

**Мария Липман**

**Выступление на Круглом столе**

**«30 лет гласности: К чему пришли сегодня?»**

**17 марта 2015 г.**

Большая честь здесь присутствовать - особенно на мероприятии, посвященном уже почти 30-летней годовщине гласности. Прошло чрезвычайно много лет. Мне кажется, мы можем и должны поблагодарить Михаила Сергеевича Горбачева за ту политику, которую он проводил. И еще поблагодарить Михаила Сергеевича Горбачева, благодаря которому возникла гласность. Но при этом мы не должны забывать о том, что гласность стала результатом того, что сегодня называется «расколом элит». И часть элит во главе с Михаилом Сергеевичем изменила политику, которая существовала до тех пор, в частности политику в отношении средств массовой информации.

Это важно помнить. Потому что спустя тридцать лет хотелось бы несколько, как говорят, проблематизировать то, что произошло тогда, и то, что происходило на протяжении последующих лет.

Действительно, тогда все очень сильно изменилось. И возникла даже не столько журналистика, сколько возможность говорить на те темы, на которые раньше говорить было нельзя. Это не вся журналистика, безусловно. Потому что журналистика как репортерство, как конкурентная среда, как ремесло, в котором существует источник, существует правило обращения с ним и т.д., – все это стало возникать уже потом.

Я не согласна с тезисом Леонида Никитинского, что журналистику и СМИ нужно обязательно развести. Мне кажется, что есть эта сфера – сфера средств массовой информации, у которой есть разные аспекты, которые должны уживаться друг с другом. Если какой-то аспект в ней недоразвит или подавлен, то возникают серьезные проблемы.

Но если сказать просто, то есть аспект профессии, который делится надвое, - это, собственно, профессиональные навыки и профессиональные

стандарты, включая этические. Это индустрия, то есть журналистика или, как хотите, средства массовой информации как бизнес. Даже на самом раннем этапе, когда гласность или перестройка уже закончилась, а новые правила еще не установились, но уже произошла либерализация экономики, - рухнула подписка. Это было нам всем указанием, даже тем, которые не хотели про это думать и думали, что журналистика – это такое особое идеалистическое предприятие, и забывали, что журналистика существует на какие-то деньги, она должна их откуда-то получать и на что-то тратить...

С падением подписки, разрушением подписки, которое произошло сразу, как только поднялись цены, то есть с 92-го года, сама жизнь властно напомнила о том, что одно от другого абсолютно неотделимо: журналисты и журналистика должны существовать на какие-то средства.

Наконец, есть государство, его установление, его разнообразные учреждения, и есть общество. Все эти четыре элемента - два, входящие в состав, собственно, СМИ, и два, с которыми журналистика неизбежно должна взаимодействовать - образуют пространство средств массовой информации.

Если мы посмотрим на разные этапы с начала 90-х годов, то все развивалось с разной скоростью и было по-разному устроено. Если мы потом посмотрим на более зрелый период – середина-конец 90-х и 2000 годы и теперешний период, - все эти четыре компонента находятся в разном соотношении друг с другом.

Самый яркий пример для тех, кто постарше и помнит это - разница между «Независимой газетой» и «Коммерсантом». «Коммерсант» сразу строился на основаниях, в рамках которых было важно, что они финансово независимы, должны как-то сами зарабатывать. «Независимая газета» про это совсем не думала. Эти две модели и дальше можно проецировать на разнообразные средства массовой информации.

Если посмотреть на ремесло, я бы сказала, что были очень большие успехи. Долго говорить не буду, но, несомненно, были успехи. И, собственно, журналисты как таковые овладели этим ремеслом, и некоторые блестяще, даже довольно много кто. И не только ремеслом (репортеры или колумнисты), но и организацией средств массовой информации.

Что касается бизнеса, то действительно было там по-разному. А дальше есть чрезвычайно важный аспект – это взаимоотношения с обществом, с одной стороны, и с государством – с другой. Если мы посмотрим на взаимоотношения с государством, то был период, когда государство давало возможность средствам массовой информации заниматься своей работой и в нее не вмешивалось. В том смысле, что не ограничивало их свободу. Почему это было? Могут быть разные причины, в частности, например, потому что государство было недостаточно сильным для этого. Но и были причины, связанные с тем, что президент Ельцин, во многом, строил свою политику на противостоянии с коммунистами. И тем самым ценности, которых он придерживался, должны были быть не такими, как у коммунистов, и не такими, как было до сих пор.

Взаимоотношения СМИ с государством выстраивались в том смысле, что средства массовой информации существуют в демократическом государстве. Я напому, что поначалу образец был всегда западный. Так строилась, писалась российская Конституция, так строилась политическая система со сдержками, противовесами, разными партиями и т.д. Во многом так же строились постсоветские российские средства массовой информации, которые тоже опирались на западные образцы.

Это означает, что средства массовой информации являются общественным инструментом, который от лица общества добивается от власти, от государства подотчетности. И здесь возникают очень большие проблемы. Они возникали и в 90-е годы, но особенно сильно проявили себя уже в 2000-е, не говоря уже о том, что есть теперь. Потому что возможность

писать, транслировать, показывать и т.д. – это свобода выражения. Но это еще не свобода слова, это еще не общественный институт, который от лица общества от государства чего-то добивается.

Довольно скоро, как мы помним, в 2000-е годы вся политика оказалась под контролем государства. А те средства массовой информации, которые хотели оставаться негосударственными (тут дело даже не в форме собственности, а в том, какую редакционную линию они хотели проводить), могли что-то такое даже и расследовать, что-то такое публиковать, что-то такое писать, что-то такое транслировать и показывать. Но у них не осталось возможности сделать это политическим событием. Потому что парламент – под контролем. Потому что суды – несамостоятельны. И в этих условиях можно создавать новости, но нельзя создавать события.

Я бы привела один пример. В середине 2000-х годов газета «Ведомости» опубликовала подкрепленное документами расследование того, как был приобретен Юганскнефтегаз – главная компания внутри ЮКОСА Ходорковского. Приведенные документы и даже их факсимильные копии, которые были опубликованы в газете, свидетельствовали неопровержимо о том, что та сделка, которая была совершена при покупке Юганскнефтегаза, была незаконной, совершалась с большими нарушениями. Более того, это изобличало президента в том, что он заявил по поводу этой сделки, а именно, что она абсолютно чистая и осуществлена полностью по закону. Эффект – нулевой, совсем нулевой, никакой. Ни парламентского расследования, ни даже возмущения со стороны властей (это тоже реакция, в конце концов), которые стали бы это опровергать или преследовать журналистов. Нулевой эффект!

Это, мне кажется, чрезвычайно важный этап развития российских средств массовой информации, у которых уже хорошо было с бизнесом. Я имею в виду: бизнес-аспект, индустриальный аспект СМИ был уже хорошо развит и не хуже, может быть, лучших западных образцов. И неплохо было с

профессией. Всегда существуют какие-то черные овцы, какие-то люди или даже издания, которые нарушают этические нормы. Тем не менее, достаточно уже было журналистов, которые блестяще владели профессией или, по крайней мере, хорошо, профессионально занимались своим ремеслом.

А вот с отношениями с государством и отношениями с политикой было совсем иначе.

Наконец, последнее, о чем я хочу сказать. О взаимоотношениях с обществом. Потому что даже тогда, когда как будто бы особенных препятствий негосударственным средствам массовой информации не чинилось, то их тираж (если мы говорим о печатных СМИ), был очень ограничен. Наверное, отчасти он был ограничен платежеспособным спросом населения. Потому что все-таки это всё стоит денег. Подписка в России не имела таких скидок, какие она имеет там, где развит рынок средств массовой информации. Но я думаю, что дело не только в этом. Думаю, дело не только в том, что у граждан не хватало средств для того, чтобы заплатить за газету или журнал, которые они читали. Тиражи были чрезвычайно маленькими. На такие средства массовой информации, которые я бы называла негосударственными, то есть теми, которые строят свою редакционную линию, не обязательно руководствуясь желанием понравиться Кремлю, - оказался маленький спрос. Об этом тоже совершенно не надо забывать. Эта проблема существует и сегодня тоже. Потому что у нас очень трудная ситуация, у нас очень сильное давление властей, хотя у нас не «выжженная земля». Но у нас очень сильно сужено общественное пространство. У нас очень усугубилась политика государства в отношении автономной гражданской политической активности, а также средств массовой информации. Но повторяю: у нас не выжженная земля. И фактор общественного спроса – это тоже очень важный фактор.

Это я, собственно, к тому, чтобы проблематизировать. Не к тому, чтобы дать ответы, как надо поступить. Потому что организовать Клуб можно всегда – это не проблема, это приятно, особенно с единомышленниками.

Насчет лоббирующей структуры. Мне представляется странным такое предложение, потому что у нас в России нет закона о лоббизме. Лоббизм есть – закона нет. И понятно, чьи лоббистские усилия приводят к желаемому результату, а чьи – нет.

Я не предлагаю в этом смысле никаких рецептов, а предлагаю подумать, например, про эту самую сферу СМИ всю целиком и о том, какие в ней существуют проблемы.