ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Е.Л. Вартанова, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой теории и экономики СМИ, декан факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: eva@smi.msu.ru

РЕДАКЦИОННАЯ НЕЗАВИСИМОСТЬ: ЗАРУБЕЖНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И РЕАЛИИ

В данной статье автор рассматривает проблему редакционной независимости как важной части профессионализма журналистов в контексте зарубежных концепций, выявляет внешние и внутренние факторы влияния на редакционную деятельность и профессиональные стандарты журналистов. Анализируются конфликты между нормативным подходом к пониманию независимости журналистов и редакции и реалиями современного европейского медиарынка.

Ключевые слова: *журналистика, редакционная независимость, медиаиндустрия, политика, медиатехнологии, профессиональные стандарты.*

The article aims to analyze the concept of the newsroom autonomy as a part of the journalistic professionalism in the context of modern theoretical approaches and distinguishes major external and internal pressures on the newsroom routines and professional practices of journalists. The article focuses on the conflict between the normative approaches to the journalists' autonomy and realities of contemporary media industries in Europe.

Key words: *journalism, newsroom autonomy, media industry, politics, media technologies, professional standards.*

Введение

Современные представления об идеале демократического общества в значительной степени опираются на ценности свободы, самореализации, плюрализма и доступности информации. Очевидно, однако, что в условиях демократии особую значимость приобретает и проблема ответственности СМИ, непосредственно влияющая на понимание традиционной роли и миссии журналистики. В соответствии с нормативной ролью, предписываемой журналистике теорией, СМИ должны действовать как «четвертое сословие», которое поддерживает и организует общественный диалог, анализирует действия власти, уделяя особое внимание случаям злоупотреблений. Являясь институтом с четко осознанной миссией, журналистика нуждается в независимости от множества заинтересованных социальных институтов и агентов, которая даст ей возможность самостоятельно и профессионально формулировать общественно значимую новостную повестку дня в соответствии с профессиональными нормами.

Представления о свободе и независимости журналистики лежат в основе нормативных ожиданий, на которые (естественно, с учетом национальной специфики) ориентируются многие зарубежные редакции. Однако в последние десятилетия современные европейские СМИ все чаще сталкиваются с новыми процессами и явлениями, которые бросают вызов традиционным идеалам журналистской деятельности. В большинстве случаев перемены в редакционном мышлении вызнаны явлениями технологической и управленческой природы, которые заметно трансформируют профессиональную деятельность журналиста, вызывая последствия в организационных культурах, и в конечном счете оказывают влияние на редакционную независимость.

Технологический прогресс предоставляет широкие возможности доступа к медиасреде, к массовой коммуникации и социальным сетям как медиапрофессионалам, так и отдельным потребителям. Однако в результате профессиональные стандарты редакций меняются, все больше ориентируясь на сиюминутные запросы аудитории [Dunas, 2013, p. 91]. Наряду с новыми интерактивными возможностями аудитории бизнес-ориентированное мышление становится еще одной мощной движущей силой перемен. Акцентируясь на экономических вопросах — прибыли, рентабельности, эффективности новостных организаций, — оно заметно влияет на все уровни профессионального новостного менеджмента и журналистики.

Сегодня все актуальнее становится проблема оценки воздействия, которое эти изменения в журналистском и организационном мышлении оказывают на профессию журналиста и редакционную самостоятельность. В статье рассматриваются основные зарубежные теоретические подходы к проблеме редакционной независимости, анализируются современные вызовы профессиональной и редакционной независимости.

Независимость как профессиональная ценность: нормативный подход

На протяжении двух последних столетий журналистика в странах Европы прошла несколько этапов развития, отмеченных расцветом и падением разных форм авторитаризма (в XVIII в. в наполеоновской Франции), тоталитаризма и абсолютизма (в 1930-е гг. в нацистской Германии), авторитарного инструментализма (в СССР в 1917—1991 гг., в странах Центральной и Восточной Европы в 1945—1991 гг.). Тем не менее, несмотря на идеологические влияния и их различные вариации, господствующая модель европейской журналистики ориентировалась на общие ценности — свободу прессы, выражения мнений и коммуникации, что привело к формулиро-

ванию важнейшей роли журналистики как «сторожевого пса», «четвертого сословия» [Christians et al., 2009]. Институт журналистики стал неотъемлемой частью европейских концепций демократии, в которых признается, что для соблюдения принципов служения обществу, социальной ответственности, подотчетности власти, критического отношения к элитам и «власть имущим» журналистика должна получать гарантии профессиональной независимости и редакционной свободы [МакКуэйл, 2013]. В соответствии с этим подходом идеалом профессиональной деятельности редакций выступает качественная новостная журналистика, не зависящая от политики или бизнеса, не подверженная влиянию со стороны лоббистских групп или служб по связям с общественностью, свободная от воздействия сиюминутных запросов аудитории [Schudson, 1998].

Нормативный подход к журналистике как профессии предполагает, что она должна стремиться к выполнению определенной миссии, следовать профессиональным стандартам, формулирующим роли, функции и ценности, к которым следует стремиться медиапрофессионалам [Frolova, 2014, p. 131]. По мнению многих европейских исследователей, профессиональная (новостная) журналистика — неотъемлемая часть демократии, и, наоборот, демократический строй необходим для качественной журналистики[1] [Trappel & Meyer, 2011]. Идеалы и принципы демократии и журналистики взаимозависимы — и граждане, и демократия нуждаются в том, чтобы в решающие моменты развития общества и личности профессиональные СМИ помогали им принимать осознанные решения. Можно даже предположить, что демократия — это та политическая модель общества, которая способна обеспечить юридические условия и реализацию принципов свободы и свободы выражения мнений, а также защиту журналистов и редакций СМИ от цензуры.

Однако такой нормативный подход, предполагающий наличие в журналистике единых профессиональных принципов, в действительности небесспорен. Если журналистика — влиятельная сила, необходимая демократическому обществу, то почему она не может улучшить далекие от теоретического идеала — несовершенные, недееспособные, даже коррумпированные — демократии? Более

[1] Использование в данном случае термина «новостная журналистика» связано с необходимостью разграничить общеполитические, социально ориентированные и развлекательные СМИ, журналистский (аналитический) и нежурналистский (нацеленный на отдых, развлечение) контент. Последнего в СМИ становится все больше, что вызывает у исследователей большую озабоченность в связи со снижением социальной значимости многих журналистских материалов (см.: *МакКуэйл Д.* Журналистика и общество. М., 2014).

того, примеры из социальной практики стран Южной, Центральной или Восточной Европы свидетельствуют, что коррумпированные политики часто находятся «в связке» с коррумпированными медиа. И потому среди вопросов о природе СМИ, принципах и условиях их работы, об оценке их деятельности обязательно появляется вопрос о том, какие «макроусловия» — характеристики самого демократического общества — необходимы для того, чтобы СМИ могли выполнять свои функции, сформулированные в ходе выработки общественного консенсуса[2].

Проблема независимости журналистики имеет глубокие корни в европейских академических медиаисследованиях. Для Д. МакКуэйла независимость журналистов представляется общеевропейской проблемой, причем ее уровень определяется:

• типом медиаорганизации, например новостные *vs* развлекательные СМИ, пресса *vs* электронные СМИ, качественные *vs* популярные СМИ, и т.д.;

• национальным медиаконтекстом, создаваемым различными культурными и политическими традициями [МакКуэйл, 2013].

Среди тех, кто обратился к теоретическому изучению автономии журналистики в широком социальном контексте, был Пьер Бурдьё. Он предложил понятие социального «поля» и подчеркнул, что поле журналистики зависимое [Bourdieu, 2005, p. 41]. При этом независимость журналистики формируется силами, которые находятся в напряжении между «культурным» и «экономическим» капиталом. «Экономический капитал» в поле журналистики определяется такими категориями экономического характера, как охват аудитории аудиовизуальными СМИ, тиражи печатной прессы, доходы от рекламы, маркетинг. «Культурный капитал» сопряжен с процессом создания оригинальных журналистских материалов, журналистскими разоблачениями злоупотреблений и бесчестных поступков, что влияет на социальную и политическую повестку дня [Ibid.]. Эти два вида капитала в поле журналистики в идеале должны подкреплять друг друга, сосуществовать «на равных», однако в современной медиаиндустрии «задача продать как можно больше экземпляров или привлечь как можно больше “хитов”, стоящая перед популярными новостными СМИ с большими тиражами, часто приносит “культурное” в жертву “экономическому”» [Phillips et al., 2010, p. 55].

В самом широком смысле понятие редакционной независимости связано с пониманием журналистики как независимого социального института современного демократического общества. По

[2] MDCEE (2013). Media and democracy in Central and Eastern Europe (project design, URL: http://mde.politics.ox.ac.uk/index.php/research, 17.06.2014).

мнению ряда исследователей, редакционная независимость означает, что процесс формирования повестки дня, а также выбор тем, источников, мнений, стилей и жанров должны находиться в руках журналистов — сотрудников редакции, причем вмешательство внешних сил или процессов, находящихся за рамками журналистики, должно исключаться [МакКуэйл, 2013; Christians et al., 2009].

Во многих европейских странах редакционная независимость обеспечивалась различными механизмами, в их числе:

• положения законодательства о СМИ, предоставляющего СМИ и журналистам свободу слова, понимаемую как автономная от социальных институтов профессиональная деятельность;

• предусмотренный законодательством общепринятый подход к журналистике как к общественной службе;

• общественный консенсус о миссии, роли и функциях журналистики в демократическом обществе;

• ответственность журналистики перед обществом, добровольно принятая журналистским сообществом подотчетность ему, что формулируется международным и национальным медиасообществом в кодексах поведения, этических кодексах, канонах журналистики, декларациях принципов и тому подобных саморегулирующих документах [Кумылганова, 2013];

• соблюдение журналистикой ряда профессиональных стандартов, выработанных в процессе создания коллективного договора между обществом и медиапрофессионалами;

• наблюдение со стороны общества за деятельностью СМИ и ее корректировка посредством неформальных механизмов — медиакритики, омбудсменов (уполномоченных по СМИ), «горячих линий» при профессиональных союзах, общественных организаций и самих медиакомпаний.

В действительности в условиях приоритета рыночных ценностей в практике медиаиндустрии и усиливающейся медиатизации/медиакратизации политики (т.е. взаимозависимости СМИ и политики) [Пую, Бодрунова, 2013] идея независимости журналистов от бизнеса и политики — на уровне сообщества и редакции — становится важной составляющей концепции профессионализма, в которую встроена идея редакционной независимости. При этом достаточно четко разводятся в разные стороны миссия социальной ответственности журналистики как важнейший тип ответственности, лежащий в основе профессии, и ответственность журналистов перед элитами и властными институтами общества. Последние одновременно представляют собой основных «заинтересованных лиц» — политиков, бизнесменов, собственников СМИ, рекламодателей, публичных персон, которые рассматривают СМИ как инструменты достижения узкогрупповых или личных целей. Тогда

как давление общества в целом на журналистику признается единственно допустимым, второй вид зависимости, соответственно, представляется недопустимой формой вмешательства в профессию.

Даниэль Халлин и Паоло Манчини в известной монографии «Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics» рассматривают независимость СМИ в тесной связи с четко сформулированными профессиональными нормами и признанием журналистами миссии служения обществу. Таким образом, редакционная независимость, а также независимость самих журналистов выступает как одно из трех главных измерений профессионализации журналиста [Hallin & Mancini, 2004, p. 34]. Однако исследователи выявляют и ряд серьезных препятствий, которые мешают журналистам осуществлять контроль над результатами своего труда. Среди них наиболее очевидны:

- природа медиаиндустрии как отрасли, в которой массовое производство является нормой;
- ограниченное число примеров (или полное их отсутствие), когда предприятия СМИ находятся в собственности у журналистов;
- редкие случаи участия журналистов в управлении редакциями и т.д.

При этом ученые подчеркивают, что журналистская независимость не является непременно характеристикой отдельно взятого профессионала. Это в значительной мере корпоративная независимость, независимость «журналистского корпуса, взятого как единое целое» [Hallin & Mancini, 2004, p. 35]. Для многих исследователей очевидно, что независимость журналистов может существовать в обществе, которое не просто высоко ценит СМИ, но и защищает их от цензуры. В XX в. во всех европейских странах были предусмотрены правовые меры, которые гарантировали свободу слова (свободу СМИ) не только в конституции, но и в специальном законодательстве по СМИ [Kelly et al., 2008]. Наряду с законодательными мерами в XX в. активно развивался и комплекс мер саморегулирования, который и общество, и журналисты сочли наилучшим инструментом не только обеспечения ответственности и подотчетности журналистики, но и защиты профессиональной (журналистской) независимости. Правда, Дэнис МакКуэйл обратил внимание на дуалистичность такого понимания, отмечая, что «...понятия социальной ответственности... подчинены профессиональной автономии и свободе выбирать цели и стандарты без всякого внешнего вмешательства» [МакКуэйл, 2013, p. 80].

Несмотря на наличие нормативного подхода и существование различных мер, гарантирующих редакционную независимость, реальность во многих странах Европы часто выглядит далекой от идеала. Журналисты испытывают многочисленные формы давле-

ния на профессиональную независимость, которую считают необходимым условием своей повседневной редакционной работы.

Медиасистемы во многих странах как Западной, так и Восточной Европы предоставляют многочисленные примеры, подтверждающие, что современные бизнес-стратегии медиакомпаний с их упором на рыночные и неолиберальные ценности серьезно искажают практику профессиональной качественной журналистики. Как показывают многочисленные исследования, бизнес-ориентированная логика и господствующий в большинстве европейских редакций управленческий дискурс заставляют руководство современных новостных организаций заботиться прежде всего о рентабельности и экономической эффективности [Starr, 2012; Wiik & Andersson, 2013]. Все больше журналистов признают, что они теряют контроль над своими рутинными практиками и над конечным результатом своего труда — журналистским текстом; не они решают, какие события и как освещать; они также лишаются возможности выражать собственное мнение, если оно идет вразрез с политикой организации-работодателя [МакКуэйл, 2013]. Марк Дезе указывает и на другие внутриредакционные проблемы, уменьшающие автономию журналиста в процессе работы: конфликты между журналистами и представителями рекламных и маркетинговых отделов, конфликты между журналистами и редакторами; постоянно давящая на журналистов необходимость повышать их технологические компетенции без отрыва от ежедневной рутины [Deuze, 2005].

Редакционная независимость: в треугольнике влияний

Несмотря на политическую трансформацию в странах Центральной и Восточной Европы, часто называемую расширением Европы, в 1990-х гг. экономические и культурные различия между европейскими СМИ стали еще более очевидными. Различные политические и экономические условия на национальном и общеевропейском уровнях, приводящие к сохранению культурных различий в европейских медиасистемах, осмыслялись и в научных исследованиях. Академический дискурс, сконцентрировавшийся в начале 1990-х гг. на концептуализации конвергенции и гомогенизации медиасистем в Европе и мире [Hallin & Mancini, 2012], перенес фокус внимания на новые тенденции — их гибридизацию и даже диверсификацию [Voltmer, 2012; Hallin & Mancini, 2012].

Наиболее очевидна роль национального фактора в развитии медиасистем и журналистики, когда специфика постсоциалистической трансформации СМИ Центральной и Восточной Европы определяла различную динамику процессов в медиасреде. А. Бал-

тичене отмечает[3], что, несмотря на все еще господствующее мнение об относительной однородности Центральной и Восточной Европы, появились исследования, которые подчеркивают важность понимания трансформаций в этом регионе как комплекса разнообразных (докоммунистических, коммунистических и посткоммунистических), доставшихся им по наследству характерных признаков их политической культуры [Gross & Jakubowicz, 2012]. И потому следует признать, что хотя принципы и ценности свободы, разнообразия и беспристрастности СМИ выступают в качестве нормативного идеала европейских новостных СМИ, их реализация практически всегда определяется, и в некоторых случаях даже осложняется, спецификой страны.

Однако, несмотря на различия в реализации нормативных подходов, на сокращение возможностей журналистов принимать самостоятельные решения, варьирующиеся в зависимости от статуса государства, медиасистемы и конкретной редакции, во всех случаях можно выделить три важнейших фактора воздействия на редакционные практики. Именно они определяются национальным характером основных действующих сил классического треугольника Галтунга и в зависимости от контекста могут оказывать различные воздействия на работу и независимость журналистов. Это политика, бизнес и медиатехнологии.

В течение столетий *политика и политики* постоянно покушались на независимость журналистов, хотя и с разной степенью успешности. Принципы объективной журналистики, в основе которых лежит опора на факты и признание принципа беспристрастности, оспаривались ангажированной политической журналистикой. Именно она с момента возникновения европейской журналистики господствовала сначала в газетах, а впоследствии и во всех новостных СМИ. Как это ни парадоксально, даже сегодня многие авторитетные исследования фиксируют распространение политической ангажированности в профессиональных редакционных культурах в европейских странах «старой демократии» [Weaver & Willnat, 2012], что заставляет признать автономию профессиональных журналистов весьма уязвимой.

Политический фактор, усиленный экономическими проблемами, еще более опасен для постсоциалистических государств Центральной и Восточной Европы. Политические стратегии элит в этих странах определяются не только их стремлением усилить политический контроль над экономическим капиталом и ресурсами, но и

[3] *Balcytiene A.* Media roles, civic duties, and political responsiveness in CEE: What democracy is and what it isn't. The paper presented at 7th International Central and East European Media Conference CEECOM 2014. Wroclaw, June 13, 2014.

привлечением, «ангажированием» СМИ для этих целей. Функционирующие в рыночных условиях медиаиндустрии Центральной и Восточной Европы в результате новых реальностей сформировали стратегии манипулирования общественным мнением, политического популизма, политической сенсационности и консьюмеризма. И эти практики стали серьезно воздействовать на профессионализацию журналистики, прежде всего на ее независимость, оцениваемую с использованием показателей свободы СМИ, которые в странах Центральной и Восточной Европы оказались намного ниже, чем в странах Западной Европы [Bajomi-Lazar, 2014; Stetka, 2013].

Экономика всегда была одним из главных факторов в деятельности СМИ. В последние десятилетия становления глобального неолиберализма такие индикаторы успешности медиакомпаний, как экономическая эффективность, возврат инвестиций, размер прибыли, рыночная конкурентоспособность, стоимость акций, превратились для медиаменеджеров и медиасобственников в наиболее очевидные свидетельства успеха. Это, естественно, снизило значение для работодателей социально детерминированных профессиональных стандартов журналистики, журналистской этики и важности их защиты [Wiik & Andersson, 2013]. Во многих странах Западной Европы в начале 2000-х господствовавшие идеи социального контракта стали частично или полностью игнорироваться, и контроль в некоторых сферах (например, в образовании или здравоохранении), который ранее осуществлялся правительством, перешел к рынку. Как подчеркивают некоторые исследователи, главной ошибкой подобного подхода, распространившегося в области СМИ, стало пренебрежение тем фактом, что производимые журналистом новости/контент по сути являются общественным товаром, производство которого в чисто рыночных условиях ведет к негативным социальным последствиям [Starr, 2012].

Технический прогресс, развитие интернета и социальных сетей — это новые влиятельные факторы, которые недавно превратились в угрозу редакционной независимости, бросив вызов традиционным компетенциям журналистов и их взаимоотношениям с аудиториями [Pavlik, 2001; Вырковский, Борисяк, 2013, с. 90]. Деятельность интернет-журналистов, блогеров и любителей сегодня по многим параметрам отличается от работы профессионалов: отсутствует контроль редактора, новости создаются за стенами редакции, нет постоянного рабочего места, есть возможность интерактивной доставки контента из любой точки мира [Fenton, 2010, p. 6]. Таким образом, вызовы, которые технический прогресс и цифровая революция бросают журналистике, имеют серьезные последствия, среди которых наиболее существенные:

• сокращенные циклы производства новостей и усиление давления «дедлайнов» на журналистов;
• диверсификация источников;
• обеспечение аудитории прямым доступом к новостям;
• изменение новостных повесток дня;
• смещение уровней контроля в профессиональную сторону;
• отсутствие в медиаорганизациях достаточных ресурсов для удовлетворения всех потребностей новой аудитории,
• институционализация *copy-paste* журналистики и др.

Неудивительно, что в контексте происходящих в СМИ перемен понятие редакционной независимости как неотъемлемой части профессиональной журналистики требует нового понимания и новой концептуализации. Для сохранения редакционной независимости в СМИ стран Европы на протяжении второй половины XX в. были созданы разнообразные механизмы и инструменты. Несмотря на то что эффективность подобных мер и инициатив определялась взаимодействием с культурными традициями своих стран [Hallin & Mancini, 2004], некоторые из них оказались применимы и в других национальных контекстах. Например, среди механизмов поддержания редакционной независимости, распространившихся в европейских странах, следует назвать уставы редакций, организацию собственности медиакомпаний в форме трестов (фондов), акционерный статус журналистов, наличие в редакциях должностей омбудсмена [Федотов, 2009].

Однако европейской журналистике, опирающейся на упомянутые нормативные подходы и использующей на протяжении десятилетий перечисленные механизмы, становится все сложнее сохранять свои профессиональные идеалы в современных условиях.

Усложняющийся комплекс внешних и внутренних влияний

Практика европейских стран показывает, что редакционная независимость — практически везде — подвергается сегодня многочисленным влияниям разной природы. Потому и оказываемые ими воздействия имеют разный масштаб и статус. Представляется, что наиболее очевидно разделение таких факторов на внешние (политика, экономика, общество в целом) и внутренние (экономические интересы медиавладельца, корпоративные редакционные стандарты, стереотипы журналистов и редакционных коллективов). Медиатехнологии, которые оказывают значительное воздействие на деятельность журналистов и редакции, могут быть рассмотрены и как внешняя, и как внутриредакционная сила влияния (табл. 1).

Таблица 1

Факторы влияния на редакционную независимость

Внешние	Внутренние
Политические условия, в которых действует журналистика (политическое давление и инструментализация)	Технологические изменения
Макроэкономический контекст, в котором действует медиаиндустрия	Организационная культура (отношения между журналистами и редакторами)
Особенности и характеристики (медиа) рынка (экономическое давление и инструментализация)	Внутриредакционные нормы и стандарты
Роль государства (медиаполитика)	Практика самоцензуры
Стандарты профессиональных организаций	Индивидуальное восприятие независимости и стандартов журналистики
Солидарность журналистов	Статус журналиста-фрилансера

Анализ факторов, влияющих на редакционную независимость и ограничивающих ее, имеет давнюю историю. Во второй половине XX в. многими авторами было признано, что влияние на журналистов оказывают владельцы, рекламодатели, службы по связям с общественностью, режим работы, социальное окружение и аудитория СМИ. Недавние исследования подтверждают, что современные цифровые технологии, интернет и социальные сети становятся все более влиятельными факторами воздействия на редакционную независимость, хотя и не все влияния такого рода можно расценивать как негативные [Deuze, 2005, p. 449]. Х. Харро-Лойт и Э. Лаук включают в новый перечень и редакционный статус журналиста, круг освещаемых им тем, а также «индивидуальную восприимчивость и способность понимать, что такое независимость» [Harro-Loit & Lauk, 2012]. Медиатехнологии могут производить неоднозначные эффекты, так как они выступают одновременно и как внешние влияния (аудитория, журналисты-любители, источники новостей), и как внутренние (новые темпы повседневной работы, производства и распространения новостей, совмещение профессий, внутриредакционная конкуренция).

Следует оговориться, что приведенная классификация довольно условна: некоторые факторы могут выступать для конкретных редакций не только как внутренние, но и как внешние. Так, общий уровень технологического развития в индустрии оказывает давление на практики конкретных редакций — в результате требования приобретения новых технологических компетенций журналистами формируются под давлением конкурентной среды. Или, например, практики самоцензуры, заметные на уровне отдельных

редакций. Очевидно, что во многих случаях конкретные решения становятся ответом на общий культурный или социальный контекст. И наоборот. Внешние факторы — политика или стандарты профессиональных организаций — на уровне конкретных редакций проявляются в поведении конкретных людей.

Внешние влияния. Значительное воздействие на редакции оказывают силы, находящиеся за пределами медиаиндустрии, но требующие внимания СМИ. Речь идет о коммерческих предприятиях, заинтересованных во внимании СМИ к своей деятельности (но не в рекламных сообщениях), и о политических силах (политиках или гражданском обществе), цель которых — продвигать определенный политический курс. Попытки этих двух важных общественных сил повлиять на СМИ часто бывают неявными [Gandy, 1982], поскольку журналистские стандарты не предполагают использования легко идентифицируемых пиар-материалов [Wintour, 1972; Fengler & Russ-Mohl, 2008]. Но, как подчеркивает британский журналист Майк Дэвис, неявные попытки пиар-служб бизнеса и политики управлять повесткой дня в СМИ все-таки работают, и журналисты часто используют материалы такого рода [Davies, 2009].

Рост влияния пиар-профессионалов на журналистику в последние десятилетия привел к тому, что журналисты имеют дело с гораздо большим объемом материалов пресс-служб и пиар-агентств, чем когда-либо раньше. Согласно данным исследований британских ученых, в среднем в британскую национальную газету ежедневно приходит 50—60 электронных писем от пиар-компаний. Это приводит к тому, что газета публикует больше материалов, которые либо инициируются пиар-службами, либо создаются с их помощью [Fenton, 2010, p. 94—95]. Исследования показывают, что около сорока процентов журналистских статей включают в себя материалы из текстов пиар-служб, а около половины напечатанных материалов содержат информацию, напрямую ими предоставленную [Lewis et al., 2008, p. 20]. Свидетельств этого явления много и за пределами Великобритании, особенно в странах Южной, Центральной и Восточной Европы [Harro-Loit & Lauk, 2012].

Политические силы — партии, политики и даже бизнесмены, стремящиеся к влиянию на общество, — тоже пытаются формировать повестку дня СМИ, заявлять в них о себе. Неудивительно, что во многих европейских странах журналисты все чаще считают таких акторов интересными источниками получения сенсационной или инсайдерской информации, превращая их во влиятельных партнеров по производству новостей. Многие исследователи отмечают возросшую в последние десятилетия зависимость журналистов от политиков, которые превратились в своеобразных «контролеров» производства новостей, формирующих повестку дня в собственных интересах.

При этом политическая инструментализация журналистики, прежде всего в Южной, Центральной и Восточной Европе, в условиях отсутствия (или сбоя) механизмов, обеспечивающих редакционную и профессиональную независимость журналистов, оформилась в четко выраженную тенденцию [Bajomi-Lazar, 2014]. Государственный патернализм, как называет его Карол Якубович, часто проявляется в «ситуации, когда политика является преобладающей и влиятельной силой общества» [Jakubowicz, 2007, p. 304], тем самым делая уязвимой редакционную независимость.

Еще одним источником внешнего давления традиционно считаются акционеры/собственники предприятий СМИ, а также их маркетинговые отделы. С точки зрения нормативного подхода, в этом отражается основной конфликт, заложенный в СМИ, являющихся одновременно и институтом демократии, и коммерческим предприятием. Медиасобственники и менеджеры СМИ считают, что работа журналистов должна определяться логикой бизнеса. Правда, ситуация в европейских странах неоднородна. Проводя опрос журналистов в 1992 г., Донсбах и Паттерсон обнаружили: около трети итальянских журналистов и менее десяти процентов немецких журналистов признают, что они испытывали «давление со стороны руководства» в своей профессиональной деятельности [цит. по: Hallin & Mancini, 2004, p. 35]. В постсоциалистических странах давление со стороны владельцев оценивается как более агрессивное и угрожающее, поскольку здесь с профессиональными журналистами владельцам легко договориться, используя такой простой рычаг, как «желание журналистов кушать» [Harro-Loit & Lauk, 2012].

Однако подобное давление имеет место не везде, и, как утверждает, например, Хамфрейс, «подтверждений прямого внешнего влияния на британские СМИ практически не найдено, хотя в целом коммерческое давление неблагоприятно сказывается на качестве новостей. Основная сфера потенциального прямого влияния — руководящие указания владельца, передаваемые посредством внутренней управленческой инфраструктуры, но его реальная степень — вопрос спорный» [Trappel et al., 2011, p. 323].

Новые примеры проявления давления на редакции со стороны внешних экономических сил, особенно в период экономического кризиса 2008—2010 гг., — это сокращение зарплат, увольнения журналистов, требования выполнять больше работы меньшими силами, увеличение числа журналистов-фрилансеров, объединение редакций в рамках горизонтальных и диагональных медиакомпаний, переход редакций в конвергентную среду [Fenton, 2010, p. 41].

Одним из новых источников внешнего давления на редакции стала активизация непрофессионалов, или гражданских журналистов, которые способны изменить профессиональную журнали-

стику и повлиять на ее стандарты независимости, поскольку они сами как часть аудитории начинают оказывать заметное воздействие на производство и распространение новостей [Ibid, p. 41].

Внутренние влияния на редакционную независимость и профессиональные журналистские стандарты исходят преимущественно от организационных структур [Lowrey et al., 2011] и редакционных культур, определяемых традициями и ценностями, которые поддерживаются в редакциях и обществе в целом [Hallin & Mancini, 2004]. Дедлайны, сократившиеся в результате интенсификации информационных потоков, необходимость повышения технической квалификации для работы в конвергентной редакции и для разных медиаплатформ, сокращения штата и финансирования [Gandy, 1982; Davies, 2009] — все эти процессы оказывают серьезное влияние на независимость журналистов.

Природа воздействий на профессиональные редакционные стандарты, исходящих от источников информации, неоднородна и сложна, поскольку для многих журналистов источники информации являются внешним фактором, связанным либо с профессиональной новостной средой (информационные агентства, другие СМИ), либо с личными контактами. Однако выбор новостей всегда происходит на рабочем месте в условиях нехватки времени, высокой скорости поступления информационных потоков и скользящих дедлайнов. Результаты исследования, проведенного учеными Кардиффского университета, показывают, что не более пятой части сюжетов были найдены самими репортерами за пределами редакции, все остальные были взяты из внешних источников. Более того, было установлено, что даже когда журналисты сами инициировали свои публикации, у них не было времени воспользоваться несколькими источниками [Fenton, 2010, p. 93; Davies, 2009, p. 5].

Новые тенденции развития в журналистике и медиаиндустрии порождают и новые влияния на редакционные практики. Так, одним из внешних факторов, влияющих на реализацию профессиональных стандартов, становится сильное гендерное неравенство; доказательством этому служит тот факт, что мужчин принимают в штат редакций чаще, чем женщин. Причем обязательное требование владения цифровыми технологиями ставит в невыгодное положение журналистов более старшего возраста, особенно женщин [Lee-Wright, цит. по: Fenton, 2010, p. 82].

Воздействие современных технологий включает в себя давление, исходящее от интегрированных редакций, и их влияние на медиапроизводство новостей, профессиональные журналистские стандарты и этику, а также журналистские культуры. Все более заметное воздействие проистекает от необходимости журналистам обладать большей технической подготовкой, от умения работать в конвергентной, мультиплатформенной многоканальной медиасреде. В ре-

зультате это снижает конкурентоспособность постоянных штатных журналистов редакции по сравнению с более мобильными и менее оплачиваемыми фрилансерами. Согласно исследованию, проведенному в странах ЕС в начале 2010-х г., среди европейских журналистов фрилансеры составляли в среднем около 27% всех журналистов. Но если в Венгрии и Болгарии их насчитывалось не более 20%, то во Франции и Германии речь шла уже о 60%. В целом, около 10% журналистов работали по временным контрактам или на каких-то иных нетипичных условиях [Feasibility Study, 2011].

Опрос европейских журналистов также продемонстрировал, что недавние изменения в структуре традиционных редакций под влиянием дигитализации привели к появлению более рентабельных моделей, которые объединяют в рамках одной редакции традиционные журналистские и редакторские практики с созданием цифровых интерактивных медиапроектов. Интегрированные (конвергентные) редакции, которые уже появились в 40% европейских медиакомпаний, и распространение независимых трудовых отношений все больше требуют появления новых для рынка труда должностных профилей, которые можно найти главным образом среди фрилансеров. Опрос показал, что в таких европейских странах, как Франция, Великобритания и Румыния, редакциям более свойственны новые подходы, чем, например, в Швеции, Польше или Испании. Эти подходы трансформируют повседневную профессиональную работу редакции таким образом, что журналисты меньше создают самостоятельных текстов. Веб-журналисты *BBC News* заявляли, что они огорчены тем, что превращаются в помощников редактора, занимающихся переформатированием текстового материала. Некоторые журналисты подчеркивали, что новые условия работы с множеством фактов и очевидцев «сводят их роль к роли мясника, заправляющего агрегат для изготовления сосисок» [Ibid., p. 81].

Заключение

Сегодня, когда в медиаиндустрии много говорится о смерти традиционных (старых) СМИ, вопрос о редакционной независимости как условии сохранения стандартов профессии представляется более чем актуальным. Политические, экономические, технологические воздействия на работу журналистов, организованную в рамках традиционной редакции, ставят вопрос не только об отвечающих запросам времени профессиональных компетенциях журналистов. Встает и более широкий вопрос о выживании профессии, которая до сих пор остается ключевым компонентом социальных коммуникаций современного общества. Тот независимый арбитраж в интересах аудитории, который призвана проводить

журналистика, требует определенных условий и понятных профессионалам инструментов. В нормативной теории СМИ эти условия и инструменты предполагали формирование и реализацию принципов редакционной независимости, вмешиваться в которую не могли бы ни внешние, ни внутренние силы.

Действительность же оказалась далека от теоретического идеала даже с момента его появления. Реалии современного общества — прежде всего неолиберальные стратегии медиарынка, медиатизация политики, медиатехнологии, радикально меняющие коммуникационные практики, — наряду с быстрым изменением внутриредакционных практик заставляют ставить вопрос о сохранении не только концептуальной значимости понятия «редакционной независимости», но и о практических мерах защиты редакций как основы аналитической и социально значимой журналистики.

Список литературы

Вырковский А.В., Борисяк Д.А. Бизнес-процессы в новостной журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 4.

Кумылганова И. А. Этические основы информационных коммуникаций: зарубежные подходы и традиции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.

МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013.

Медиакратия: современные теории и практики / Под ред. А.С. Пую, С.С. Бодруновой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2012.

Настольная книга по медийному саморегулированию / Под ред. М.А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2009.

Bajomi-Lazar P. Party colonization of the media in Central and Eastern Europe. Budapest: CEU Press, 2014.

Bourdieu P. The political field, the social science field and the journalistic field / Eds. by R. Benson & E. Neveu. Bourdieu and the Journalistic Field (p. 29—47). Cambridge: Polity, 2005.

Christians C., Glasser T., McQuail D., Nordenstreng K., White R. Normative theories of the media: Journalism in democratic societies. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2009.

Davies N. Flat earth news. Vintage Books: London, 2009.

Deuze M. Professional ideals and ideology of journalists reconsidered // Journalism. 2005. N 6. P. 442—464.

Dunas D. Mapping Mass Communication Theories in Contemporary Russia // Word of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2014. P. 128—146.

Fenton N. New media, old news: Journalism and democracy in the digital age. London: Sage, 2010.

Fengler S. & Russ-Mohl S. Journalists and the information-attention markets: towards an economic theory of journalism // Journalism. 2008. N 9 (6). P. 667—690.

Feasibility study for the preparatory action “ERASMUS for journalists”. Part 2 — Statistical Review. Final report. March 2011.

Frolova T. Civil Applications in Russia's Media Communication Structure // Word of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2014. P. 128—146.

Gandy O.H. Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy. Norwood (N.J.): Ablex Publishing, 1982.

Gross P., Jakubowicz K. Media transformations in the post-communist world: Eastern Europe's tortured path to change. Plymouth: Lexington Press, 2012.

Hallin D., Mancini P. Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Hallin D., Mancini P. (eds.) Comparing media systems beyond the Western world. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

Harro-Loit H., Lauk E. Journalist's professional autonomy: Europe-wide comparison. Paper presented at the seminar "Journalists' professional autonomy and journalism ethics", University of Jyvaskyla, 14 June, 2012.

Jakubowicz K. Rude awakening: Social and media change in Central and Eastern Europe. Cresskill; N.J.: Hampton Press, 2007.

Kelly M., Mazzoleni G., McQuail D. The media in Europe. London: Sage, 2008.

Lewis J., Williams A., Franklyn B., Thomas J., Mosdell N. The quality and independence of British journalism. Cardiff: Cardiff University, 2008.

Lowrey W., Parrot S., Meade S. When blogs become organizations // Journalism. 2011. N 12(3). P. 243—259.

Pavlik J. Journalist and new media. CA: Columbia University Press, 2001.

Phillips A., Couldry N., Freedman D. An ethical deficit? Accountability, norms, and the material conditions of contemporary journalism / Ed. by N. Fenton. New media, old news: Journalism and democracy in the digital age (p. 51—69). London: Sage, 2010.

Schudson M. The public journalism and its problems / Eds. by D. Graber, D. McQuail, P. Norris. The politics of news, the news of politics (p. 132—149). Washington, DC: CQ Press, 1998.

Starr P. An unexpected crisis: The news media in postindustrial democracies // The International Journal of Press // Politics. 2012. N 17(2). P. 234—242.

Stetka V. Media ownership and commercial pressures. Report presented at the Final MDCEE project conference "Media and Democracy: CEE in a Comparative Context". The European Studies Center, St. Antony's College, University of Oxford, July 9—11, 2013.

Trappel J., Meier W. On media monitoring: The media and their contribution to democracy. N.Y.: Peter Lang Publishing, 2011.

Trappel J., Nieminen H., Nord L. The media for democracy monitor: A cross-national study of leading news media. Goteborg: Nordicom, 2011.

Voltmer K. How far can media systems travel? Applying Hallin and Mancini's Comparative Framework outside the Western World / Eds. by D. Hallin, P. Mancini. Comparing media systems beyond the Western World (p. 224—245). Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

Weaver D.H., Willnat L. The global journalist in the 21st century. London: Routledge, 2012.

Wiik J., Andersson U. Journalism meets management: Changing leadership in Swedish news organizations // Journalism Practice. 2013. N 7(6). P. 705—719.

Wintour C. Pressures on the press: An editor looks at Fleet Street. London: Andre Deutsch, 1972.

Поступила в редакцию
29.07.2014