

**Выступление на Круглом столе
«30 лет гласности: К чему пришли сегодня?»**

17 марта 2015 г.

Я не ожидал, что опять столкнусь с теми тезисами, которые произносили на разных конференциях журналисты-оборотни, я бы так сказал. Потому что я большую часть жизни писал заметки, управлял написанием заметок, а сейчас, последние десять лет, управляю медиа – бизнесом. Поэтому буду выступать еще и адвокатом дьявола.

Тогда, когда началась эта серьезная война, медиа-кампания была стороной конфликта. Сейчас невозможно себе представить, когда бы медиа-кампания была стороной конфликта. Сейчас все решается на одной стороне. Тогда мы были стороной конфликта. Это, конечно, другая история. Стало понятным, даже когда вышло 15 тысяч в защиту НТВ в Останкино¹.

Реплика. По самым смелым оценкам, 7 тысяч на Пушкинской площади². В Останкино был второй митинг, и он был меньше, чем на Пушкинской площади.

Бергер. Сейчас не суть. Народ выходил. Это только подтверждает ту мысль, которую я хотел повторить, которая была произнесена еще пятнадцать лет назад. Свобода слова, запрос на альтернативную информацию не входят в потребительскую картину российского гражданина. И это надо понимать.

Что же мы так упиваемся своей ролью и говорим: пожалуй, мы не четвертая власть, или мы четвертая власть. О чем мы говорим? Медиа-инструменты или медиа-субъект – это спортивный снаряд, как угодно, с помощью которого кто-то выделяет свои фортели. Но никто не подходит к этому снаряду. А снаряд не может победить на Олимпиаде. Какой бы

¹ Митинг в защиту телевизионного канала НТВ в Останкино состоялся 7 апреля 2001 г. 14 апреля 2001 года крупнейший частный телеканал НТВ перешел под контроль государственного концерна «Газпром»

² Митинг в защиту телевизионного канала НТВ на Пушкинской площади состоялся 31 марта 2001 г

чудесный не был турник, конь, беговая дорожка. Не может беговая дорожка победить. Может только спортсмен. А никто не подходит к снаряду. В этом же история. И вот беговая дорожка с конем друг другу жалуются: вот мы собрались, что-то никто не выходит.

Сегодня мне бы надо начать, конечно, с благодарности Михаилу Сергеевичу Горбачеву. Потому что, конечно же, журналисты были первыми бенефициарами его новой политики. Получили все и сразу. Это было, конечно, восхитительное ощущение. И вообще ощущение собственного величия могло возникнуть. Можно было бы написать заметку в тогдашней газете «Известия», ее бы прочитали 10 миллионов человек.

Я рассказываю студентам, что застал время, когда заметки в газетах могли быть национального масштаба. Это не повторится никогда. Но я об этом помню и могу рассказать.

Что сейчас, к чему пришли? Несколько эрозий. Цех, индустрия находится под воздействием как минимум двух эрозий. Первая эрозия этическая – возвращение к стандартной пропаганде, которая действует в неконкурентной среде. Пропаганда может быть везде: и в странах среднеразвитых, более развитых, может быть, даже развитых. Но там всегда есть конкуренция. У нас конкуренции нет ни в каких сферах, в том числе и в этой. Поэтому эрозия этическая – никто даже не объяснит, что это мерзкая, гнусная, неправильная и т.д. И эрозия просто историческая. Потому что средства массовой информации утратили монополию на формирование новостной, информационной повестки и т.д. Возникла так называемая, условно, народная журналистика. Я к ней отношусь специфически. Просто это повестка сегодняшней встречи.

Но в принципе не только журналисты являются источниками мнений, новостей и т.д.

И самое главное, о чем хотел сказать, - это бизнес. Если это не бизнес, это не журналистика. Это все, что угодно. Это как раз пропаганда, это миссионерство, это все, что угодно. Потому что медиа-компании, которые не зарабатывают на свою жизнь (я говорю как управляющий медиа-бизнесом), - самые зависимые или от государства, или от мецената, или от грантодателя, или от арендодателя.

Я обожаю «Новую газету» и просто желаю ей многих лет жизни. Но такой простой вопрос. Звучит ужасно. Всем повышают аренду. А означает ли

это, что аренда была в семь раз ниже рыночной? Но тогда извините, пожалуйста, но на это надо научиться зарабатывать на жизнь. Иначе, конечно, ты будешь зависеть от хорошего или плохого мэра. И тогда составляешь себе список: мэра не трогаем (как Леонтьев говорил, «в кепку не гадить»). Мэра не трогаем, этого трогаем. Потому что не он аренду выдает. Но тогда почему же мы выступаем при этом за высокие этические нормы, за высокие стандарты?..

Я просто хочу сказать, что если ты хочешь быть независимым – заработай на это. Это непросто в обществе, где никто не подходит к снаряду... Тогда нужно называть вещи своими именами. Потому что единственный продукт, единственный ликвидный товар, который производит любая медиа-компания, любой журналист, - это аудитория. Ничего другого нет.

Я думаю, что в этом смысле создание Клубов или чего-то, переписывание Хартии (Хартия отличная до сих пор, можно ее и не переписывать) не продвинет нас на этом пути. И единственное, что мы можем делать, - это капать на мозги. Всё.

Попытаться объяснить сначала маленькому числу людей, потом большему. Дело, мне кажется, безнадежное. Но я другим заниматься не умею, уже поздно перестраиваться. Капать на мозги. Попытаться вызвать у людей эту потребность, которая так нужна в обществе.

Давайте мы величественно будем себя представлять джобсами. Я имею в виду журналистов в целом и людей, которые занимаются медиа. У людей же не было потребностей в айфонах, потому что они не знали, что такое есть, что такое может быть. Но у нас, может быть, люди не знают, что, оказывается, бывает конкуренция идей, бывают альтернативные источники информации. Попробуем это создать. Будут мешать, будет сложно.

Но не надо забывать, что: а) мир материален, б) без отклика, без спортсменов бессмысленны стадионы. А мы, СМИ, к сожалению, именно этот самый инструмент, которым должны воспользоваться, кто-то может как угодно воспользоваться в борьбе за власть, в борьбе за идеи, за сторонников. А сама по себе медиа-среда не является ни политической партией, не инструментом создания светлого будущего. Это вообще-то вид экономической активности. Прошу об этом не забывать.