ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

А.А. Гладкова, канд. филол. наук, старший научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: gladkova_a@list.ru

НИДЕРЛАНДСКАЯ МЕДИАСИСТЕМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ПЕРЕХОД ОТ ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО КОРПОРАТИВИЗМА К ЛИБЕРАЛЬНОЙ МЕДИАМОДЕЛИ

В данной работе предложен анализ медиасистемы Нидерландов в рамках концепции Д. Халлина и П. Манчини, разделивших европейские страны на три группы в соответствии с рядом критериев (развитие газетной индустрии, политический параллелизм, уровень журналистского профессионализма, роль государства в медиасистеме). Анализ нидерландской медиамодели после исчезновения во второй половине XX в. явления социального размежевания в Нидерландах (так называемой системы четырех «колонн») показал, что в настоящее время нидерландская медиасистема демонстрирует близость либеральной медиамодели, сохраняя, однако, некоторые характерные черты, присущие модели демократического корпоративизма.

Ключевые слова: *Нидерланды, медиасистема, размежевание, демократический корпоративизм, либеральная медиамодель.*

The paper examines the Dutch media system using the classification suggested by D. Hallin and P. Mancini. According to this classification, European countries can be divided into three groups using the following criteria: newspaper industry, political parallelism, journalistic professionalization, and role of the state in media system. The analysis of the Dutch media system after depillarization process (i.e. the disappearance of society's division into four big segments, also known as 'pillars' in the second half of the XX century) showed that today the Dutch media system has become close to the liberal model, although it still retains some typical features of the democratic corporatist one.

Key words: *the Netherlands, media system, pillarization, democratic corporatist model, liberal media model.*

Введение

Увеличение интереса исследователей к развитию национальных медиасистем во многом связано с процессами глобализации, интенсивным развитием межкультурной коммуникации, появлением универсальных экономических и социальных тенденций, проявляющихся в разных национальных контекстах. Рассмотрение медиасистем в контексте глобальных процессов дает возможность лучше понять природу современных интеграционных явлений, а также оценить

влияние общемировых тенденций, таких как деполитизация СМИ, интенсивное развитие информационно-коммуникационных и цифровых технологий, трансформация аудиторий СМИ и многих других факторов на постепенное сближение медиасистем разных стран.

Для нидерландского общества в период с начала XX в. до 1960–70-х гг. было характерно уникальное явление, получившее название «размежевание» [Братусь, 2009], или «система четырех колонн» (нидерл. «verzuiling», англ. «pillarization»: от нидерл. «zuil», англ. «pillar» – «колонна»). Феномен размежевания подразумевал существование в Нидерландах четырех по сути автономных общественно-политических групп: римско-католической, протестантской, социал-демократической и либеральной или нейтральной.

У каждой из «колонн» в период подобного общественного разделения имелись свои социальные институты, в том числе СМИ, транслирующие взгляды соответствующей «колонны» в более широкий социальный контекст. При этом принадлежность печатных СМИ к «колонне» проявлялась особенно явно, когда речь шла как об открытом провозглашении политической линии редакции и поддержке газетой определенного религиозного или общественного движения, так и о значительном объеме материалов по темам, касающихся своей «колонны», и игнорировании событий, относящихся к сфере деятельности других «колонн», или представлении их в негативном ракурсе.

После распада системы «колонн» во второй половине XX в., вызванного рядом факторов (социальными и экономическими преобразованиями в стране после Второй мировой войны, изменениями в массовом сознании граждан, постепенной гомогенизацией нидерландского общества под влиянием факторов глобального характера и т.д.), нидерландские СМИ подверглись существенным трансформациям. Изменения затронули как выбор целевой аудитории СМИ, так и роль журналиста, а также наличие или отсутствие взаимосвязи публикуемого контента с идеологической линией партии, роль и место партийной печати в обществе и многое другое.

Необходимо отметить, что, несмотря на уникальные особенности медиасистемы Нидерландов, трудов, посвященных ей, в нашей стране очень мало. Среди работ на эту тему следует выделить публикации Е.Л. Вартановой «Медиаэкономика зарубежных стран» и «Теория СМИ: актуальные вопросы» [Вартанова, 2003; 2009], где предлагается общая характеристика медиаиндустрии в Нидерландах. В своих работах Е.Л. Вартанова рассматривает особенности нидерландской газетной индустрии, в частности свойственные для ряда европейских стран развитую культуру печатных СМИ и высокий уровень потребления газет, а также подробным образом освещает специфику общественного

вещания в Нидерландах, заключающуюся в обеспечении равного доступа к эфиру основных общественно-политических групп.

Работы автора, посвященные изучению трансформаций газетной прессы Нидерландов под влиянием факторов глобального характера [Гладкова, 2011; 2012b; 2015], позволяют оценить специфику нидерландской медиамодели и проанализировать изменения, которым подверглись печатные издания этой страны в XX–XXI веках.

Среди зарубежных исследований следует прежде всего упомянуть работы нидерландских авторов А. Лейпхарта [Lijphart, 1969; 1979; 1985; 1994; 1999] и К. Брантса [Brants, McQuail, 1997; Brants, Siune, 1998]. Отметим, однако, что в их трудах основной акцент делается не на особенностях функционирования нидерландских СМИ, а на общественных предпосылках, сформировавших в том числе уникальную систему сегментированных нидерландских медиа.

Среди других зарубежных авторов, в разное время рассматривавших особенности нидерландского общественного строя и характерные черты системы нидерландских медиа, следует назвать Д. Краута [Kruijt, 1965], Й. Бардуля [Bardoel, 2001], И. Иоссифова [Iossifov, 2001], Т. Тоонена [Toonen, 2000], М. Роййя [Rooij, 1974] и других зарубежных ученых. Безусловный интерес представляет опубликованное под редакцией Й. Бардуля и Я. Бирхоффа [Bardoel, Bierhoff, 1981] двухтомное собрание статей нидерландских исследователей массовых коммуникаций «СМИ в Нидерландах», первая часть которого посвящена аудиовизуальным СМИ и новым медиа, а вторая – печатным СМИ. В числе авторов публикаций об истории нидерландской прессы, роли печатных изданий в формировании общественного мнения, будущем газет – известные нидерландские теоретики и практики: Питер фан Ваесбергхе, Эдди Кайсер, Ян Бирхофф и другие.

Целью данной работы является комплексная характеристика нидерландской медиасистемы на современном этапе и выявление тенденций, свойственных этой медиасистеме сегодня. Основная теоретическая концепция, на которой базируется настоящее исследование, – это подход Д. Халлина и П. Манчини [Hallin, Mancini, 2009], согласно которому медиасистемы стран Европы могут быть охарактеризованы в соответствии с четырьмя основными критериями для анализа: 1) развитие газетной индустрии; 2) политический параллелизм, т.е. степень и характер связей между медиа и политическими партиями или – в более широком смысле – степень отражения в медийной системе важных политических разногласий в обществе, а также роль партийной прессы в обществе; 3) развитие журналистского профессионализма, т.е. появление журналистских союзов, кодексов этики и т.д.; 4) степень и характер вмешательства государства в медийные системы [Землянова, 2013]. Данные критерии были выбраны нами для анализа медиасисте-

мы Нидерландов на современном этапе и выявления ее ключевых особенностей после исчезновения системы размежевания.

По мнению Халлина и Манчини, Нидерланды относятся к странам с моделью демократического корпоративизма. Для таких стран характерны высокие тиражи газет, важная роль партийной прессы в обществе, традиционно высокий уровень журналистского профессионализма и значительная роль, которую играет государство в медиасистеме страны (в первую очередь имеется в виду государственная поддержка СМИ и общественного теле- и радиовещания). В своем исследовании Халлин и Манчини указывают также на то, что одним из свойств модели демократического корпоративизма является деление общества на автономные группы. Как следствие, структура подобного общества становится сегментированной; у каждой из групп появляются свои социальные институты, в число которых входят политические объединения и СМИ. Классическим примером сегментированного плюрализма исследователи считают систему размежевания на четыре «колонны» в Нидерландах [Hallin, Mancini, 2009: 151].

Вместе с тем Халлин и Манчини [ibid: 301], а позднее и другие исследователи[1] отмечают динамичность подобной классификации, ее постоянную трансформацию под влиянием факторов глобального характера. Гипотеза, которую мы рассчитываем проверить в настоящей работе, заключается в том, что нидерландская медиамодель в настоящее время тяготеет в большей степени к либеральному типу, а не к модели демократического корпоративизма, свойственной ей, по мнению Халлина и Манчини [ibid: 67]. Подобная трансформация оказала, на наш взгляд, влияние как на редакционную политику изданий, так и на роль журналистов, выбор целевой аудитории СМИ и ряд других факторов.

В настоящей работе исчезновение уникальной системы нидерландских «колонн» во второй половине XX в. рассматривается как свидетельство постепенного исчезновения под влиянием глобальных процессов национальных особенностей медиасистем стран Западной Европы и сближение их в контексте единой медиамодели. Отличительными чертами такой медиамодели являются: отсутствие связей между медиа и политическими структурами, профессионализация журналистской деятельности, ослабление государственного вмешательства в информационную систему общества, коммерциализация СМИ и их ориентация на массовую аудиторию [Hallin, Mancini, 2009] – то, что Халлин и Манчини считают свойственными для либеральной модели в своей классификации. В этом контексте изучение медиасистемы Нидерландов как конкретного случая общемирового процесса приобретает несомненную актуальность и значимость.

[1] *Brüggemann* et al, 2014.

Развитие газетной индустрии

Для начала отметим, что Нидерланды исследователи традиционно относят к группе «газетных» стран – европейских стран, где число газет на 1000 человек наиболее высоко [Вартанова, 2003]. В значительной степени популярность печатной прессы в Нидерландах была изначально обусловлена делением общества на «колонны»: вплоть до конца 1960-х гг. каждый житель страны в зависимости от религиозных и поли тических убеждений относил себя к определенной идеологической группе, у каждой из которых были свои СМИ.

При этом в эпоху размежевания выбор печатных СМИ нередко определялся регионом проживания читателей. Так, например, в нидерландских провинциях Зееландия, Южная Голландия, Гелдерланд и Оверэйсел, входивших в «Библейский пояс» (De Bijbelgordel), – регион с наиболее сильными консервативными протестантскими традициями, – популярностью традиционно пользовались издания протестантской направленности: «Трау» (Trouw), «Де Стандарт» (De Standaard), «Де Роттердаммер» (De Rotterdammer), «Реформаториш Дахблад» (Reformatorisch Dagblad). Несмотря на то что сегодня некоторая зависимость читательских предпочтений от региона проживания по-прежнему прослеживается – на это указывают в частности данные по региональной подписке на ежедневные газеты[2], – мы склонны считать это скорее данью традиции, чем реальным фактором влияния на выбор аудиторией определенных СМИ.

Следует упомянуть о постоянном росте совокупного годового тиража ежедневных газет в Нидерландах эпохи размежевания: 2,864 млрд. в 1955 г., 3,199 – в 1960 г., 3,565 – в 1965 г., 4,153 – в 1970 г. [Rooij, 1974]. Вместе с тем общее число ежедневных печатных изданий сокращалось вследствие закрытия некоторых газет (например, региональной «Хронингер Дахблад» (Groninger Dagblad)) или их поглощения более крупными изданиями, как это произошло с газетой «Бредаше Курант» (Bredasche Courant), вошедшей в 1941 г. в состав «Роттердамс Ньюсблад» (Rotterdams Nieuwsblad): 124 в 1946 г., 115 в 1950 г., 104 в 1955 г., 101 в 1960 г., 96 в 1965 г. [Ibid].

Высокие тиражи газет, доступность массовой прессы широкой аудитории [Hallin, Mancini, 2009: 22], разнообразие печатного рынка, обусловленное в определенной степени стремлением удовлетворить запросы разных общественно-политических групп («колонн»), поддержка печатных изданий политическими партиями и объединениями – характерные черты Нидерландов эпохи размежевания, приближающие страну к модели демократического корпоративизма.

[2] Mediamonitor // Dagbladen in 2013. URL: http://www.mediamonitor.nl/mediamarkten/dagbladen/dagbladen-in-2013/ (дата обращения: 01.06.2015).

Сегодня же для газетного рынка этой страны свойственны тенденции иного рода: падение тиражей, уменьшение аудитории газет, деполитизация и коммерциализация прессы[3], распространение бесплатных изданий, переход печатных изданий в онлайн-формат и другие, что, на наш взгляд, делает возможным говорить о постепенном переходе Нидерландов в группу стран с иной медиамоделью.

Приведем некоторые данные. Так, совокупный годовой тираж ежедневных изданий в Нидерландах неуклонно снижается на протяжении уже нескольких лет: 1,327 млрд экз. в 2010 г., 1,280 млрд экз. в 2011 г., 1,152 млрд экз. в 2012 г., 1,080 млрд экз. в 2013 г. Подавляющее большинство ежедневных печатных изданий распространяются по подписке – 814 млн экз. в 2013 г. На долю розничной продажи приходится 46 млн экз., а 220 млн экз. распространяются другими способами, в частности речь идет о бесплатных газетах («Метро» и другие). В целом на нидерландском рынке ежедневных изданий 84,7% всего ассортимента принадлежат платным изданиям, а 15,3% – бесплатным[4].

Под влиянием Интернета на аудиторию и рекламный рынок, нидерландские печатные издания сегодня все чаще переходят в онлайн-формат – тенденция, свойственная большинству европейских стран на современном этапе. По результатам исследования, проведенного нидерландской организацией NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia), изучающей тенденции развития печатных и электронных СМИ Нидерландов, в 2013-2014 гг. был зафиксирован рост аудитории цифровых версий газет. Так, 36% аудитории сегодня читает ежедневные издания на компьютере, 22,8% – на планшетных устройствах, 20,8% – на смартфоне[5]. Онлайн-версии сегодня есть у подавляющего большинства нидерландских газет, причем значительное внимание в них уделяется взаимодействию с интернет-аудиторией посредством различных интерактивных функций (форумов, онлайн-опросов, объявлений и т.д.).

Бесспорно, говорить о полном переходе Нидерландов в группу стран с либеральной медиамоделью, опираясь исключительно на тенденции развития печатного рынка было бы некорректно. Следует понимать, что современные Нидерланды по-прежнему в значительной степени остаются «газетной» страной и демонстрируют близость к модели демократического корпоративизма. На это указывают, например, относительно высокие по сравнению с другими

[3] Под коммерциализацией прессы Халлин и Манчини понимают получение изданиями основного дохода от размещения рекламы, а не от политических объединений, как это происходило с партийными изданиями эпохи размежевания [Hallin, Mancini, 2009: 26].

[4] Mediamonitor // Dagbladen in 2013. Op cit.

[5] Ibid.

европейскими странами тиражи газет[6] [Захарова, 2012], средние показатели по охвату аудитории 13+, которые составили 57,1% в 2013 г., что является достаточно высоким показателем для европейских стран[7], а также целенаправленная политика государства по поддержке печатных изданий в виде субсидий и дотаций разного рода, речь о которой пойдет далее.

Вместе с тем для Нидерландов сегодня свойствен ряд тенденций, характерных и для стран с моделью другого типа: достаточно высокие, однако меньшие, чем в предыдущие годы, тиражи печатных изданий, существенное уменьшение доли печатных СМИ на рекламном рынке страны (43,5% в 2004 г. и 22,6% в 2013 г.)[8], сокращение количества газет на 1000 человек (345,9 в 2000 г. [Hallin, Mancini, 2009: 23] и 233,39 в 2012 г.[9]), а также деполитизация прессы и ее ориентация на широкую аудиторию, что будет рассмотрено далее. Эти тенденции указывают, на наш взгляд, на значительные трансформации, которым подвергается печатный рынок этой страны сегодня.

Политический параллелизм

Под политическим параллелизмом Халлин и Манчини понимают роль и место партийной прессы в обществе, отражение в СМИ взглядов и идей политических партий, поддержку СМИ определенного политического течения [Hallin, Mancini, 2009: 26-27]. Согласно их классификации, для стран с моделью демократического корпоративизма свойственны высокий уровень политического параллелизма и значительная роль партийной прессы в обществе, в отличие от стран с либеральной медиамоделью.

Следует понимать, что в период существования в Нидерландах явления размежевания деятельность СМИ внутри каждого из четырех сегментов происходила под эгидой политических объединений и движений. До 1960-х гг. наибольшим числом сторонников внутри протестантской «колонны» обладали Антиреволюционная партия (ARP), Христианский исторический союз (CHU), Политическая фе-

[6] См., например: совокупный годовой тираж ежедневных газет во Франции в 2014 г. составил 1,918 млрд экз. Этот показатель, безусловно, выше, чем аналогичный показатель по Нидерландам, однако при этом необходимо учитывать размер населения страны (16,8 млн в Нидерландах и 66 млн во Франции по данным 2013 г.). URL: http://www.ojd.com/var/ojd/storage/files/plaquette/OJD_Plaquette_25emeObservatoire_2015.pdf (дата обращения: 15.05.2015).

[7] Mediamonitor // Dagbladen in 2013. Op cit.

[8] Mediabestedingen wereldwijd met meer dan 40 procent gestegen. URL: http://www.marketingfacts.nl/berichten/mediabestedingen-wereldwijd-met-meer-dan-40-procent-gestegen (дата обращения: 01.06.2015).

[9] Sustainable Governance Indicators. URL: http://www.sgi-network.org/2014/Governance/Executive_Accountability/Media/Newspaper_Circulation.

дерация реформаторов (RPF), Реформистский политический союз (GPV); внутри католической «колонны» – Римско-католическая государственная партия (RKSP) и Католическая народная партия (KVP); социал-демократическая «колонна» была представлена Социал-демократической рабочей партией (SDAP) и Партией труда (PvdV); либеральная – Союзом либералов (De Liberale Unie), Народной партией за свободу и демократию (VVD) и т.д.

Принадлежность СМИ к одной из «колонн» во многом определяла их редакционную политику, выбор целевой аудитории и источники финансирования. Так, например, СМИ нейтральной направленности в большинстве своем не получали финансовой поддержки со стороны политических партий, в отличие от предыдущих трех «колонн», и существовали в основном за счет государственных дотаций и субсидий прессе. В то же время СМИ, выпускаемые под эгидой определенных политических объединений (такие, как газета «Де Стандарт» (De Standaard), поддерживающая Антиреволюционную партию, или газета «Де Ниве Фаан» (De Nieuwe Vaan), издаваемая Католической народной партией), основной доход получали напрямую от этих объединений.

Влияние политических партий на транслируемый контент было также значительным. Во времена размежевания СМИ фактически выполняли роль площадки для освещения взглядов, идей, политической программы и агитационных лозунгов определенной политической группы. Освещаемые в СМИ события в подавляющем большинстве случаев происходили внутри собственной «колонны», новости федерального уровня были представлены в меньшей степени и обязательно сопровождались трактовкой точки зрения «колонны», к которой относилось это издание. Если требовалось опубликовать экспертное мнение по какому-либо вопросу, приглашенный эксперт обязательно должен был разделять взгляды соответствующей «колонны».

Целевой аудиторией СМИ являлись сторонники определенной «колонны», а журналисты, в свою очередь, исполняли роль трансляторов взглядов и идей своей «колонны»: объективной, многосторонней трактовки событий в период размежевания практически не было. Наконец, решающим фактором при приеме на работу, в том числе в СМИ, являлась принадлежность кандидата к соответствующей политической или религиозной группе. «Колонны» являлись автономными образованиями, практически не поддерживающими контакты друг с другом, что объясняет закрытость СМИ, их сконцентрированность преимущественно на событиях внутреннего масштаба.

На примере проведенного нами контент-анализа изданий «Алхемейн Дахблад» (2010 г.) и «Эт Фолк» (1918 г.) [Гладкова 2012a; 2012b]

можно убедиться, что нидерландские газеты подверглись значительным трансформациям после распада системы «колонн»: изменений коснулись как их идеологическая направленность, так и целевая аудитория, медийный контент, источники финансирования (от партийных и государственных дотаций к доходам от рекламы и распространения тиража).

В выпусках газеты «Алхемейн Дахблад» от 2010 г. отчетливо прослеживаются такие современные тенденции, как независимость издания от политических объединений, соблюдение нейтралитета при освещении общественно значимых событий, ориентация на массовую аудиторию – то, что изданиям эпохи сегментированного общества было не свойственно. Отметим, что нам удалось также выявить трансформацию ракурса освещения избирательной кампании: так, в материалах 1918 г. был зафиксирован акцент на партиях, сопряженный с минимальным интересом к личности ее членов, а в 2010 г. – на личности политических деятелей как представителей определенной общественной группы. Можно предположить, что эта тенденция напрямую связана с переходом Нидерландов от сегментированного общества эпохи размежевания к интегрированному обществу современности. Следствием этого является повышение интереса к человеку, его индивидуальным качествам, а не политическим пристрастиям и, соответственно, определенный спад интереса к партийным объединениям.

В целом можно сказать, что распад системы «колонн» повлек за собой деполитизацию прессы, уход от политически аффилированных газет в сторону «изданий для всех» («catchall media») [Hallin, Mancini, 2009: 270], иными словами, тех, что ранее позиционировали себя как нейтральные. Подобная гомогенизация прессы стала следствием снижения в 1960–1970-х гг. уровня политического параллелизма, развития коммерциализации, усиления журналистской автономии. Она в свою очередь привела к изменению целевой аудитории газет: читатели стали восприниматься не как последователи определенного общественно-политического течения и сторонники одной из «колонн», а как индивидуальные потребители СМИ.

Развитие журналистского профессионализма

Напомним, что под журналистским профессионализмом Халлин и Манчини подразумевали целый ряд факторов, среди которых были названы журналистская автономия (независимость журналистов от органов государственной власти и медиакомпаний), развитие профессиональных журналистских объединений и союзов, создание кодексов этики и т.д.

В целом для стран с моделью демократического корпоративизма свойственно раннее возникновение профессиональных журналистских объединений [Hallin, Mancini, 2009: 170] и их более значительная роль в медиасистеме по сравнению со странами либеральной группы [ibid: 171]. Характерно, что именно в Нидерландах был основан один из первых журналистских союзов в Европе (1894 г.). Под влиянием размежевания система профессиональных журналистских организаций, как и другие общественные институты, подверглась сегментированию, и у каждой из «колонн» появились свои отдельные журналистские сообщества. Объединение их произошло только после распада «колонн» в 1965 г. в рамках Нидерландского Союза журналистов (Nederlandse Vereniging van Journalisten). Еще одной профессиональной организацией журналистов, появившейся в Нидерландах после исчезновения размежевания, стал Совет по журналистике (Raad voor de Journalistiek), созданный в 1960 г. В качестве его учредителей выступили представители Союза журналистов Нидерландов, Общества главных редакторов Нидерландов, Национального информационного агентства Нидерландов, некоторых координирующих организаций печатной прессы, а также координирующих организаций государственного и коммерческого вещания, организации в области Интернета «Планета Интернет»[10]. Сегодня основная деятельность Совета по журналистике Нидерландов включает рассмотрение жалоб аудитории СМИ на факты искажения информации в СМИ, неправомерное использование источников информации, вторжение в частную жизнь и т.п. Совет по журналистике ежегодно публикует годовой отчет о своей деятельности, который можно найти в открытом доступе на официальном вебсайте совета[11].

Именно руководству Совета по журналистике принадлежит авторство этического кодекса нидерландских журналистов (De Code van de Raad voor de Journalistiek) от 2010 г.[12] Показательно, что первые документы, регламентирующие права и обязанности журналистов, появились в Нидерландах только после исчезновения размежевания: среди них «Толкование прав и обязанностей журналиста» (De Verklaring der Rechten en Plichten van de Journalist) от 1971 г. и «Кодекс журналистских принципов» (De Code van Journalistieke Beginselen) от 1982 г. Все названные документы отражают основные принципы работы журналистов, их права и обязанности по отношению к аудитории и редакции, содержат этические нормы поведения, акцентируют значимость объективности, беспристрастности и точности при создании журналистских материалов.

[10] Путеводитель по саморегулированию СМИ // URL: http://www.ifap.ru/library/book287.pdf (дата обращения: 26.11.2014).

[11] Raad voor de Journalistiek // URL: http://www.rvdj.nl/ (дата обращения: 26.11.2014).

[12] De Code van de Raad voor de Journalistiek // URL: http://www.rvdj.be/sites/default/files/pdf/journalistieke-code.pdf (дата обращения: 21.05.2015).

Добавим, что, по мнению Халлина и Манчини, именно стремление журналистов к объективности и независимости от мнений политических партий или владельцев СМИ составляет одну из главных особенностей либеральной модели медиасистемы [Hallin, Mancini, 2009: 219]. Очевидно, что во времена системы размежевания подобной независимости у журналистов практически не было: их роль заключалась преимущественно в освещении взглядов и идей определенной «колонны», ее политической программы, ценностей и убеждений. С исчезновением размежевания роль журналиста трансформировалась: отныне он перестал быть лишь посредником между идеологической группой и ее сторонниками, а приобрел платформу для выражения собственных взглядов, которые совсем не обязаны совпадать с провозглашенной общественно-политической направленностью издания. В данном контексте, на наш взгляд, уместно говорить о повышении журналистской автономии в Нидерландах после распада системы «колонн» и переходе журналистской миссии из пропаганды в общественное служение [Ершов, 2013].

Заключая, мы считаем возможным предположить, что уровень журналистского профессионализма в Нидерландах сегодня, как и во времена размежевания, довольно высок. На это указывает, в частности, раннее возникновение и активная работа профессиональных журналистских объединений в стране. Вместе с тем мы считаем, что журналистский профессионализм также подвергся некоторым трансформациям после распада «колонн» и снижения политического параллелизма в системе СМИ: так, уровень журналистской автономии стал значительно выше, а в появившихся кодексах журналистской этики были закреплены нормы беспристрастности, объективности и точности, которыми должны руководствоваться нидерландские журналисты.

Роль государства

Для того чтобы охарактеризовать роль государства в нидерландской медиасистеме сегодня, рассмотрим основные законодательные документы, регулирующие политику в области СМИ в Нидерландах.

Необходимо отметить, что в период существования в Нидерландах системы размежевания вмешательство государства в деятельности СМИ было довольно значительным. Так, в 1930 г. в Нидерландах были подписаны «Указ о распределении эфирного времени» (Het Zendtijdbesluit) и ряд положений о регулировании деятельности вещательных организаций. В Указе шла речь о выделении четырем крупнейшим вещателям, представляющим четыре «колонны», по 20% эфирного времени. К этим вещателям относились Социал-демо-

кратическая вещательная ассоциация VARA, Католический теле- и радиовещатель KRO, Нидерландское христианское радиообъединение NCRV, принадлежащее к протестантской «колонне», и позиционирующий себя как независимый вещатель AVRO. 15% эфира было отдано программам общего интереса, 5% – программам, выходящим под эгидой религиозных теле- и радиовещательных организаций и общин. Трансляция передач осуществлялась попеременно из муниципалитета Хилверсум в провинции Северная Голландия, являющегося теле- и радиовещательным центром страны, и Хаузен, расположенного в той же провинции.

Отметим, что установление квот эфирного времени для всех вещательных организаций осуществлялось в зависимости от размера их аудитории. Так, первый тип организаций категори «А» должен был насчитывать не менее 450 тыс. членов. Категория «В» определялась числом членов от 300 до 450 тыс. человек. Категория «С» – от 150 до 300 тыс. членов [Вартанова, 2003]. Для того, чтобы стать членом определенной вещательной организации, сегодня, как и во времена размежевания, необходимо оплатить разовый годовой взнос. В большинстве случаев членство в общественной вещательной организации стоит не очень дорого: так, например, стандартный годовой взнос, установленный вещателем AVROTROS, составляет 7,50 евро[13]. В настоящее время, однако, нидерландский Закон о СМИ не делает столь четкого различия между тремя категориями вещателей, ограничиваясь разделением организаций на две большие группы – с количеством членов более 300 тыс. человек и с количеством членов от 150 до 300 тыс. человек. Первая группа получает 650 часов эфирного времени на телевидении и 3000 часов на радио в год; вторая – в два раза меньше. Общественные вещатели с количеством членов как минимум 50 тыс. человек получают 100 часов времени на телевидении и 450 часов на радио в год[14].

Можно сказать, что под влиянием системы размежевания в Нидерландах сложилась уникальная система распределения государством эфирного времени, не свойственная другим странам Европы. Необходимо отметить, однако, что даже после исчезновения системы «колонн» во второй половине XX в. практика распределения государством эфирного времени сохранилась, однако в нее были внесены некоторые коррективы. Так, например, сегодня ряд религиозных теле- и радиовещательных организаций и общин, согласно статье 2.42 в нидерландском Законе о СМИ от 2008 г., не обязаны иметь конкретное число постоянных зрителей для того, чтобы быть представлены в эфире. В

[13] Veelgestelde vragen. URL: http://www.avrotros.nl/over-avrotros/faq/ (дата обращения: 04.12.2014).

[14] A-omroep, B-omroep, C-omroep // URL: http://apps.nrc.nl/stijlboek/a-omroep-b-omroep-c-omroep (дата обращения: 03.12.2014).

отличие от общественных вещателей они получают определенное количество часов в эфире вне зависимости от объема их аудитории. В качестве примера можно привести программы, созданные под эгидой Римско-католической церковной общины и выходящие в рамках эфирного времени католического вещателя KRO. Под статью 2.42 Закона о СМИ попадают также IKON, ZvK, JO, BOS и некоторые другие вещатели. В общей сложности, согласно нидерландскому Закону о СМИ, эфирное время вещателей, попадающих под статью 2.42, не должно превышать 351 часа на телевидении и 1057 часов на радио в год.

Важно понимать, что на современном этапе нидерландская медиасистема регулируется не только законодательными актами: важную роль в Нидерландах сегодня играют и институты саморегулирования, в частности профессиональные журналистские объединения, речь о которых шла ранее. В качестве еще одного примера механизмов саморегулирования можно привести систему маркировки «Кейквейзер» (Kijkwijzer), разработанную Нидерландским институтом классификации аудиовизуальных СМИ (Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media – NICAM). Система представляет собой набор меток, которыми маркируется весь телепродукт. Набор содержит пять возрастных показателей и шесть характеристик наполнения (ужасы, насилие, эротика, злоупотребление наркотиками/алкоголем, брань, дискриминация). Работу над маркировкой телевизионного контента в институте NICAM проводят более 200 психологов, социологов, представителей родительских комитетов, различных неправительственных и государственных организаций, вещателей и т.д.

Еще одним принципиальным отличием современной системы СМИ Нидерландов от аналогичной системы периода размежевания является активная поддержка плюрализма идей и мнений в медиасреде. С целью сохранения и укрепления многообразия мнений Конституция Нидерландов дает вещательным организациям право самим определять форму и содержание своих программ, а также гарантирует независимость СМИ от влияния на них со стороны частных компаний, корпораций и различных заинтересованных лиц[15]. Очевидно, что во времена социального размежевания, когда СМИ фактически являлись трансляторами взглядов определенной политической или религиозной группы, плюрализм мнений не имел столь значительной поддержки в медиасреде.

Говоря о роли государства в формировании и реализации медиаполитики, а также о регулировании СМИ, следует вспомнить и о традиционно большой поддержке государством в странах с моделью де-

[15] Media Act and Media Policy. URL: http://www.government.nl/issues/media-and-broadcasting/the-government-and-media/media-act-and-media-policy (дата обращения: 25.11.2014).

мократического корпоративизма [Hallin, Mancini: 161] печатных изданий в форме различного рода субсидий и дотаций. Так, прямые общие субсидии от государства получают нидерландские издания специализированного профиля, такие, как газеты мнений, издания для иммигрантов, газеты на языке национальных меньшинств и прочие. Прямые целевые субсидии могут быть направлены на поддержку журналистского образования (стипендии, курсы повышения квалификации), а также стимулирование исследовательской деятельности и развитие технологических инноваций. Непрямые субсидии могут иметь своей целью снижение тарифов на почтовое распространение изданий и на продажи, уменьшение тарифов на телефонную связь и т.д. С 1974 г. в Нидерландах существует также Фонд стимулирования прессы (Het Stimuleringsfonds voor de Pers) для оказания помощи газетам и журналам, которые находятся в тяжелом финансовом положении, содействия новым, только что открывшимся газетам, а также поддержки начинающих журналистов и журналистов, разрабатывающих индивидуальные проекты и стартапы.

В целом, как можно заметить, роль нидерландского государства в медиасфере в настоящее время по-прежнему достаточно велика. Речь идет как о регулировании информационной среды (распределение квот эфирного времени), так и о целенаправленной государственной поддержке СМИ с целью обеспечения плюрализма мнений и идей в медиапространстве. Значительная роль государства свойственна, по мнению Халлина и Манчини, странам с моделью демократического корпоративизма, к которым они относят Нидерланды [Там же].

Вместе с тем сегодня можно говорить о постепенной трансформации роли государства в Нидерландах и усилении таких его функций, как обеспечение независимости СМИ, т.е. противодействие прямому или косвенному контролю над публикуемым контентом со стороны частных компаний, предприятий, заинтересованных лиц; создание условий, при которых СМИ могут оптимальным образом обеспечивать информацией всех граждан страны, а также отражать весь спектр мнений и позиций по ключевым вопросам; осуществление контроля над качеством публикуемого и транслируемого контента; повышение медиаграмотности граждан и другие функции, возложенные на государство в странах с либеральной медиамоделью.

Некоторые из наблюдений, сделанных нами в ходе анализа медиасистемы Нидерландов в период социального размежевания и на современном этапе, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ медиасистемы Нидерландов

Период	Критерии для анализа	Развитие газетной индустрии	Политический параллелизм	Развитие журналистского профессионализма	Роль государства
Период социального размежевания (до 1960–1970-х гг.)		Высокие тиражи изданий, высокие показатели газет на 1000 чел., зависимость выбора изданий от региона проживания читателей, фокус на событиях, происходящих внутри «колонн», односторонняя трактовка событий	Широкое распространение партийной прессы, ориентация на определенные общественно-политические группы («колонны»), влияние политических групп на медиаконтент, журналисты как трансляторы взглядов политических партий, финансовая поддержка печатных изданий со стороны политических партий	Раннее возникновение и активная деятельность профессиональных журналистских объединений (их сегментирование в период деления на «колонны»), меньшая журналистская автономность и независимость от политических партий	Высокая степень вмешательства государства в медиасистему (дотации, субсидии прессе, регулирование общественного вещания), регулирование СМИ посредством законодательных актов
Современный этап		Снижение тиражей изданий, снижение числа газет на 1000 чел., распространение изданий «для всех» (catchall media), переход изданий в онлайн-формат, многосторонняя трактовка событий	Деполитизация СМИ, ориентация на широкую аудиторию, большая объективность и многообразие точек зрения в СМИ, большая независимость журналистов от политических партий, получение основных доходов от размещения рекламы	Активная деятельность профессиональных журналистских объединений (без разделения по идеологическому принципу, как во времена размежевания), появление этических кодексов журналистов, увеличение журналистской автономии	По-прежнему довольно важная роль государства в регулировании СМИ, появление механизмов саморегулирования, целенаправленная поддержка плюрализма идей и мнений в медиасреде.

Выводы

Исследование показало, что для Нидерландов сегодня характерны тенденции, свойственные большинству европейских стран: деполитизация прессы, ориентация СМИ на широкую аудиторию, повышение журналистской автономии, появление механизмов саморегулирования СМИ, развитие профессиональных журналистских объединений, изменение роли государства в обществе, коммерциализация СМИ и их переход в онлайн-формат и многие другие.

После распада системы «колонн» Нидерланды подверглись влиянию факторов глобального характера и постепенно утратили свойственную этой стране специфику деления на четыре общественно-политических сегмента, имеющую прямое влияние на медиасистему страны. Одним из немногих сохранившихся со времен размежевания элементов является уникальная система распределения эфирного времени в Нидерландах в зависимости от объема аудитории, не имеющая аналогов в других странах Европы. В целом, однако, на современном этапе справедливо говорить об исчезновении системы «колонн» и постепенной гомогенизации нидерландского общества и системы СМИ под влиянием общемировых социальных и экономических процессов.

Рост журналистского профессионализма и профессиональной автономии, деполитизация СМИ, стабильно высокий интерес к печатным СМИ у нидерландской аудитории по сравнению с другими европейскими странами, коммерциализация СМИ позволяют говорить о близости нидерландской медиамодели странам, классифицированным Халлином и Манчини как страны с либеральной моделью СМИ. Вместе с тем говорить о полном переходе Нидерландов в эту группу, на наш взгляд, преждевременно, учитывая, в частности, по-прежнему значительное влияние государства на медиасистему страны. Заключая, скажем, что пример Нидерландов демонстрирует одну важную, на наш взгляд, тенденцию, а именно то, как глобальные тренды постепенно вытесняют национальные особенности медиасистем, приводя к тому, что их развитие сегодня происходит по схожему сценарию.

Список литературы

Братусь И.Б. Нидерланды. Опыт лингвострановедческого словаря. СПб: Факультет филологии и искусств СПбГУ, 2009.

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.

Вартанова Е.Л. Теория СМИ: актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009.

Гладкова А.А. Модель четырех «колонн» в Нидерландах // Меди@льманах, 2011. 5.

Гладкова А.А. Освещение парламентских выборов в газете «Эт Фолк» («Алхемейн Дахблад») (сравнительный анализ кампаний 1918 и 2010 гг.) // Меди@льманах, 2012а. 2.

Гладкова А.А. Трансформация газетной прессы Нидерландов в XX–XXI в. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2012 b.

Гладкова А.А. Пресса Нидерландов в контексте системы размежевания. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.

Ершов Ю.М. Автономия журналиста как критерий профессионализма и показатель развития // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. №4(24).

Захарова М.В. Пресса Франции в 2010 г.: особенности рыночных стратегий // Медиаскоп, 2012. 3.

Землянова Л.М. Теоретические принципы сравнительного анализа медийных систем в трудах Дэниела Халлина и Паоло Манчини, их адептов и оппонентов // Медиаскоп. 2013 №3.

Bardoel J. Open Media, Open Society. Rise and Fall of the Dutch Media Model: a Case Study // Media for the Open Society. Moscow: IKAR Publisher, 2001.

Brants K., McQuail D. The Netherlands // The Media in Western Europe / Ed. Euromedia Research Group. London : Sage, 1997.

Brants K., Siune K. Politicization in Decline? // Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce / Ed. D. McQuail, K. Siune. London: Sage, 1998.

Brüggemann M., Engesser S., Büchel F., Humprecht E., Castro L. Hallin and Mancini Revisited: Four Empirical Types of Western Media Systems // Journal of Communication. 2014. Vol. 64(5).

Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. New York: Cambridge University Press, 2009.

Iossifov I. The Dutch Press Policy: a Model to Follow or a Model to Change // Media for the Open Society. Moscow: IKAR Publisher, 2001.

Kruijt J.P. Verzuildheid in Nederland: Blijvende Structuur of Aflopende Episode? / J.J. Gielen ea., Pacificatie en de Zuilen. Meppel: Boom, 1965.

Lijphart A. Consociational Democracy // World Politics 21. 1969. N 2.

Lijphart A. Verzuiling, Pacificatie en Kentering in de Nederlandse Politiek. Amsterdam : J.H. de Bussy, 1979.

Lijphart A. Non-Majoritarian Democracy: A Comparison of Federal and Consociational Theories. Publius: The Journal of Federalism // 1985. Vol. 15. N 2.

Lijphart A. Electoral Systems and Party Systems. A Study of Twenty-Seven Democracies 1945–1990. Oxford University Press, 1994.

Lijphart A. Patterns of Democracy. Government Forms and Perfromance in Thirty-Six Countries. Yale University Press, 1999.

Media in Nederland. Deel 1, 2 / Red. *Jo Bardoel, Jan Bierhoff.* Amsterdam: Van Gennep, 1981.

Rooij M. Kranten. Dagblad Pers en Maatschappij. Amsterdam: Wetenschappelijke Uitgeverij, 1974.

Toonen T. A.J. The Interplay of Pillarisation and Administration // West European Politics. 2000. N 23.

Поступила в редакцию
03.06.2015