Это был очень хороший опыт.

– Часто у вас такое бывает?

– Не слишком часто. Это только начало.

– Вы уже упоминали iPad, когда говорили о новых технологиях. И, наверное, вы знаете эту новую особенность в iOS5 – приложение «Киоск». После выхода iOS5 число подписчиков на журналы Code Naste в iPad взлетело.

– Хм... расскажите мне про это подробнее.

– «Киоск» – это такая интересная штука на устройствах Apple, которая собирает все журналы в одном приложении. Вы это приложение не можете ни удалить, ни спрятать. Так что в какой-то степени оно заставляет пользователей читать.

– Заставить кого-то читать может только он сам. Мой сын – студент Йеля. У него есть программа, которая

специально блокирует интернет и заставляет его трудиться – читать, писать и так далее. И мне интересно другое – то, как современная жизнь ограждает нас от чтения. Очевидно, что нам приходится предпринимать значительные усилия, чтобы просто читать. Чтобы прочесть роман, требуется несколько вечеров. Нужно выключить телефон, отложить все ваши девайсы и просто читать. Не отвечать на звонки, не делать то или это, а просто читать. В тихой комнате наедине с собой. Меня это беспокоит, думаю, всех беспокоит. Но мы должны это делать. Потому что такая активность – преобразование языка в образы и мысли в течение длительного времени, а не постоянное кликанье и перемещение туда-сюда – это совершенно особенный сложный тип человеческой активности. Не боюсь показаться старомодными и говорю, что это меня беспокоит куда больше, чем особенности оперативных систем. Потому что все эти хитрые инструменты – это часть моей повседневной работы. Но опыт вдумчивого чтения особенно важен.

– Так что насчет принуждения людей к чтению?

– Принуждения? Будете меня принуждать – я не буду читать! Учителя в школе принуждают читать – и я бы не сказал, что это очень весело. У этой страны совершенно странный и безумный опыт чтения в советский период. Американцы говорили – тираж журнала «Новый мир» миллионы и миллионы! А у нас «Paris Review», который тоже *tolstiy zhurnal*, – всего 5000! О Боже, «Знамя», «Наш современник» – громадные тиражи! Дело в том, что эта литература играла роль и литературы, и журналистики, и гражданского обсуждения, и социальной жизни, и так далее. Но когда система рухнула, вы смогли читать все, что хотите... и перестали читать. Солженицын перестал быть журналистикой. Он остался просто Солженицыным. И все эти позднесоветские клише, все эти 50 000 на поэтическом вечере кончились. Потому что перестали быть запретным плодом. И нас не должно смущать, что «большим» чтением увлекались три четверти страны. Сейчас это меньшинство, но это вполне ощутимое меньшинство. Это то меньшинство, о котором стоит думать, беспокоиться. Не могу все время беспокоиться о цифрах. И идея о том, чтобы заставлять людей читать... в конце концов, это не сработает. Может, я не прав, конечно... Но я не хочу, чтобы меня принуждали читать. Не хочу, чтобы меня принуждали к сексу или к приему пищи. Я хочу секса, хочу еды и хочу читать.

– Но вы наверняка хотите, чтобы люди читали "New Yorker".

– Хочу. Но не принуждать.

– А как?

– Быть великолепным. Да, да, я знаю, это звучит банально. Но это единственный ответ. Какой у меня есть выбор? Число слышимых голосов благодаря интернету сильно выросло. Пути дистрибуции стали очень простыми. Но количество глубокой, профессиональной, качественной журналистики не увеличилось. Я сейчас про Америку говорю. Я хотел бы большей конкуренции в своей среде. Я правда хотел бы. Но... Сейчас огромная конкуренция в том, что касается мнений. Очень много «а это вы видели?», «а как насчет этого?», «как насчет того?». Но в том, что касается тяжелой работы, времени, которое на нее тратится... нет.

– Наверное, потому что это очень сложная бизнес-модель.

– Очень сложная бизнес-модель! Могу сказать, опираясь на ежедневный опыт.

– Насчет новых технологий, того же iPad'а. Они ведь увеличили вашу аудиторию, не так ли?

– Безусловно, увеличили. Но все это пока в начале пути.

– Сколько у вас сейчас iPad-подписчиков?

– Есть два пути подписаться на iPad – либо вы имеете бумажную подписку и просто вводите свои данные, чтобы получать журнал на iPad, либо вы специально через него подписываетесь. Вот этих новых подписчиков... *voobsche, ya dumayu, gde-to 50*. Да, около 50 000. А тех, кто еще и бумажную подписку имеет, – где-то 150 000. Это только начало, но мы видим много новых фанатов нашего журнала. И потенциал у этого огромен. В частности, потому что вам не надо полагаться на почту. Когда несколько лет назад я был здесь, все говорили: «Нью-Йоркер»? Ну он придет на 3 недели позже, и это слишком дорого». Сейчас все меняется.

– Не кажется ли вам, что печатные СМИ проигрывают читателя в борьбе с телевидением?

– С вашим государственным телевидением? Нет, оно явно скучно.

– Я имел в виду глобально, не в России.

– Знаете, когда я рос – это 60-е и 70-е годы, было 3 телесети. Их все смотрели, они друг с другом конкурировали. Были региональные телестанции, но их даже в районе Нью-Йорка было 8-9. А потом их стали сотни и сотни. Они атомизировались, стали более специфичными. Либералы смотрят Джона Стюарта (ведущий сатирического шоу на канале Comedy Central), консерваторы – Fox News... И то же самое, кстати, творится в Сети. Это особенный феномен – каждый о своем. Это меня тоже касается. Я не говорю, что старая система лучше, она довольно скучна. Но вот этот недостаток обмена, проникновения, гражданского взаимодействия – он беспокоит.

– Насчет чтения длинных текстов в СМИ... Люди все еще читают их?

– О, это моя любимая тема! Потому что я редактор журнала, который известен своими длинными текстами. И когда интернет только стал серьезным фактором – годы назад – я разговаривал с людьми, которые были вовлечены во все это, я бы сказал, основателями Сети. И они говорили, что никогда никто уже не будет читать длинные тексты. И... это оказалось неправдой. Так получается, что на нашем сайте вещи, которые чаще всего привлекают наибольший трафик и, я полагаю, заставляют читателя ознакомиться с ними до конца, – это большие, уникальные образцы журналистики или публицистики. Мы опубликовали историю о сайентологии длиной 25 000 слов. 25 000 слов – это много. Это небольшая книга. И эта история была самой читаемой в нашем еженедельном журнале больше месяца. В общем, основатели сети ошиблись. Вы можете спросить – верно ли это для большинства. Но читает ли большинство «New Yorker»? «Анну Каренину»? Так что мы не будем сосредотачиваться на большинстве. Миллионы людей читают Фоменко. И что? Не хочу показаться фаталистом или циником, или кого-то обидеть, но нужно иметь в виду разный культурный уровень и разные аудитории.

– Кстати, о культуре. Мы ощущаем, что нет больше той Америки – «земли свободных и храбрых». Она как-то совсем иначе воспринимается.

– И как?

– Скорее – это все про бизнес. По крайней мере, такое ощущение у нас здесь. Что вы по этому поводу думаете?

– Один из ранних президентов сказал: «Дело Америки – это бизнес» («America's business is business», цитату приписывают президенту Джону Кулиджу). В этом ничего нового нет. И мы боролись с политиками, продвигающими бизнес-интересы, еще до появления Советского Союза.

– Даже некоторые российские бизнесмены, которые были либералами, считали, что на Западе все хорошо, сейчас меняют свою позицию. Мы часто слышим: «Смотрите, у них все как у нас, не больше демократии, чем здесь».

– Думаю, это не так. Главное различие – это судебная система. Мы можем говорить о недостатках американской системы и найдем их во множестве. Но есть судебная система – продукт 200-летнего развития, не говоря уже о предыстории, которая восходит к Англии и другим европейским странам. А у вас ее нет. Вы это понимаете, я это понимаю, даже Медведев это понимает. Он это сам признавал. И вот эта судебная система, даже с некоторыми ее недостатками, – это крупнейшее различие.

– Это не только российское восприятие, во многих странах задаются вопросом о «закате Запада», закате западной культуры.

– Ну зачем вы так с нами! (смеется) Мы – лишь скромная страна, которая старается как может. Это тема Фариды Закария, который говорит о закате Запада и подъеме остальных. Сейчас очевиден подъем Китая, подъем Индии. Россия на подъеме в большей или меньшей степени. В большей и в меньшей, я бы сказал. Но давайте все до комиксов не упрощать. Есть вещи, которые и правда являются проблемами в Америке – образование, права меньшинств, политическая система. Есть вещи в нью-йоркской жизни, которые мне кажутся неправильными. Например, метро. Это какая-то развалюха из XIX века, не справляющаяся со своими функциями, громкая и неудобная. Кусок металлолома. Но ситуация с Китаем, к примеру, отличается радикально. Сколько людей в Китае живет?

– Около 1,3 миллиарда.

– Сейчас, может, 300 миллионов имеют перспективы. Оставшийся миллиард борется за выживание таким образом, который знаком мало кому из американцев. То же в Индии. В Мумбае, Дели – там есть новый средний класс и очень богатые люди, но есть и невероятная бедность, и невероятно сложные системные

проблемы. И это будет иметь большее влияние на смену ландшафта, чем то, о чем вы говорите.

– **Спасибо, Дэвид.**

– Вам спасибо большое, это была самая интересная беседа за то время, что я здесь.

Автор: Артур Скальский © Slop.ru ОБЩЕСТВО, МИР 👁 2761 28.05.2012, 00:36 📄 405

URL: <https://babr24.com/?ADE=105933> Bytes: 15994 / 15702 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)