

УДК 316

DOI 10.23683/2227-8656.2018.3.9



РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ О СВОБОДЕ СЛОВА: ВЗГЛЯД ПРОФЕССИОНАЛОВ

REGIONAL MEDIA ABOUT FREEDOM OF SPEECH: THE VIEW OF PROFESSIONALS

Романович Нелли Александровна

Доктор социологических наук, профессор,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте РФ (Воронежский филиал);
генеральный директор,
Институт общественного мнения
«Квалитас»,
г. Воронеж,
e-mail: nelly@qualitas.ru

Nelly A. Romanovich

Doctor of Sociological Sciences, Professor,
The Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration
(Voronezh branch);
General Director,
Public Opinion Institute “Qualitas”,
Voronezh,
e-mail: nelly@qualitas.ru

Коробкова Оксана Александровна

Аспирант,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте РФ (Воронежский филиал),
г. Воронеж,
e-mail: oksana.korobkova@gmail.com

Oxana A. Korobkova

Graduate Student,
The Russian Presidential Academy
of National Economy
and Public Administration
(Voronezh branch),
Voronezh,
e-mail: oksana.korobkova@gmail.com

Массмедиа конструируют в публичной сфере значения и смыслы, задают направление общей дискуссии, формируют критерии оценки событий, ведут культурные войны. Одни исследователи считают, что СМИ воспроизводят и сохраняют доминирующую идеологию, другие сравнивают их влияние на общество с той ролью, какую прежде выполняла религия. На фоне интен-

Members of the media offer the society not only information, but also new ideas and even a world view. Mass media construct values and meanings in the public sphere, set the direction of a general discussion, form the criteria for assessing events and conduct cultural wars. Some researchers believe that the media reproduce and preserve the dominant ideology, while others compare the influence of the

сивного формирования мифа о всемогуществе «четвертой власти» актуализируется исследование внутрижурналистской кухни. Свобода слова для журналистов – не абстрактное понятие, а инструмент повседневного использования, как токарный станок для токаря или кузнечные мехи для кузнеца. Именно журналисты как профессионалы способны лучше других оценить сегодняшнее положение со свободой слова в России, поведать о фактах ущемления права свободного распространения информации, рассказать о том, чьи интересы приходится учитывать при принятии решения о публикации материала. С целью получить ответы на эти и подобные вопросы Институтом общественного мнения «Квалитас» в 2015 г. было проведено социологическое исследование в среде воронежских журналистов, представителей различных массмедиа, занимающих в редакциях разные должности и посты – от рядовых журналистов до главных редакторов. Аналогичные исследования были проведены в 2004 и 1994 гг. Соответственно, реализовалась возможность сравнить ответы журналистов за двадцатилетний период, выявить тенденции, оценить перспективы. Оказалось, что ущемление свободы слова в журналистской среде далеко не всегда происходит по вине внешних акторов (например, представители власти или заинтересованные политики). Решение о публикации материала принимается с учетом калейдоскопа различных интересов, где коммерческие интересы и человеческие слабости играют зачастую первую скрипку. В результате делается вывод, что внутренний цензор, ограничивающий свободу слова внутри самого журналиста, может быть более жестким, чем внешние запреты.

Ключевые слова: свобода слова; журналисты; социологический опрос; цензура; средства массовой информации.

media on society with the role that religion previously played. The research within the journalist kitchen has actualized against the backdrop of the intense formation of the myth about the "fourth power" omnipotence. Journalists as professionals are able better than others to assess the current situation with freedom of speech in Russia, to report on the facts of infringement of the free information distribution right, to tell about whose interests it is necessary to take into account while deciding on publishing the material. In order to obtain answers to these and other similar questions the Public Opinion Institute "Qualitas" carried out a sociological study in 2015 among Voronezh journalists, representatives of various mass media who occupy different posts in editorial offices – from chief editors to ordinary journalists. Similar studies were conducted in 2004 and 1994. Accordingly, it became possible to compare the responses of journalists for the period of twenty years, to identify trends, to assess prospects. It turned out that the infringement of freedom of speech in a journalistic environment is not always due to the fault of external actors (for example, representatives of the authorities or interested politicians). The decision to publish the material is often taken based on the kaleidoscope of various interests where commercial interests and human weaknesses play the "first violin". As a result it is concluded that the "inner" censor that limits freedom of speech inside the journalist may be more strict than external prohibitions.

Keywords: freedom of speech; journalists; sociological survey; censorship; mass media.

Введение

Современные медиа предлагают обществу не только информацию, но идеи и даже мировоззрение – эта точка зрения стала общепризнанной в западной идеологии массовых коммуникаций (Дж. Гербнер, Дж.Б. Томпсон, Д. Крото, Дж. Райн и др.).

К примеру, Дж. Гербнер рассматривал изменения в современной культуре как порождение культивируемых массмедиа ценностей и стандартов (Gerbner, 1986). Эффект культивации, по его мнению, происходит после долгого кумулятивного воздействия СМИ. Дж. Гербнер называл телевизор одним из главных членов семьи и сравнивал власть телевидения с прежней властью религии.

Косвенно на это указывал и Дж.Б. Томпсон, который утверждал, что массмедиа конструируют значения и смыслы, обеспечивающие в обществе поддержание социально сконструированного неравенства (Thompson, 1990. P. 56). В России со стороны революционеров в начале XX в. именно религия подвергалась аналогичным обвинениям в оправдании и поддержании социального неравенства. Такая историческая аналогия не случайна, ведь религия задавала комплекс норм и ценностей, которые в современном обществе формируются посредством СМИ.

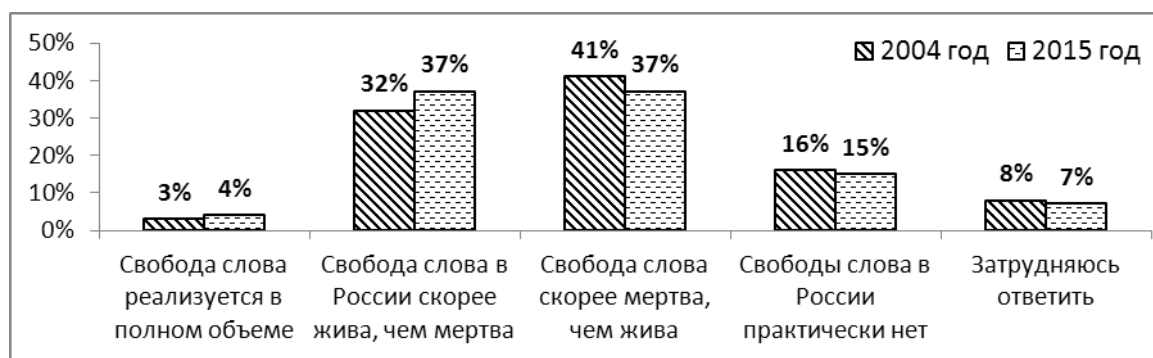
В связи с той ролью, которую играют в обществе СМИ (неслучайно их называют «четвертой властью»), актуализируется необходимость обращения к самим журналистам с целью выявления их мнения по актуальным вопросам современности, в частности оценки ситуации со свободой слова в России. Под свободой слова мы будем понимать «право выражать своё мнение и идеи, не опасаясь карательных мер со стороны государства, цензуры или общественного мнения» – такое определение Дж.Ст. Милля остается поныне гениальным в своей простоте (Mill, 1869. P. 5).

Свобода слова в региональных СМИ г. Воронежа: сравнительный анализ

Институтом общественного мнения «Квалитас» весной 2015 г. было проведено социологическое исследование (опрошено 180 воронежских журналистов: представителей интернет-СМИ, телевидения, радио и прессы – 44 различных СМИ г. Воронежа). В исследовании принимали участие главные редакторы и их заместители, корреспонденты и фотокорреспонденты, заведующие отделами, ведущие различных программ, обозреватели и другие работники СМИ. Результаты исследования представлены в Ежемесячном бюллетене социологических

сообщений по городу Воронежу (Ежемесячный бюллетень ... , 2016). Аналогичные исследования проводились Институтом общественного мнения «Квалитас» и ранее (в 1994 и 2004 гг.), анализ результатов которых был опубликован в журнале «СОЦИС» (Романович, 2006). В настоящее время у нас есть уникальная возможность: сравнить мнение нынешних работников СМИ и тех, кто трудился на этом поприще десять и двадцать лет назад.

Работникам СМИ было предложено оценить сегодняшнее положение свободы слова в России (рисунок). Оценки журналистов разделились: в общей сложности более половины опрошенных (52 %) засвидетельствовали отсутствие свободы слова в России, но почти половина опрошенных (41 %) утверждали, что свобода слова в России существует (правда, только единицы соглашались с тем, что она реализуется в полном объеме).



Распределение ответов на вопрос «Оцените, пожалуйста, сегодняшнее положение свободы слова в России?»

Результаты опроса обнаруживают существенное расхождение респондентов по этому вопросу. Помня о том, что свобода слова для журналистов – это главное условие их профессиональной деятельности, остаётся только удивляться разногласием в их среде по самому кардинальному из вопросов. Какие обстоятельства определяют это разногласие? Оказалось, что ответы на этот вопрос зависят от занимаемой должности. Главные редакторы чаще давали положительные, чем отрицательные, ответы на этот вопрос (49/36). В то же время рядовые корреспонденты положительные ответы давали реже отрицательных (38/58). Кроме того, имела значение специализация журналистов. Среди тех, кто нес ответственность за подачу новостей, только 45 % опрошенных отрицали наличие свободы слова, тогда как среди тех, кто освещал события в экономике, число пессимистических отве-

тов увеличивалось до 61 %. Также имеет значение и вид СМИ. Реже всего ограничения в этом плане ощущают работники интернет-СМИ: 48 % (почти половина!) из них уверены в том, что свобода слова в стране есть (и даже 8 % считают, что она реализуется в полном объеме). А вот среди работников печатных СМИ только каждый третий (33 %) подтвердил наличие свободы слова в России. Ответы респондентов зависели также и от их стажа. Молодые люди, проработавшие менее пяти лет, верили в наличие свободы слова чаще (44 %), чем опытные журналисты, отработавшие более 10 лет (38 %).

Ответы работников пера и микрофона в 2015 г. никак нельзя назвать более депрессивными, чем десять лет назад, скорее наоборот! Соотношение признающих и отрицающих наличие свободы слова в России в 2004 г. – 35/57, а в 2015 г. – 41/52. Иными словами, наличие свободы слова в 2015 г. журналисты признавали чаще, чем в 2004 г.

Результаты массовых опросов населения Институтом общественного мнения «Квалитас» продемонстрировали, что большинство воронежцев убеждены в наличии свободы слова в России, в частности свободы печати (54 %). Более того, около четверти опрошенных (22 %) посетовали на то, что свобода печати в нынешней России чрезмерна и переходит во вседозволенность. Женщины так отвечали чаще мужчин: 28/15, пожилые люди – чаще молодых: 31/19. Лишь 18 % жителей Воронежа считали, что печатные СМИ не свободны (Ежемесячный бюллетень ... , 2014). В общественном мнении воронежцев, как в малой капле, отражены общероссийские тенденции, протекающие в общественном мнении. Можно только удивляться, что цензура востребована не только среди населения страны, но и среди её журналистов. Доказательством этого является опрос исследовательского холдинга «Ромир-Мониторинг», который засвидетельствовал, что более 70 % населения России и более 40 % российских журналистов считают, что цензура в стране нужна (Говорим всем, 2015). А пару лет назад опрос, проведенный ВЦИОМ, обнаружил, что российские граждане готовы замахнуться на сам символ свободы слова – Интернет. Всего лишь 11 % жителей страны считают, что Интернет должен быть совершенно свободным от правительственной цензуры. При этом почти половина наших сограждан (49 %), напротив, полагают, что цензура в Интернете необходима. За введение цензуры в Интернете выступают 57 % граждан, которые не пользуются Интернетом, и 43 % постоянных пользователей (Опрос ... , 2016).

Чьи интересы прежде всего имеют в виду воронежские журналисты при подготовке материала к печати или к эфиру? Ответы работни-

ков СМИ на вопрос: «Скажите, пожалуйста, при подготовке материала чьи интересы или реакции Вы принимаете во внимание или вынуждены учитывать в первую очередь?» в 2015 г. есть возможность сравнить с ответами в 2004 и 1994 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Чьи интересы или реакции Вы принимаете во внимание или вынуждены учитывать в первую очередь?», %

Ответы	1994 г.	2004 г.	2015 г.
Читателей	46	54	53
Главного редактора	50	39	45
Героев публикаций	–	39	37
Спонсора, рекламодача	34	32	28
Учредителя	48	22	27
Местных властей	35	20	12
Родственников, друзей, знакомых	–	3	3

Примечание. Так как респонденты отмечали несколько вариантов ответа, общая сумма превышает 100 %.

В последние годы ответы работников СМИ на этот вопрос внушают изрядную долю оптимизма. Большинство журналистов и в 2004, и в 2015 гг. при подготовке материала учитывали прежде всего интересы читателей (53–54 %). Собственно, рыночно ориентированные средства массовой информации так и должны поступать. А вот в 1994 г. интересы главного редактора (50 %) преобладали над интересами читателей (46 %).

Но и сегодня главный редактор – это одна из ключевых фигур, определяющих лицо конкретной единицы СМИ. По результатам опроса, главреды – на втором месте после читателей. При таком раскладе актуализируется иерархия интересов, на которые ориентируются главные редакторы: читатели, учредители, рекламодатели, герои публикаций. Правда, герои публикаций в большей степени «досаждают» не главным редакторам, а их заместителям и самим корреспондентам. Ну а для рядовых корреспондентов интересы читателей и главного редактора практически равнозначны – приходится принимать во внимание и то, и другое. В этом калейдоскопе интересы местной власти учитываются едва ли не в последнюю очередь (если, конечно, верить журналистам на слово). Считаются с интересами местных властей чаще всего те работники СМИ, которые готовят подборку новостей. При этом га-

зетчики и телевизионщики чаще вынуждены принимать во внимание мнение местных властей, чем работники интернет-СМИ.

Иными словами, свобода слова в СМИ определяется отнюдь не только (и не столько) волею власти предрержащей, а совокупностью интересов самого различного толка. Кроме возможных сторонних, есть и собственные интересы издания. Работники СМИ признаются, что зачастую действуют ситуативно, стараются избежать публикаций и программ, провоцирующих большое количество негативных выступлений и откликов.

Предположим, что сенсационный материал, добытый потом и кровью, был отстранен от публикации. Как в таком случае будут действовать авторы? (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Как Вы, скорее всего, поступите, если Ваш материал по политическим или конъюнктурным соображениям будет снят с полосы или эфира?», %

Ответы	1994 г.	2004 г.	2015 г.
Ничего не буду предпринимать	13	18	16
Буду искать компромисс	35	45	46
Постараюсь опубликовать этот материал в другом издании (компании)	30	20	23

Почти каждый второй опрошенный (46 %) настроен на рациональное урегулирование проблемы – собирается искать компромисс между желанием донести свой материал до читателя (зрителя) и волей руководства. Наиболее готовы к компромиссу фотокорреспонденты (71 %), спортивные (60 %) и экономические (59 %) обозреватели. А в иерархии редакционного руководства заместители первого лица в редакции (50 %) являются самыми опытными мастерами компромисса, возможно, в силу занимаемой должности: ведь им нужно учитывать интересы и коллектива, и шефа.

Ничего не будут предпринимать, если зарубят их материал, 16 % воронежских журналистов. Число пассивных «флегматиков» в разные годы колебалось от 13 до 18 % (табл. 2). Менее всего пассивность была свойственна бурным 90-м гг., а времена стабильности характеризуются ростом некоторой апатии.

«Буду выяснять причины и убеждать», – так решительно собираются действовать некоторые журналисты, у которых завернут материал. У других настрой далеко не боевой: «лягу спать», «напьюсь»... Третьи готовы прислушаться к замечаниям: «переделаю материал, скорректирую». А некоторые будут стараться не попасть в такую ситуацию: «Я изначально не буду писать материал, который не будут публиковать». Хотя эту позицию обозначили всего несколько человек, она стоит внимания, поскольку свидетельствует о самоцензуре, которой подвергается каждый материал ещё до активизации внешней цензуры со стороны редакции или властей. Думается, что самоцензура касается не только правдивости материала, но и предотвращения воображаемых проблем, которые могут возникнуть у автора. А значит, зачастую является более жесткой, чем внешняя цензура, и более распространенной, чем декларируется. Соответственно, многие журналисты отмечают: «Чтобы завернули мой материал – у меня практически такого не бывает!»

Попытки опубликовать отвергнутый материал в другом издании (компании) характерны для 23 % журналистов. Заметим, что журналисты с большим стажем работы (свыше 10 лет) в два раза чаще будут пытаться опубликовать материал у «чужих» (30 %), чем журналисты, чей стаж не превышает 5 лет (15 %). То есть большой стаж не гарантирует лояльности к родному издательству. Подобная лояльность несколько выше среди представителей электронных СМИ: они редко будут пытаться озвучить снятый с эфира материал в другой компании. Зато работникам пера подобный «патриотизм» не свойствен – они в два раза чаще работников микрофона попытаются опубликовать свои статьи в другом издании, если в родном получился облом. И все же поиски других возможностей для публикации отвергнутых статей скорее были характерны для 90-х гг., когда новые издательства росли как грибы после дождя и почти каждый третий журналист готов был дать ход отвергнутому материалу в другом издательстве.

Заключение

Уже стало общим мнение, что средства массовой информации ежедневно конструируют социальную реальность. Подобное конструирование производится с помощью схем социальной асимметрии, намеков, подтекстов, неоправданных исторических параллелей. Нет ничего удивительного в том, что общество живет в той социальной реальности, которая сконструирована средствами массовой информации. Исследователи убеждают даже, что «в условиях тотальной “медиазации” развитых индустриальных обществ другой социаль-

ной реальности как бы и не существует в рамках публичной сферы» (Тузиков, 2003. С. 47). Социальное событие как бы исчезает, если о нем не говорят по радио, не пишут в газетах, не показывают по телевидению. Всемогуществу работников СМИ стоит удивляться, но возникает закономерный вопрос: насколько осознанно они сами принимают решения о том, быть или не быть какому-то событию? Реализуют ли они свое видение события или следуют установленным внешним ограничениям? Эти ограничения могут создаваться как властью, так и другими структурами, которые так или иначе влияют на свободу слова.

Проведенное Институтом общественного мнения «Квалитас» исследование выявило, что свобода слова в СМИ определяется мотивами самого различного толка. При этом речь идет не только о внешних ограничениях, но и о внутренней политике самого издания, с которой вынуждены считаться его работники. Зачастую журналисты действуют ситуативно, руководствуясь чувством самосохранения, стараются избежать провокационных публикаций и программ. Основной вектор работы мастеров пера и микрофона – это рациональное урегулирование проблемы, поиски компромисса между желанием донести материал до конечного потребителя и существующими ограничениями. К ограничениям относится и самоцензура, которая зиждется иногда на предотвращении воображаемых проблем, которые могут возникнуть у автора в связи с публикацией материала. Самоцензура порой бывает более жесткой, чем внешняя цензура, поскольку журналист озабочен благополучием издательства, равно как и собственным положением.

Во всем спектре интересов, между которыми приходится лавировать журналисту при подготовке материала к публикации, давление местных властей играет едва ли не последнюю роль, поскольку здесь преобладают интересы читателя (материал должен быть интересным) и главного редактора (он должен его пропустить). Во втором ряду по приоритетности выступают эмоциональные (реакция героя публикации) и коммерческие интересы (спонсор, рекламодатель, а также учредитель). И только в третью очередь журналисты учитывают интересы местных властей (значимость которых снизилась почти в три раза за последние два десятка лет), а также друзей, родственников и знакомых, которых тоже не стоит сбрасывать со счетов. В итоге выходит, что социальная реальность, ежедневно конструируемая работниками СМИ, предопределяется конгломератом разнообразных интересов, приоритетность которых зависит от должности, стажа, места работы

журналистов, а также их собственными представлениями о том, что должно или не должно быть опубликовано.

Литература

Ежемесячный бюллетень социологических сообщений по городу Воронежу / под ред. Н.А. Романович. Воронеж : Квалитас, 2014. № 2014-08. Режим доступа: <http://www.qualitas.ru/ru/publications/bulletin/2014/August>.

Ежемесячный бюллетень социологических сообщений по г. Воронежу / под ред. Н.А. Романович. Воронеж : Квалитас, 2016. № 2016-03. Режим доступа: <http://www.qualitas.ru/ru/publications/bulletin/2016/March>.

Говорим всем // Ромир-мониторинг (2015). Режим доступа: <http://govorim-vsem.ru/viewtopic.php?t=30135>.

Опрос: половина россиян выступает за введение цензуры в Интернете // ТАСС (2016). Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/2160136>.

Романович Н.А. Региональные СМИ: возможности и проблемы // Социологические исследования. 2006. № 4. С. 77–84.

Тузиков А.Р. Теории идеологии в западной социологии: от критики «ложного сознания» к анализу дискурсивных практик массмедиа : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. М., 2003.

Gerbner G., Cross L., Morgan M., Signorielly N. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process in Perspectives on Media Effects / Jennings Bryant and Dolf Zillmann (eds.). N.J., 1986. P. 17–40.

Mill J.S. Introductory. On Liberty (4th ed.). London: Longman, Roberts & Green, 1869. 246 p.

Thompson J.B. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Stanford, CA: Stanford University Press, 1990. 214 p.

References

Monthly Bulletin of Sociological Research News in the City of Voronezh (2014). No. 2014-08. Available at: <http://www.qualitas.ru/ru/publications/bulletin/2014/August/>.

Monthly Bulletin of Sociological Research News in the City of Voronezh (2016). No. 2016-03. Available at: <http://www.qualitas.ru/ru/publications/bulletin/2016/March>.

Telling Everybody. Romir-monitoring Available at: <http://govorim-vsem.ru/viewtopic.php?t=30135>.

Opinion Poll: Half of Russians want the Internet to be censored (2016). TASS. Available at: <http://tass.ru/obschestvo/2160136>.

Romanovich N.A. (2006). Regional mass media: opportunities and problems. *Sociologicheskie issledovaniya*. No. 4. P. 77-84.

Tuzikov A.R. (2003). Theories of Ideology in Western Sociology: from Criticism of "False Consciousness" to the Analysis of Mass Media Discourse Practices. The author's abstract of a thesis for a Doctor's of Sociology degree. Moscow. 68 p.

Gerbner G., Cross L., Morgan M. and Signorielly N. (1986). Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process in Perspectives on Media Effects, Jennings Bryant and Dolf Zillmann (eds.). N.J. P. 17-40.

Mill J. S. (1869) Introductory. On Liberty (4th ed.). London: Longman, Roberts & Green. 246 p.

Thompson J.B. (1990). Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Stanford, CA: Stanford University Press. 214 p.

Поступила в редакцию

17 апреля 2018 г.