

*Н.В. Колесник*

## **МЕДИА И ВЛАСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РЕГИОНЕ\***

*В статье представлен анализ трансформации региональных СМИ (на примере Республики Коми), который рассматривается через призму властных отношений. В поисках вариантов ответа на один из главных вопросов исследования, — кто же является субъектом власти информационного поля в регионе, — различается два главных действующих сообщества, гипотетически влияющих на процесс функционирования региональных СМИ. Эти субъекты информационной власти предстают как конкурирующие группы, имеющие собственные интересы, ресурсы, идеологии: журналистское сообщество в лице ее элиты, которая в элитологии традиционно именуется как интеллектуальная элита, и властное элитное сообщество региона (административный, политический, экономический сегмент).*

### **Введение**

После 1991 г., когда государство утратило монополию на СМИ, медиа-система переструктурировалась на иных основаниях, изменилась содержательная сторона процесса производства «события», произошли серьезные сдвиги в организации. Если в советские времена существовала система вертикали, предполагающая цензуру и план, бюджет и партийный контроль, то теперь появились негосударственные СМИ, для которых независимость, интересы потребителя стали повседневными атрибутами функционирования. Но следует отметить, что при всей разительности перемен, происходящих на российском медиа-рынке, сохранились черты советского прошлого. При этом советское наследие просматривается при исследовании как регионального, так и общероссийского медиа-поля. На наш взгляд, ситуация в медиа-поле регионов крайне противоречива и характеризуется как наличи-

---

\* Статья выполнена в рамках исследовательского проекта, осуществленного при поддержке Фонда Макаруров (грант № 02-73254-000 GSS).

ем плюрализма относительной свободы, так и сильным влиянием на процесс функционирования медиа-структур (газеты, журналы, ТВ и радио, информационные компании) со стороны представителей политической, административной, экономической элиты региона.

В качестве единицы анализа нами избраны социальные группы, которые занимают высшие позиции в журналистском и властном сообществе российского региона (на примере Республики Коми). Медиа-поле рассматривается нами, согласно теории П. Бурдьё, как одно из социальных полей регионального пространства. По своей сути оно представляет собой органичное целое, связанное воедино внутренними социальными связями и отделенное от других полей границами. Медиа-поле, как и другие социальные поля, иерархично по своей структуре, сложно и сегментировано. Если рассматривать элиту медиа-системы, то, как и в других сферах, следует различать две элиты: собственно медиа-элита, которую в научной литературе именуют еще как «интеллектуальная элита», и административная элита медиа-системы. Первая субэлита представлена собственно журналистами, которые в своей профессиональной деятельности достигли максимальных результатов: имеют популярность, получают большое вознаграждение. В административную элиту медиа-системы вошли представители регионального управления печати, министерства по культуре и т. д. Таким образом, медиа-поле, как и другие социальные поля, вмещает в себя элитарные и иные части поля. В элитарной части поля индивиды концентрируют максимальное количество ресурсов, которые имеют различное выражение: денежное, властное, символическое. В научной литературе медиа-элиты именуют еще интеллектуальной элитой, и нередко эти понятия не просто дополняют друг друга, а являются синонимами.

Целью данного исследования является анализ сущности процесса трансформации медиа-системы, взаимодействия журналистов и власти. В связи с указанной целью уместно выдвинуть следующие задачи: определить особенности процесса трансформации медиа-системы в регионе; рассмотреть «исторический переход» медиа-структур к рыночной экономике; проанализировать механизм функционирования региональных печатных СМИ и практики взаимодействия СМИ и региональной власти.

Эмпирической основой исследования явились глубинные интервью с представителями медиа-элиты, опрос экспертов (изданий «Красное знамя», «Республика», «Коми му», «Йолога», «Эском», «Трибуна», «Молодежь Севера», «7 дней-Экспресс»), региональных журналистов, специалистов министерств и др. властно-экономических структур, представителей административной элиты, анализ российской, республиканской, городской прессы. С целью раскрытия глубинных процессов, протекающих в медиа-поле региона, была применена исследовательская стратегия кейс-стади, которая обладает широкими познавательными возможностями. Ключевым методологическим моментом кейс-стади является опора на качественные методы сбора и анализа данных, что вовсе не исключило использование в проекте и количественного подхода как дополняющего основной.

В России распад монархической (термин Ф. Флерона) элиты начинает-

ся задолго до известных августовских событий. Некогда монолитная по своему образованию советская элита, постепенно превращаясь в сегментированное образование, переходит от иерархического правления к стратегическому взаимодействию элит. На региональном уровне происходит процесс формирования новой элиты с одновременным переструктурированием старой элиты. В связи с указанными тенденциями возникает необходимость осмысления социальной реальности, которая позволит найти теоретические основания для понимания того, что происходит на информационном рынке России. Кроме того, поиск концептуальных схем дает возможность ответить на следующие вопросы. Каков механизм процесса трансформации отраслевой стратификации (на примере медиа)? Появились ли сегодня социальные основания для функционирования новых агентов и структур, которых в прежнем региональном информационном пространстве не существовало? Каковы взаимоотношения представителей административной, политической и интеллектуальной элиты в регионе?

При рассмотрении процесса становления и функционирования руководителей медиа-структур как сегмента региональной элиты необходимо рассмотрение методологических практик обращения с категорией «интеллектуальная элита». К числу дискуссионных относится вопрос о том, представляют ли руководители СМИ сегмент российской элиты? Следует различать две противоположные линии рассуждения. Согласно первой, интеллектуальную элиту относят к числу элитных групп ввиду их способности (через СМИ) влиять на ценности и модели поведения в обществе, не различая при этом региональный и федеральный уровень их функционирования. Для других исследователей, в силу развитости сильной вертикали на местном уровне, интеллектуальная элита на местах не относится к числу элитных групп.

По нашему мнению, медиа-элита на региональном уровне представляет собой группу, которая потенциально обладает стратегическими ресурсами. Обладание ресурсами позволяет медиа-элите быть относительно автономной, объективной, свободно выражать свое мнение и интересы. Другой аргумент в пользу рассмотрения значимого сегмента российской элиты связан с особенностями российского капитализма и находит проявление в функционировании финансово-промышленных групп, которые, как правило, образуются при активном участии медиа-структур.

### **Являются ли российские журналисты интеллектуальной элитой: теория вопроса**

Проблематика исследований журналистов как одного из значимых сегментов интеллектуальной элиты в российских социальных науках не является ключевой. Как правило, исследуя средства массовой информации, авторы проектов анализируют процесс потребления печатной продукции, социальный облик аудитории, правовое обеспечение процесса функционирования СМИ и др. сюжеты. Крайний случай в исследовательской ситуации отечественных СМИ представляют работы, в которых присутствуют общие рассуждения о журналистике, СМИ вообще, и игнорируются основные соци-

альные субъекты не только в центре, но и на местах.

Журналистам, которые не только по позиционным показателям, но и по репутационному критерию, могут и должны представлять интеллектуальную элиту, отводится в исследованиях крайне скромное место либо исследуется «журналист-средняк» (термин А. Кустарева) (Кустарев 2000: 7). Исключение составляют лишь некоторые удачные примеры исследования журналистских практик, трансформации российских СМИ, но не в элитистских терминах, а в категориях «агенты влияния», «структуры влияния», «владельцы СМИ».

Так, в этнографическом исследовании петербургского социолога Е.Ю. Кольцовой в числе основных агентов влияния (на процесс производства новостей), которых автор проекта различает по ресурсам и стратегиям, названы не только рядовые журналисты, но и руководители СМК. Е.Ю. Кольцова, дистанцируясь от терминов, принятых в теории элиты, обозначает руководителей СМК как агентов влияния, которые «имеют непосредственные отношения с такими внешними агентами влияния, как экономические акторы и представители государства» (Кольцова 1999: 97). Влиятельные агенты контроля представлены экономическими агентами (владельцы, спонсоры, рекламодатели). В группу «государственных агентов» вошли представители выборной власти, администрации, правоохранительных органов, жилищно-эксплуатационного хозяйства, государственной медицинской и образовательной системы. Иными словами, включает автор проекта, в число «государственных агентов» попадают те, кто «имеет доступ к дефицитным общественным ресурсам» (Кольцова 1999: 98).

При рассмотрении процесса становления и функционирования верхнего слоя журналистского сообщества как сегмента интеллектуальной элиты необходимо рассмотрение методологических практик обращения исследователей с категорией «интеллектуальная элита». Анализ научной литературы по данной проблематике показывает, что вопрос о том, имеются ли практические основания для отнесения верхнего слоя журналистов к интеллектуальной элите, является спорным. Представители монистического подхода считают, что власть в лице элитных групп, по-прежнему обладая монополией на ресурсы, определяет облик современных российских СМИ, и потому журналисты не могут быть включены в сегмент российской элиты. Что же касается регионального уровня, то на местах экономическая и политическая независимость СМИ от государственной поддержки ведет к практически полной несамостоятельности журналистов, которые оказываются в роли не субъекта, а объекта информационного пространства.

Однако наряду с подобными оценками встречается и так называемый плюралистический подход. Странники этого подхода считают, что современные российские СМИ при формальном игнорировании их представителями властных структур, объективно поставлены в такие условия, которые не позволяют власти абсолютно пренебрегать мнением журналистов. Дело не только в том, что поле политики и поле СМИ тесно взаимосвязаны и призваны взаимодействовать. Во многом политический имидж, политический успех представителей российской власти предопределяются взаимоотношениями со СМИ. Если в условиях стран «старых демократий» СМИ являются не

только фактором политики и общества, но, как заметил К. Дойч, и условием выживаемости политической системы, то в России зарождающаяся демократическая система лишь только начинает осознавать необходимость в обратной связи посредством коммуникации. По мнению У. Сарчинелли, «без этого стимулирующего, критического и корректирующего и тем самым интегрирующего элемента отмирают демократические корни» (Сарчинелли 2002: 39). Не случайно, в связи с этим, при описании медиа-процесса в западных странах получил распространение тезис о трансформации парламентарно-представительной демократии в медиа-представительную.

Помимо «политологического» обоснования процесса функционирования современных СМИ получает распространение «экономическая» точка зрения. Ф. Дуве полагает, что в сфере СМИ появился новый тип гибкого предпринимателя, который вытесняет прежнего руководителя-издателя, для которого продукция СМИ является таким же товаром, как и другие, — товаром, который нужно пустить в оборот (Сарчинелли 2002: 42). В соответствии с этим, и медиа-политика рассматривается через призму экономической политики. «Правительство больше интересуется обеспечением конкурентоспособности на внешнем рынке, созданием рабочих мест, получением налоговых доходов, внедрением технологических инноваций и модернизаций, чем свободой слова, плюрализмом мнений, конкуренцией в сфере публицистики» (Сарчинелли 2002: 43). По нашему мнению, понимание процесса формирования элиты, в том числе и интеллектуальной, возможно лишь при анализе действия институций, к числу которых относятся и медиа-структуры. Интеллектуальная элита в лице журналистов представляет собой возможную группу, обладающую стратегическими ресурсами. Другой аргумент в пользу рассмотрения значимого сегмента российской элиты связан с особенностями российского капитализма и находит свое проявление в функционировании властных групп, которые, как правило, образуются при активном участии медиа-структур.

Интерес для нашего исследования представляет не только анализ дискуссии по поводу того, является ли верхний слой журналистского сообщества интеллектуальной элитой, но и вопрос о том, что, собственно, есть интеллектуальная элита? По А.А. Вейхеру, элита представляет собой социальный слой, образуемый лицами, влияющими на принятие управленческих решений, формирующих условия жизни остального населения региона. Автор предлагает широкое толкование элиты, замечая, что кроме собственно властных групп (политико-административного и финансово-экономического руководства) элита включает и лиц, формирующих общественное мнение в городе (СМИ, организаторы избирательных компаний), тех, кто представляет собой «лицо города», составляет его уникальность (деятели культуры, науки, спорта). В частности, автор отмечает, что «личная позиция ведущих журналистов, <...> их лояльность городу, поддержка ими тех или иных властных элит становится одним из факторов принятия важных решений внешними силами, <...> достижения тех или иных результатов выборов. <...> Властные элиты вынуждены считаться с ними, высоко оплачивать не просто услуги, а выраженность позиции, в итоге вводя их в круг экономически самодостаточных людей» (Вейхер 1998: 119).

О существовании интеллектуальной элиты в России говорят в своем исследовании В.М. Ломовицкая и Т.А. Петрова. Изучая ученых как интеллектуальную элиту, исследователи обратили внимание на вопросы о самоидентификации респондентов и существовании интеллектуальной элиты в России вообще. Однозначных ответов на поставленные вопросы получено не было, но «практически все (респонденты) не отрицали как самого факта существования истинной интеллектуальной элиты, так и необходимости ее сохранения для науки и общества» (Ломовицкая, Петрова 1998: 152).

Как отмечает исследовательница Д. Крэстева в своей работе о посткоммунистической элите, специфика в функционировании интеллектуальной элиты состоит в том, что представители этой группы производят модели мышления и поведения. При этом все элиты имеют символическую власть, но именно для интеллектуальной элиты основанием для автономии является символический капитал (Крэстева 1999: 111). Однако проблема состоит в том, успевают ли интеллектуальная, в частности посткоммунистическая элита создать этот символический капитал. В группу интеллектуальной элиты входят писатели, ученые, журналисты, звезды искусства, спорта.

Что касается масс-медиа, то Крэстева относит журналистов к интеллектуальной элите и отмечает, что «многовластие в масс-медиа очень часто просто выражает разногласие между властными группами. Наличие множества центров власти дает возможность некоторым журналистам опьяняться своим критическим пафосом, направленным против интересов одних, опираясь на стабильную поддержку других» (Крэстева 1999: 111).

В работе московских исследователей (Российская элита 1997), посвященных особенностям сознания российской элиты, ее специфичный сегмент, интеллектуальная элита, представлена учеными и журналистами. Используя качественно-количественный анализ текстов интервью, авторы анализируют восприятие социальной реальности, глубину и характер рефлексии, неявные предпосылки и установки, которые лежат в основе рассуждений и оценок происходящего в России. По мнению группы московских исследователей, именно интеллектуальная элита представляет собой наиболее благодарный объект для анализа: «ведь у ее представителей игнорирование хорошо известных, а то и очевидных фактов и обстоятельств или непоследовательность в рассуждениях меньше всего можно объяснить случайностью, отсутствием привычки к систематическим рассуждениям или незнанием» (Российская элита 1997).

### **Региональные СМИ в новых условиях**

Перемены, которые коснулись региональных СМИ, в первую очередь связаны с политической и экономической трансформацией в постсоветской России. Процесс перестройки политической системы и демократизации общества в бывшем СССР позволил СМИ выйти за идеологические рамки и на некоторый период времени стать независимыми от власти. По мнению экспертов, в функционировании региональных СМИ произошел качественный скачок. В первую очередь, он связан с технологическим

фактором, а именно приходом компьютерной техники в журналистскую деятельность. Причем речь идет не только о возможности быстро и качественно производить текстовый продукт, но и получать доступ к источникам информации, использовать новые технологии.

Серьезным фактором, который оказал влияние на положение постсоветских СМИ, стал процесс децентрализации советской экономики. Этот процесс коснулся и СМИ, которые впервые за многие десятилетия, существуя на государственных дотациях, столкнулись с экономическим вопросом. Важной составляющей этого процесса явилось экономическое развитие органов печати, радио, телевидения в зависимости от того, какое поведение избрали и демонстрируют региональные СМИ, выступая в роли экономических агентов. Причем экономическая составляющая этого процесса предопределяется несколькими источниками (факторами), которые в свою очередь влияют на благополучие СМИ как экономических субъектов. Среди значимых факторов оказывается так называемый личностный фактор редактора. По мнению одного из экспертов, *«именно главному редактору или руководству, если это акционерное общество, приходится решать не только журналистские, но и бизнес-проблемы, как выводить газету, то есть заниматься маркетингом или еще там чем-то, чтобы газета была на плаву»* (интервью № 6).

Мощным источником экономического состояния для региональных СМИ, вне зависимости от формы собственности, оказывается реклама или состояние рекламного рынка. По оценкам экспертов, российские СМИ только в 2001 г. получили от рекламы около 2 млрд. долларов. Согласно данным рейтинговой компании TNS/Gallup AdFact, только за первые 10 мес. 2001 г. рекламные поступления на ТВ выросли на 55 %, в газетах — на 30 %, на радио — на 10 %.

Что касается изменения содержания работы представителей журналистского сообщества, то опрос региональных экспертов позволил выявить две точки зрения. Согласно первой точке зрения, в повседневных практиках журналистов серьезных изменений не произошло. *«В работе как таковой мало что изменилось. Те же командировки, те же разъезды, общение с людьми. Изменилось материальное положение и не в лучшую сторону. Если на Западе это одна из самых высокооплачиваемых профессий, то у нас это далеко не так. У нас все-таки языческое сознание: оценить значимость информации как таковой многие неспособны. Даже на самом высоком уровне. Это понимают, может быть, люди бизнеса, и они готовы платить большие деньги за информацию и платят»* (интервью № 3).

Однако на фоне подобных оценок в ходе опроса журналистов встречались мнения, согласно которым с падением престижа профессии журналиста, так же, как и престижа профессий врача, учителя, изменилась роль журналиста в обществе. Речь идет не только о влиянии экономического фактора на повседневные действия журналистов при производстве информационного продукта, когда газеты просто не могут обходиться без рекламы, а о символической власти журналистов. Как заметил один интервьюер, *«мы владеем информацией, но уже не владеем миром...»*

(интервью № 4). Сегодня журналисты утратили способность влиять на судьбу представителей различных социальных групп, в том числе и на государственных служащих, чиновников. Раньше «простые люди» обращались в СМИ за помощью, причем обращение в газету, на радио, телевидение было адекватно обращению в райком, обком партии, а критическая публикация в прессе расценивалась большинством как вызов «на ковер»; представители властных структур могли даже лишиться своей должности.

Такое положение вещей сохранялось до начала 1990-х гг., а пик интереса к СМИ пришелся на период перестройки и связан, прежде всего, со всплеском общественного интереса к журналистике, с открытием новых тем, которые предлагались для обсуждения. *«Горный поток всяких обличительных статей, автократия, борьба с привилегиями партийными. Это была революционная эпоха, страна бурлила, как котел, и, естественно, в то время хороший журналист не мог избегать этих тем, он должен был о них говорить. И, с другой стороны, наибольшая степень свободы, которой больше никогда не будет, и не было, ни до, ни после»* (интервью № 5). Это был «золотой период» для журналистов, которые практически не были ограничены никакой цензурой. Тогда можно было писать о чем угодно.

Но через несколько лет ситуация резко изменяется, и уже со второй половины 1990-х гг. журналистика, в том числе и на региональном уровне, превращается лишь в посредника по передаче информации. *«Новая школа журналистики подразумевает мастерство только в том, чтобы информация стала доступной для понимания аудитории. Сделать ее красивой, привлекательной, читаемой или слушаемой. А тогда были совершенно другие цели. Если раньше жанр публицистики самостоятельно существовал, то теперь это такое эфемерное понятие — публицистика, я так думаю, что на факультетах журналистики этого предмета нет»* (интервью № 3).

Один из главных символов советской эпохи СМИ — институт цензуры — постепенно трансформируется. Введенная еще в царскую эпоху, цензура существует в СССР вплоть до начала периода перестройки и гласности. В конце 1980-х гг. ситуация в поле СМИ резко изменяется, и формально можно говорить о начале периода, когда СМИ стали существовать «без цензуры». Но, как отмечают журналисты, в условиях отсутствия формальной цензуры в 1990-е гг. появляется другое, то, чего прежде не существовало в журналистской деятельности. Начиная со второй половины 1990-х гг. журналисты впервые столкнулись с явлением, которое в праве именуется как гражданские иски по газетным публикациям. И в этих условиях журналистам стало гораздо труднее работать: *«Я работаю в таком ключе и даже обладаю какой-то информацией, которая не доказана. Она может быть доказана только в одном случае — судом, если дело уже закончено, компетентные органы уже знают факт хищения, растраты. В принципе, любая неточность, она чревата судебным иском»* (интервью № 16). Кроме того, если в начале 1990-х гг. на самых разных этажах властной иерархии существовала потребность в качественном и правдивом материале, то уже через несколько лет ситуация кардинально изменяется. Как заметил один журналист, о понятии «гласность» в нашей стране просто забыли.



## О журналистской конкуренции: «кто играет на скрипке, а кто на контрабасе»

СМИ и журналисты, существуя в региональном пространстве, находятся в постоянной конкуренции не только друг с другом, но и с представителями властного поля. Многие зарубежные исследователи обращают внимание на конкуренцию, которая существует между властью и журналистами. Эту конкуренцию они считают неизбежной и объясняют целями сторон, которые различны и несовместимы. «Журналисты добывают информацию, в то время как бюрократы вовсе не желают ею делиться. Другое объяснение состоит в том, что общество не слишком доверяет своим избранным и назначенным “слугам”, и именно пресса заставляет власти отчитываться перед согражданами в своих действиях» (Шулте 1996: 118). По мнению других исследователей, существующая конкуренция между властью и СМИ есть не что иное, как естественная напряженность, вытекающая из противоречивого статуса журналиста. «Чтобы успешно делать свою работу, журналист должен иметь доступ к политикам и пользоваться их доверием, но при этом обязан правдиво информировать общество» (Шулте 1996: 121). В целом, заключают сторонники теории «противоборства» между прессой и правительством, такое противоборство полезно для системы в целом, поскольку служит защитой от опасных для общества политических альянсов.

Различая вопросы взаимодействия между СМИ и властью, следует, прежде всего, выделить основные функции, которые пресса выполняет по отношению к представителям властных структур. По мнению Г. Шулте, пресса выполняет следующие функции: 1) *репортерская* (точное и взвешенное информирование населения о работе властей); 2) *контрольная* — выявление данных об ошибках, некомпетентности или злоупотреблениях официальных лиц; 3) *критическая* — независимая оценка деятельности различных учреждений и официальных лиц; 4) *коммуникационная* — публикация мнений и дискуссий по интересующим общество вопросам; 5) *защитная* — помощь гражданам в доведении их мнения до сведения властей (Шулте 1996: 139).

Если раньше конкуренцию в журналистских кругах было принято именовать понятием «творческий рост», то с переходом СМИ к рыночным условиям термин «конкуренция» обретает самостоятельный статус. Полученные данные подтверждают идею о том, что, несмотря на творческий характер труда журналистов, конкуренция среди журналистов существует. Другой вопрос — как понимают сами журналисты конкуренцию и каковы их субъективные оценки этого процесса. По мнению опрошенных, содержание понятия «конкуренция» зависит не только от вида СМИ. Если речь идет о конкуренции внутри поля прессы, то специфика конкуренции во многом предопределяется формой собственности печатного издания или тем, кому реально принадлежит печатное издание. И потому, в коммерческих изданиях региона, в отличие от государственных, конкуренция не только не постулируется, но и материально поощряется. В государственных изданиях система материального вознаграждения по-прежнему оста-

ется не гибкой, и потому материальное поощрение не всегда оказывается зависимым от эффективности труда журналистов.

Если же сравнивать конкуренцию по видам СМИ, то содержимое понятия не только резко дифференцируется, но и оказывается противоречивым. «Скрытая» и «открытая» конкуренция существует во всех полях СМИ, потому что они объединяют творческих людей: *«...если человек по настоящему личность, то он достаточно ревниво оценивает себя, свою деятельность и деятельность своих коллег. Если честно, людям всем ведь хочется быть лучше, и непроизвольно происходит сравнение себя с другими. Кому-то удалось, кому-то нет, и все зависит от тебя самой, как ты это оценишь: завидуешь или нет, радуешься или нет, можешь ли принять это»* (интервью № 23). Однако «в чистом виде» региональные журналисты сталкиваются с конкуренцией лишь на профессиональных конкурсах. *«Конкуренция может быть только тогда, когда проводится конкурс. Два года подряд в республике проводился конкурс, в 1997 и 1998 гг. Это был общереспубликанский конкурс “Человек года”. Там было несколько номинаций: “Банкир года”, например, и в том числе “Журналист года”. <...>Вот я ощутил, что это не конкуренция, скорей, а вот зависть — да. Недоброжелательность — да. Потому что каждый журналист себя считает очень талантливым. А некоторыми движут такие мессианские идеи, что вот, мол, только я смогу сказать людям правду»* (интервью № 23).

Что касается содержания понятия «конкуренция» в представлениях самих журналистов, то чаще всего с ним связывают процесс производства материалов: кто первым получил доступ к необходимой информации, кто первым опубликовал материал, кто лучше подал материал. Поэтому журналистская конкуренция это скорее «конкуренция материалов».

### **Журналист и власть. «С властью шутки плохи?»**

При исследовании проблем функционирования региональных СМИ, вопрос о взаимодействии власти (административной, политической) и СМИ лишь частично является темой первого уровня. Вместе с тем размышления о степени объективности/необъективности, самостоятельности/зависимости региональных журналистов выводят на проблему того, каковы взаимоотношения власти и СМИ. Полученные данные позволяют опровергнуть либо подтвердить выдвинутые гипотезы исследования. Так, бытовавшие как в социальных науках, так и на обыденном уровне представления о том, что региональные СМИ находятся в полном подчинении у административно-политической власти, подтвердились нами лишь отчасти. В оценках журналистов взаимоотношения с властью представляются как противоречивый и мозаичный процесс. На оценки этого процесса оказывает влияние не только социальная позиция журналиста в иерархии журналистского сообщества региона, но и то, к какому поколению журналистов относится агент, какое издание он представляет, каковы его профессиональные ценности и др.

В ходе опроса было зафиксировано несколько точек зрения, которые ха-

рактируют взаимоотношения между властью и СМИ в регионе. 1) В настоящее время наступил период «мирного сосуществования», что находит проявление в полном игнорировании журналистов представителями властей; 2) во взаимоотношениях СМИ и власти, по сравнению с прежними временами, ничего не изменилось; 3) их отношения варьируются в зависимости от ситуации; 4) произошло кардинальное обновление во взаимоотношениях власти и журналистов.

Сторонники первой точки зрения, которые именуют взаимоотношения власти и СМИ как период «мирного существования», отмечают, что в настоящее время власти не диктуют журналистам, о чем писать, а журналисты не критикуют власть. Почему? Дело не только в традиционной формальной зависимости региональных журналистов от представителей власти, когда журналистам опасно критиковать власть и их политику. В связи с тем, что произошли изменения в конфигурации взаимоотношений между властью в лице элиты и журналистами, что связано в первую очередь с ресурсной составляющей этого процесса, усилили свои позиции журналисты тех печатных изданий, которые принадлежат крупным собственникам предприятий ТЭКа.

По мнению так называемых традиционалистов, в регионе во взаимоотношениях власти и СМИ ничего не изменилось. Эксперты подобное положение дел связывают, прежде всего, с институциональным дизайном региона. Сохранение республикой на протяжении последнего десятилетия профиля «губернаторского региона» оказало влияние на положение СМИ. В так называемый спиридоновский период существования региона практически все региональные СМИ оказывались в такой ситуации *«когда ни говорить свободно о власти плохо, ни делать против них — ничего было нельзя»* (интервью № 15). После избрания нового губернатора ситуация особенно не изменилась. Если старый глава ни в какую свободу с журналистами не играл, то нынешний губернатор, создавая иллюзию демократии в регионе, проводит политику нивелирования критических публикаций, хотя и использует мягкие методы. Он позволяет критиковать власть, но при этом, как отметил один эксперт, ничего не изменяется, *«говори, говори, про Торлопова, как про Воргашиор, ничего не изменится»* (интервью № 1). В регионе действует негласный закон взаимоотношений власти и СМИ: *«Господа, вы знаете, что власть нельзя трогать? Вот и не трогайте»* (интервью № 4).

Однако нынешняя власть постепенно отказывается от моделей жесткого как политического, так и экономического давления на прессу. У региональной элиты формируется представление о том, что прямой контроль над СМИ является удобным и эффективным, но чаще всего оказывается политически невыгодным. Большинство представителей министерств и ведомств региона, по оценкам журналистов, рассматривают журналистов как посредников по поставке информационных услуг. На этом региональном фоне имеется тонкая прослойка представителей властного сообщества, которые рассматривают СМИ как равного партнера и видят в журналистах специалистов своей профессии. Как правило, подобный тип взаимоотношений зависит от индивидуальных особенностей представителей как власти, так и журналистики. Те журналисты, которые оказываются более независимыми по от-

ношению к региональным властям, вполне способны претендовать на позиции в четвертой власти и обладают ресурсами, которые позволяют выполнять свой профессиональный долг. Если журналист *«уподобляется факсу, передает ту информацию, которую в него вкладывают чиновники, без самостоятельной обработки, комментариев и т. д., то все нормально, отношения более — менее. Но если журналист противится этой ситуации и чтит, что ли, свой профессиональный кодекс, то появляются конфликты. Это проявляется в том, что перед журналистом просто-напросто захлопываются двери в тех или иных ведомствах и отказывают в информации»* (интервью № 5).

При взаимодействии представителей журналистского сообщества с властью не менее значимым, чем профессионализм агентов, оказывается доверие властей журналисту. Данные других исследований показывают, что среди государственных служащих 90,8 %, среди политической элиты 92,5 %, а среди населения 68,4 % тех, кто не вполне доверяет или совсем не доверяет СМИ. Те же, кто вполне доверяет центральным или общероссийским СМИ, составляют только 3 %. Используя традиционные, формальные формы взаимодействия с журналистами, брифинги, пресс-конференции, круглые столы, чиновники, как правило, приглашают всех аккредитованных журналистов. Но для освещения закрытых и значимых мероприятий существует так называемый первый список доверенных лиц. Это те журналисты, которые не просто получают доступ к официальной информации — им дается возможность подтвердить собственную благонадежность региональной власти: *«журналисты это все-таки люди на виду, и кто есть кто, уже все знают (т. е. представители власти — Н. К.). Если приглашают того или иного журналиста, то уже имеют представление о человеке и так и делают — какие-то персонафицированные приглашения поступают».*

Разделение властью журналистов на «своих» и «чужих» во многом было предопределено личными связями, основанными на доверии прежнего главы республики по отношению к представителям журналистского сообщества: *«Если, например, журналист пишет нехорошие статьи про главу РК, про Спиридонова, то у Спиридонова, нет никаких оснований его любить. И когда у Спиридонова возникает желание сделать какую-нибудь публикацию, естественно, что он не будет обращаться к этому журналисту, более того, если этот журналист обратится сам, то ему откажут»* (интервью № 28).

Одним из значимых индикаторов отношения власти к печатным СМИ является то, какие стратегии взаимодействия выстраивают местные власти по отношению к оппозиционной прессе. В регионе начиная с конца 1980-х гг. функционирует несколько так называемых оппозиционных газет. На разных этапах постсоветского периода роль оппозиционной прессы в регионе выполняли различные издания. Термин «оппозиционная газета» в данном случае используется не в смысле «издание, критикующее власть», — скорее оно стремится к собственной независимости. При этом необходимо различать независимость журналистов и независимость СМИ.

Степень независимости СМИ и журналистов определяется, по П. Бурдые,

различными факторами. Если речь идет о независимости СМИ, то следует обратить внимание на долю доходов, получаемых ими от рекламы и от государственных субсидий, а также на степень концентрации рекламодателей. «Что касается степени независимости того или иного журналиста, она зависит, во-первых, от степени концентрации СМИ <...>; во-вторых, от положения газеты, в которой он работает, по отношению к остальному газетному пространству <...>; в-третьих, от его положения в газете <...>, определяющего его статусные гарантии <...> и зарплату <...>; наконец, от его способности к созданию независимой информации (Бурдые 2002: 93).

Наиболее известной в регионе в этом отношении является газета «Молодежь Севера». По оценкам экспертов, она относится к числу тех немногих газет в регионе, которые вопреки экономической логике предпринимают попытки по поддержанию статуса «независимой газеты». Причем речь идет об устойчивости этой тенденции на протяжении последнего десятилетия. Это проявляется не только в особом способе подачи материалов и их высоком качестве, но и в заботе журналистов этого издания о собственной репутации. Кроме газеты «Молодежь Севера» в группу независимых региональных газет, по оценкам экспертов, входят столичные газеты «Трибуна», «Красное Знамя», «Стефановский бульвар» (издание эксглавы республики), ухтинская «НЭП+С», воркутинская «Час пик». При этом речь идет о политической независимости прессы, а не экономической. По мнению экспертов, некоторые из обозначенных выше изданий, будучи относительно независимыми от представителей властных структур, оказываются под контролем финансово-промышленных групп региона. Однако в целом, изучая группу независимых изданий в регионе, следует не только определять властного агента (к примеру, государственные и коммерческие структуры), от которого экономически зависит печатное издание, но и исследовать, каковы тактические и стратегические взаимоотношения между прессой и властью.

Помимо вышеописанных точек зрения на проблему взаимодействия власти и журналистов существует мнение, согласно которому ситуация в регионе с приходом к власти нового главы республики кардинально изменилась. В «спиридоновский» период существования региона взаимоотношения по оси «власть-журналист» эксперты описывают при помощи таких терминов, как «командный стиль руководства», «установки сверху», «жесткая регламентация». По мнению одного из столичных тележурналистов, в тот период *«были, насколько я знаю, установки определенные, команды, что снимать, как показывать вождя (Спиридонова) и его людей. Это нельзя, это можно, то есть регламентировалось все и достаточно серьезно. А сейчас такой регламентации нет. Вплоть до того было: каким сюжетом должен идти ролик о том, как вождь ездил в район, например, Корткеросский, чего-то там по фермам ходил. И если это не стояло первым сюжетом, а третьим, а первым стояло что-то другое, трудно даже сказать, что было! То есть все делали, как велено. Сейчас этого нет»* (интервью № 16).

Нынешний период экспертами описывается в терминах «открытая власть», «полезные встречи», «диалог». При этом журналисты отдают себе

отчет, что радикальные изменения во взаимоотношениях власти и СМИ, возможно, носят временный характер, и существует большая вероятность того, что с приближением очередных выборов губернатора либо депутатского корпуса ситуация может кардинально измениться.

Региональная власть, как и власть на любом другом уровне, обладает не только экономическими рычагами принуждения СМИ, но и иными ресурсами. Власти, обладая монополией на легитимную информацию (термин П. Бурдые), в частности на информацию из официальных источников, манипулируют информацией и агентами. Одним из проявлений «информационного давления» властей на журналистов и СМИ являются повседневные практики предоставления властью журналистам официальной информации. В данном случае информация рассматривается как ресурс государственной власти, а не как ресурс информационной власти или власти прессы. Подобное различие важно, поскольку «непонимание этих различий ведет к непродуктивному обострению спора о том, является ли пресса властью вообще или она является только ветвью государственной власти, так называемой четвертой властью» (Бурдые 2002: 83).

При прежней системе власти в регионе шел противозаконный отказ по тем журналистским запросам, в которых содержались просьбы о предоставлении «неудобных» сведений о представителях и структурах системы региональной власти. В первую очередь, это касалось сокрытия властями сведений о заработной плате руководства республики, которые по своей сути не являются государственной тайной и должны по существующему закону предоставляться журналистам. Другой пример, чаще всего приводимый журналистами в своих интервью, демонстрирует нежелание либо отказ прежнего руководства региона предоставлять журналистам различные нормативные акты. Несколько лет назад, вспоминает один из опрошенных журналистов, *«я даже судился со Спиридоновым и его администрацией, <...> сколько они нам не предоставляли. Мы суды проиграли. Сейчас этого нет, по любому запросу предоставят»* (интервью № 17).

Однако, несмотря на это, среди большинства журналистов преобладают представления, согласно которым власти не только не могут полностью скрыть имеющуюся у них информацию, но имеют *«наивные представления о том, что информацию можно скрыть»*. По мнению журналистов, элита поля СМИ обладает ресурсами (профессиональными, социальными), которые позволяют получать доступ к необходимой информации. А с приходом в СМИ новых технологий у журналистов появляются дополнительные источники информации, которые позволяют им профессионально выстраивать событийные ряды. Более того, именно с приходом Интернета в поле региональных СМИ некоторые эксперты связывают наступление конца первого этапа информационной войны между властью и СМИ, которую власть проиграла.

Помимо сокрытия региональными властями СМИ различной информации, в «спиридоновский период» в регионе существовали неформальные методы давления на неудобную прессу, среди которых получил распространение метод экономического давления. Активно используя экономические

рычаги давления на неудобные или критически настроенные издания, прежнее руководство региона прибегало к перекрытию канала основных источников финансирования (например, реклама, в том числе и скрытая). Чаще всего в категорию «неудобных для властей» эксперты относили два издания, «Трибуну» и «Молодежь Севера».

Однако принцип «любит — не любит» по-прежнему является принципом отбора журналистов на брифинги, пресс-конференции, в том числе и «постановочные» пресс-конференции, представителями региональной элиты. Некоторые представители журналистского сообщества сложившуюся практику отношений власти и СМИ объясняют в терминах «понимания» и «необходимости». *«Глава республики имеет право на какие-то личные предпочтения, он не приглашает, кого он не любит уж совсем. Ну а зачем приглашать человека, который потом пойдет и напишет про него какую-нибудь гадость?»* (интервью № 28). В представлениях властей, журналист, которого можно допустить к власти — это, как правило, «свой» человек, не способный к критике. Однако представители властных структур обычно воспринимают региональных журналистов в некой совокупности, «целиком», т. е. через призму общего облика газеты. И потому к власти часто могут быть допущены критичные, профессионально владеющие пером, талантливые журналисты.

До недавнего времени региональная власть была не способна производить тонкий анализ происходящего в поле СМИ и дифференцированно воспринимать журналистское сообщество. Скорее всего, допущенный к власти журналист есть ангажированный (кем-то или чем-то) журналист. Однако ситуация в поле СМИ постепенно изменяется, ибо в региональной власти появилась тонкая прослойка элиты, которая, по словам экспертов, способна не только воспринимать информацию как некую ценность, но использовать ее как средство манипулирования общественным мнением. Кроме того, как заметил один журналист, активное распространение получают «практики выдергивания» из газет наиболее профессиональных журналистов в государственные пресс-службы: *«все хорошие журналисты уходят в пресс-службы. Конечно, там больше платят, но уровень газет снижается, и это очевидно»* (интервью № 17).

### **Как и почему журналисты конфликтуют с властью**

Конфликты между властью и СМИ в регионе не носят (как, впрочем, не носили и ранее) постоянного характера, но эпизодическими их также не назовешь. Однако при исследовании конфликта как важного индикатора взаимоотношений СМИ и власти значимым видится изучение не количественной составляющей этого процесса, а сути происходящего. Анализ текстов прессы и глубинных интервью свидетельствует о том, что конфликты происходят чаще всего на республиканском уровне. Связано это прежде всего с «властным фактором», когда представители властей на местах выступают в роли учредителей наиболее тиражных газет, что определяет практически полную информационную и материальную зависимость журналиста

от власти. Печатный рынок городов (за исключением крупных промышленных центров) и районов Республики Коми не отличается большим разнообразием, и потому официальные печатные органы местной власти становятся единственными источниками информации для жителей северной глубинки. В городах и районах власть выступает единственным учредителем газет и проводит информационную политику, удовлетворяющую собственные интересы. Представительница административной элиты региона (в прошлом журналист столичной газеты) в интервью привела типичные случаи, которые характеризуют взаимоотношения между районной администрацией и журналистами местных газет: *«местная власть на Удоре решила уволить редактора районной газеты. Пришлось ехать разбираться (представителям республиканской власти). Вот там они собрали депутатов. Их не устраивает редактор. Почему? Вот, пишет не то, что мы хотим. А что вы хотите? И как вы хотите? Вы законы о СМИ читали? Там четко написано, что не может быть никакой цензуры, никакого давления. Если он пишет, правильно критикуя, не искажает факты, значит, он имеет право. Если он что-то написал не правильно, подавайте в суд. Мы тогда отстояли (республиканские власти) редактора, защитили. Сейчас он поднял тираж, нормально работает, и сам стал депутатом»* (интервью № 4).

В оценке конфликтов между представителями журналистского сообщества и властных структур мнения журналистов разошлись. Большинство экспертов считают, что с приходом в регионе к власти В. Торлопова конфликты в медиа-поле региона утратили серьезный характер и являются скорее «мелкой грызней». Почему? Если раньше, в период власти Ю. Спиридонова, в ходе конфликтов между властью и журналистами рождались дискуссии, то в настоящий период *«большая часть чиновных структур и власти не готова к диалогу, т. е. чиновник у нас не профессиональный и разговаривать не умеет, двух слов связать не может, а в ответ на довод он может сказать, что разберется. В режиме диалога власть общаться не способна. А это и требуется от власти. Власть не может работать с людьми <...> Т. е. та же самая проблема, что и у журналистов — нет кадров <...> Власть слаба и не качественна. Вот поэтому не может быть серьезных конфликтов, как нет альтернатив со стороны журналистов, так и нет конструктивных идей со стороны власти»* (интервью № 10).

В регионе произошел развал журналистского цеха, образовался кадровый вакуум, стало мало профессиональных журналистов, способных грамотно рассуждать и разбираться в экономических и политических вопросах. Как заметил один региональный журналист, *«журналистский цех переживает не лучшие времена, нельзя говорить, что существует какое-то сотрудничество с властью»* (интервью № 11). Разрозненность журналистского сообщества в регионе связана, по мнению экспертов, не только с внутренними причинами. В числе внешних факторов был назван «личностный фактор», отсутствие в регионе публичной политической фигуры, вокруг которой могли/должны были объединиться местные журналис-



ты. Ранее эти функции выполнял глава республики Ю. Спиридонов: *«многие пытались вокруг него сгруппироваться, но вот не сложилось: выборы и все такое подорвали это. А вот эта разрозненность осталась»* (интервью № 10). Избранный на этот пост В. Торлопов на сегодняшний день не обладает необходимыми ресурсами для выполнения этой роли.

## **Заключение**

Анализ трансформации региональных СМИ (на примере Республики Коми) позволил определить, что трансформация этого социального института, как и любого другого, представляет собой комплексный процесс, анализ которого возможен с различных позиций. По нашему мнению, адекватным видится анализ этого процесса через призму властных отношений. Введение властной составляющей позволило выявить иерархию агентов в информационном поле, ответить на вопрос, кто же в реальности является субъектом информационного поля в регионе.

В поисках ответов на главный вопрос исследования, кто является субъектом власти информационного поля региона, необходимо различать два главных действующих сообщества, гипотетически влияющих на процесс функционирования региональных СМИ. Эти субъекты информационной власти предстают как конкурирующие группы, имеющие собственные интересы, ресурсы, идеологии. Они представлены, с одной стороны, элитным сообществом региона (административным, политическим, экономическим сегментом), которое различается по позиционному критерию. Наиболее сильными позициями в региональном информационном поле, в силу ресурсной составляющей, обладают топливно-энергетические компании, которым принадлежат не только отдельные печатные издания, но и радио, телевидение северных городов региона.

С другой стороны, субъекты информационного поля представлены журналистским сообществом в лице ее элиты, которая в элитологии традиционно именуется «интеллектуальная элита». В случае различения интеллектуальной элиты региона в лице журналистов, следует совместить преимущества позиционного и репутационного методов определения элиты. Рассматриваемая нами интеллектуальная элита распадается на две части и представлена административным сегментом (главные редакторы) и собственно журналистской элитой, определяемой по репутационному критерию.

Информационное поле в регионе в 1990-х гг. характеризовалось несколькими особенностями, среди которых наиболее важными оказывается фрагментарность и мозаичность. Это находит проявление в том, что формально произошел процесс децентрализации регионального рынка СМИ и отсутствует партийно-государственный контроль над информационным полем, но сохраняются старые черты, свойственные «советской модели» СМИ. Так, функции контроля над большинством печатных СМИ теперь перешли к агентам экономической и административной власти региона.

Анализ происходящего показал, что не существует единого регионального информационного поля. Своеобразие медиа-поля в конкретном городе,

селе, поселении Республики Коми определяется территориально-географическими, экономическими, коммуникационными факторами (эта проблема представляет интерес для отдельного исследования). Что касается «властного фактора» как одного из самых главных при рассмотрении процесса функционирования региональных СМИ, то уместнее всего, по нашему мнению, рассуждать не о власти вообще, а о ее конкретных субъектах.

Так, в случае рассмотрения Коми региона, в поле зрения оказались не только региональная власть, но и «внешние агенты», представители федеральных структур. Кроме того, в силу относительной «закрытости» информационного пространства региона вопрос об истинных владельцах региональных СМИ оказался проанализирован нами лишь частично. Что же касается полученных данных о владельцах печатных СМИ, то, на наш взгляд, эти данные требуют не только верификации, но и дополнительных эмпирических сведений о структуре собственности регионального печатного рынка. Эти данные оказались недоступными в ходе проведенного нами исследования.

Другой важной чертой происходящего является активное вхождение рекламы в повседневные практики журналистов. С одной стороны, реклама выполняет экономическую функцию, способствуя преуспеванию одних печатных изданий и выживанию других. С другой, многие печатные издания, предоставляя газетные полосы крупным рекламодателям, попадают в экономическую зависимость от них. Это в свою очередь резко снижает профессиональные возможности представителей журналистского сообщества как производителей символической продукции. Более того, исследование показало, что часто реклама в местных печатных СМИ является скрытой спонсорской помощью экономических и политических агентов региона.

Материалы глубинных интервью позволили выявить не только основные тенденции во взаимоотношениях СМИ и региональной власти, но и неожиданно подтвердили количественную информацию, характеризующую свободу СМИ в Республике Коми. Так, исследователями медиа-ситуации в российских регионах было сконструировано несколько индексов свободы СМИ. Индекс свободы СМИ в РК, по медиа-методике, составил в 1999 г. — 36,1, в 2000 г. — 34,1 (для сравнения, индекс Москвы составляет 63,1 и 62,9 соответственно). Индекс свободы доступа к информации в исследуемом регионе составил 60 в 1999 г. и 54 в 2000 г. Итоговый индекс свободы производства информации: 38 в 1999 г. и 2000 г.; итоговый индекс свободы распространения информации — 10 (72 место среди 87 субъектов информации) (Журналист. Анатомия свободы. Общественная экспертиза 2000: 107–197). В целом, авторы проекта различают в российских регионах семь медиа-моделей развития: три варианта советской модели (авторитарная, патерналистская, модернизирующая), рыночная, переходная к рынку, конфронтационная, депрессивная модель. Исследуемая нами медиа-ситуация в Коми регионе относится к переходной к рынку медиа-модели.

Анализ процесса взаимодействия власти и СМИ в регионе показал, что существующее в научной литературе мнение о сильной зависимости региональных СМИ от местных властей оказывается сильно преувеличенным. СМИ в регионе представляют собой дифференцированное поле, где уместно

различать не только слабые и сильные печатные издания, но и те, которые социально дистанцируются от власти либо наоборот, намеренно приближаются к ней и оказываются в зависимости от представителей региональной элиты. Более того, процесс взаимодействия власти и СМИ, рассмотренный нами на микроуровне, показал, что активными участниками этого процесса оказываются представители не только власти и СМИ, но и силовых, этнических, экономических, образовательных структур. В результате отсутствие постоянных агентов в информационном поле, а также временной фактор региона резко затруднил анализ происходящего.

### **Литература**

Бурдые П. Власть журналистики // Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.

Вейхер А.А. Структурные сдвиги в элите города // Социальные и политические ориентации Санкт-Петербургской элиты. Материалы международного симпозиума. Санкт-Петербург. 25 – 26 июня 1997 г. / Под ред. С. А. Кугеля. СПб.: Изд-во СПбГУ-ЭФ, 1998.

Журналист. Анатомия свободы. Общественная экспертиза. М., 2000.

Кольцова Е. Ю. Производство новостей: скрытые механизмы контроля // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Т. 2. № 3 (7).

Крестева Д. Власть и элита в обществе без гражданского общества // Психология и психоанализ власти. Хрестоматия. Т. 1. Самара: Издательский дом «Бахрах», 1999.

Кустарев А. Конкуренция и конфликт // Pro et Contra. Т. 5. № 4. 2000.

Ломовицкая В.М., Петрова Т.А. Элита как социальная страта научного сообщества современной России // Социальные и политические ориентации Санкт-Петербургской элиты. Материалы международного симпозиума. Санкт-Петербург. 25 – 26 июня 1997 г. / Под ред. С. А. Кугеля. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998.

Российская элита: опыт социологического анализа. Часть 3. Особенности сознания элиты / Под ред. К.И. Микульского. М., 1997.

Сарчинелли У. Старые СМИ — новые СМИ. К вопросу об отношениях между журналистикой и политикой // Средства массовой информации и демократия в современном мире. Сб. статей и рефератов / М.: РАН ИНИОН, 2002.

Шулте Г. Конфликты между властью и журналистами // Проблемы Восточной Европы. 1996. № 45–46.