

*Е. Ю. Кольцова*

## ПРОИЗВОДСТВО НОВОСТЕЙ: СКРЫТЫЕ МЕХАНИЗМЫ КОНТРОЛЯ

...Во второй половине дня в пятницу корреспондентка информационного агентства Х. была обеспокоена тем, что ей «надо отчитаться за прошедшую неделю и спокойно уйти на выходные». Обзванивая оперативные службы, она случайно наткнулась на У., пресс-секретаря одной из них, с которым приятельствовала, и слезно попросила его что-нибудь ей подбросить. Пресс-секретарь сообщил, что на границе недалеко от города задержан гражданин Германии, который пытался вывезти из России кости ископаемого животного, являющегося археологической ценностью. Так как похожий случай уже был за месяц до того, корреспондентка описала происшествие как одно в ряду других случаев расхищения исторических ценностей в регионе.

В тот же день информацию получил и прочитал редактор одной из столичных программ новостей. Посчитав это сенсацией, он связался с корпунктом телекомпании в том же городе и заказал сюжет к следующему утру. В корпункте поднялся переполох, выразившийся в одновременных звонках всех трех корреспондентов по разным ведомствам. Сотрудники таможни все отрицали, пока через знакомых журналисты не вышли на первичный источник информации, У., ссылка на которого заставила таможенников сменить тактику: теперь они утверждали, что операция не закончена, и преждевременная информация могла бы повредить следствию. Они просили отложить сюжет до понедельника. Так как к этому времени информация уже бы «протухла», журналисты попытались связаться с антикварным отделом уголовного розыска. Они убеждали его сотрудников, что для местного угрозыска это была бы хорошая возможность «засветиться» в Москве и продемонстрировать, как доблестная милиция города успешно борется с преступностью. Но попытки оказались тщетными.

Понадеявшись добиться успеха в субботу утром, журналисты попросили московское начальство отложить их сюжет до вечера и занялись поиском конфискованных костей. Через друзей они выяснили, что кости находятся далеко от города, на таможенном посту, куда репортеры не смогли бы успеть съездить на съемки. Готовой «картинки» ни у коллег, ни у оперативников не оказалось. Так как никого из антикварного отдела они также не поймали, журналистам, по выражению одного из них, пришлось «лепи[ть] жуткий сюжет». Его видеоряд был сделан из «картинок» месячной давности, содержавших кости и «синхрон» (ряд реплик) таможенника. Сам сюжет, в эксклюзивности которого репортеры заверили свое начальство, начинался словами: «На стыке двух тысячелетий резко

**Кольцова Елена Юрьевна** (р. 1973) — аспирантка факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-Петербурге, ассоциированный сотрудник Центра независимых социологических исследований.

Адрес: 198005, Санкт-Петербург, Измайловский пр., д. 11, кв. 40.

Тел. дом.: (812) 251-3976.

E-mail: olessia@eu.spb.ru

возрос интерес к историческому прошлому Земли. Международные контрабандисты особо заинтересовались палеонтологией. Во второй раз за минувший месяц на границе задержаны ценности, имеющие историческое значение».

Резюмируя для меня смысл происшедшего, автор сюжета сказал: «Если новости нет, ее надо придумать».

Свидетелем подобной истории может стать каждый, кто несколько дней попристутствует в редакции практически любой программы новостей. Первое, что при этом бросается в глаза и сразу же переполняет исследователя материалом, — это очевидная зависимость появления журналистских «фактов» от технико-производственных аспектов их индустрии. Однако так как примерно до середины семидесятых годов исследования средств массовой коммуникации (СМК) мало касались этапа производства, первые антропологические исследования процесса создания медиа-продукции стали в свое время открытием для социальной науки и породили взрыв подобных работ в разных странах мира. Было такое исследование и в Советском Союзе — проведенное западным социологом [1].

Такие работы (названные Майклом Шудсоном «социально-организационным подходом» [2]), хотя и имели огромное влияние на все последующее развитие исследований массовой коммуникации (МК), часто были довольно описательны и как бы снимали верхний слой данных о производстве новостей [3]. К настоящему моменту большое количество накопленного материала позволяет сделать вывод о том, что закономерности, которые выявляются таким способом, носят универсальный характер и повторяются в разных обществах. Вот почему одной из главных задач моего исследования\* стало стремление выйти за рамки антропологического описания и попытаться выявить (а) закономерности, отличающие мой объект от исследованных ранее, и (б) закономерности, которые лежат под легко доступным верхним слоем и которые мало исследовались в прошлом.

Мое исследование позволяет считать, что главным отличием исследованного феномена является трансформирующийся характер института телевидения в России, что влечет за собой определенные особенности телепроизводства. Самыми малоизученными закономерностями, как показал анализ литературы, являются практики намеренного контроля над производством новостей. На первый взгляд это звучит парадоксально, потому что тема контроля, будучи нормативно проблематичной, всегда вызвала повышенный интерес исследователей, однако труднодоступность связанных с контролем практик предопределила слабую изученность этой проблемы.

Данная статья не включает всех материалов исследования, но организует их часть вокруг проблематики намеренного контроля. Последний понимается как осознанное действие агента, пытающегося навязать свою волю другим. Если

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке Московского общественного научного фонда в рамках программы «Российские общественные науки: новая перспектива», грант № 492/социология-98, и при институциональной поддержке Европейского Университета в Санкт-Петербурге. Я также выражаю особую благодарность Юрию Зинчуку, без которого не могла бы состояться эмпирическая часть исследования, и моим коллегам из университета г. Тампере, Финляндия, за помощь в теоретическом осмыслении накопленного материала.

взглянуть на приведенный в начале статьи эпизод с этой точки зрения, то даже в нем мы увидим сложное взаимодействие, по крайней мере, трех типов агентов контроля, каждый из которых стремится подчинить ситуацию своим интересам: рядовых журналистов, источников информации и руководства. То, каким образом этот эпизод вписывается в общую модель контроля, постепенно будет поясняться по ходу статьи. Прежде чем приступить к теоретической части, я хочу подробнее охарактеризовать свою эмпирическую базу.

Участвующее наблюдение на двух телестудиях, визиты еще на две и 17 интервью с журналистами дают всестороннее и детальное представление о теме («thick description»), но не содержат оснований для вывода результатов за пределы исследуемого города. Однако другие источники показывают, что эти данные не носят локального характера. Самым важным источником здесь является ежегодный мониторинг Фонда защиты гласности [4; 5], в котором за каждый год собирается несколько сотен случаев конфликтов в сфере СМК на территории всей России. Комментарии к этим случаям даются в нормативных категориях и здесь не используются, однако сами описания случаев с удивительной последовательностью подтверждают мои наблюдения, расширяя географию примеров и демонстрируя, что те ситуации, которые в рамках одного города могли бы казаться единичными, оказываются встроенными в длинные цепи подобных случаев. Так как в мои задачи не входит количественный обзор ситуаций, в этой статье я привожу свои примеры. Но именно данные мониторинга помогли мне составить типологию агентов контроля, определить их место по отношению к другим агентам, охарактеризовать их интересы, ресурсы и стратегии.

### **Исследования производства новостей**

В качестве теоретической основы данного исследования нельзя выделить какое-то одно направление в теории СМК, так как после чтения литературы стало ясно, что ни одно из них не может послужить достаточным основанием для решения поставленной задачи. Поэтому я предлагаю собственный подход, опирающийся на некоторые аспекты нескольких существующих течений, так или иначе связанных с данной темой.

Исследования производства новостей представлены только западными работами, причем в основном американскими. Чуть ниже я скажу об ограничениях, которые данный фактор накладывает на применение этой традиции к изучению российских СМК.

Первая группа исследований производства — социально-организационный подход, который, как говорилось выше, выявляет лишь универсальные факторы влияния на создание новостей. Вот некоторые из них: временные и технологические ограничения, коллективный характер производства, противоречие между регулярным производством новостей и нерегулярным потоком событий и др. Эти явления без труда можно увидеть в приведенном маленьком эпизоде с ископаемыми костями. Все они, однако, имеют отношение скорее к внутриорганизационным ограничениям, нежели к взаимодействиям с внешними агентами контроля. Ценным в этом подходе является, прежде всего, метод, позволяющий

выявлять неформальные практики, которые так важны для осуществления контроля вообще и нелегитимного контроля в особенности.

Значение второго, политэкономического подхода, вытекающего из критической традиции в социологии, в частности, из марксизма, трудно переоценить. Забегая вперед, скажу, что именно этот подход стал имплицитно одним из двух краеугольных камней в исследованиях постсоветских масс медиа. Однако основной недостаток этого подхода состоит в том, что в нем исследователи часто объясняют в политэкономических терминах то, что можно было бы объяснить иначе. Это происходит прежде всего потому, что данный подход изучает скорее не *производство*, а *продукцию*. Типичный ход здесь — сравнение освещения одних и тех же или схожих событий в изданиях, принадлежащих разным экономическим или политическим силам, т.е. опять-таки изучение результата, а не процесса. Герман и Хомски [6] блестяще показывают разрыв между действительной ситуацией в Центральной Америке и ее освещением в СМК США, однако они не исследуют, каким образом создается этот разрыв. Авторы лишь намекают на возможные механизмы в самом конце книги, а именно эти механизмы являются предметом моего интереса. Однако внимание к контролю за СМК как сознательному социальному действию (если оно не перерастает в идею всемирного заговора правящего класса) я считаю весьма релевантным для своих целей.

### Исследования пост-коммунистических СМК: теоретические разрывы

В то же время, исследования производства, как часть общей теории массовой коммуникации, сильно оторваны от двух других важных для меня областей исследования: теории социального изменения и transition\* и Russian/Slavic/Post-Communist Studies.

Общая теория МК, включая исследования производства, создавалась на материале стабильного общества (чаще всего американского). При этом зачастую выявленным закономерностям приписывался универсальный статус, не обоснованный соответствующими исследованиями за пределами «первого мира». Важной характеристикой стабильного общества является его высокая структурированность. Отсюда — внимание социальных ученых к институтам и структурам, вполне оправданное для их объекта исследования, но далеко не всегда подходящее к российским реалиям. Скажем, в работах социально-организационного подхода редакция предстает как отлаженная фабрика, но это достаточно далеко от организации работы в российских масс медиа.

В связи с тем, что западные общественные науки имеют более высокий символический статус и чрезвычайно активны в навязывании собственного формата «незападному» миру, не удивительно, что институциональный анализ стал основным направлением в исследовании постсоветских СМК. При скептическом отношении к теме «независимости» СМК в постсоветском пространстве структурный анализ оказался прочно спаян с политэкономическим подходом.

\* Англоязычный термин transition, употребляемый в данном случае, почти всегда имплицитно или эксплицитно подразумевает переход к демократии. Здесь и иногда далее я вынуждена употреблять англоязычные термины, так как ссылаюсь на западные традиции, не имеющие точного перевода на русский.

дом, что упоминалось выше. К настоящему моменту уже достаточно подробно рассмотрены вопросы экономической принадлежности СМК, законодательства, формального государственного контроля и технологических инноваций/отставаний [7; 8]. Все это, безусловно, очень важно, однако мало что говорит о практиках контроля (и тем более соответствующих практиках сопротивления журналистов). В тех источниках, в которых описываются практики, они либо предстают в виде отдельных историй, изложенных в хронологическом порядке [9], либо, даже если систематизируются, не подвергаются социологической интерпретации [5].

В тех случаях, когда западным теориям СМК не приписывается универсальный статус, основная теория, на которую опираются исследования масс-медиа вне «первого мира», — это теория модернизации. Ее ключевое понятие — развитие — по определению предписывает всем народам и культурам одинаковый путь (от досовременного, докапиталистического, авторитарного к современному, посткапиталистическому, демократическому). Отличающиеся случаи рассматриваются как девиантные, чтобы не сказать дисфункциональные. В этом контексте роль СМК оценивается в соответствии с тем, насколько эффективно они могут способствовать развитию в правильном направлении, а основной вопрос при этом — что следует делать, чтобы избежать их движения по неправильному пути. Это значит, что от СМК постоянно ожидают, чтобы они стремились стать независимыми от нормативно нежелательных форм контроля (политический, экономический) и подчинились желательным (легальный, контроль общественного мнения).

Нетрудно увидеть, что такой подход по своей сути нормативен (чаще всего имплицитно). Он широко применялся к изучению СМК различных частей света, включая Китай, Малайзию, Африку и Латинскую Америку [10–12]. Наряду со структурным анализом, этот «западно-центричный» подход быстро стал второй доминантой в исследованиях пост-коммунистических СМК.

Например, известный теоретик восточноевропейских СМК Славко Сплихал [13] занимает открыто нормативную позицию, опираясь на понятия публичной сферы и гражданского общества. Российские масс-медиа получили больше внимания, однако исследования их носят в основном описательный характер [напр.: 14; 15], что, конечно, не ведет автоматически к освобождению от нормативных категорий; скорее, описательность делает их имплицитными. В наименьшей мере этому подвержена упомянутая книга Эллен Мицкевич «Телевидение и борьба за власть в России» [9] — самое полное исследование производства телепродукции и контроля над ним, охватывающее период с начала 1980-х до 1996 г. Однако и в ее книге вклад индивидуальных журналистов в историю телевидения оценивается в категориях хорошо/плохо, в зависимости от их приверженности реформам и идеалам свободы прессы.

Хочется оговориться: у меня нет намерения отрицать права нормативных теорий на существование (тем более что социальная теория вряд ли может быть полностью свободной от норм). Однако нормативные категории, связанные с демократическим дискурсом, какими бы этически привлекательными они ни были, оказываются слабыми или даже иррелевантными, когда используются как дескриптивные или объяснительные.

**«Теория практик» и исследования СМК**

Подводя предварительный итог, можно сказать, что исследования постсоветских масс медиа опираются на мейнстрим теории МК 60–70-х гг., таким образом упуская из виду некоторые интересные новые тенденции, от взаимодействия с которыми эти исследования могли бы выиграть. Из новых тенденций, в данном случае, прежде всего будет использоваться поток работ в сфере масс медиа, которые нашли опору в «теории практик» [16\*] — направлении социальных наук, акцентировавшем роль практик в противовес институтам и структурам.

Одной из ключевых книг здесь является «Практика повседневной жизни» Мишеля де Серто [17], которая дала толчок целой серии социологических исследований не только в области теории МК. Особо релевантным тематике моего исследования представляется его определение тактик и стратегий. Коротко говоря, стратегия — это поведение власть предержащих, которые сами могут изобретать правила и успешно навязывать их другим. Актеры, или действующие лица, находящиеся в подчиненном положении, вынуждены принимать этот «синтаксис», однако у них есть множество возможностей находить бреши в навязанном порядке и, в конце концов, почти полностью подменять его другим. Этот тип действия де Серто называет тактикой, которая всегда временна и никогда не достигает результата, стабильного во времени. Весь пафос работы де Серто, сильно перекликающейся с идеями Ницше, направлен на то, чтобы выделить ранее недооценивавшуюся роль слабых агентов во властных отношениях и, таким образом, послужить дополнением и в какой-то мере противовесом фукианской концепции власти.

В теории МК идеи де Серто наиболее активно использовались Джоном Фиском ([18] и другие работы), который одним из первых подчеркнул активный характер потребления медиа-продукции аудиторией («слабым» актором). Де Серто, конечно, — не единственный источник Фиска (кроме него последний опирается на бахтинскую традицию и нек. др.), однако идея «силы слабых» лежит в основе всех его трудов. Хотя он подвергался серьезной критике за идеализацию автономии аудитории, нельзя не признать, что его работы оказали освежающее действие на исследования масс медиа, породив множество сторонников и противников.

Среди первых можно назвать целый ряд исследователей, работавших в сходном направлении, которое затем стало известно как «новые исследования аудитории». Особое значение для моей темы имеет серия работ о потреблении продукции СМК в «удаленных» культурных контекстах, таких как Иран, Израиль, Китай, Япония и др. [19–21]. Эти исследования показывают, как восприятие сообщений СМК аудиториями разных культур может совершенно отличаться от того, которого ожидали от них производители и традиционные исследователи.

Такой подход, в частности, способен стать ключом для частичного объяснения стремительного краха советской идеологии. Переосмысление и альтерна-

\*У Бурдье — «теория практики», но множественное число лучше отражает смысл этого направления исследований.

тивное трактование сообщений масс медиа было обычной практикой в позднесоветский период, и по мере того, как журналисты все более и более осознавали это, идеологическая коммуникация постепенно превращалась в пустой ритуал, в который мало кто верил, но который сохранялся по ряду социальных причин. Так как этот феномен не мог быть изучен с помощью институционального или контент-анализа, крушение советской идеологической системы стало неожиданностью для некоторых западных исследователей.

В теоретическом плане в этой связи представляется важной работа латиноамериканского исследователя Хесуса Мартина-Барберо [22], значение которой еще не в полной мере оценено. Находясь вне мейнстрима теории МК, однако прекрасно в ней ориентируясь, Мартин-Барберо сумел избавиться от некоторых ее предпосылок и, тщательно отобрав релевантные концепции, соединил их с латиноамериканской научной традицией. Выявив отличия от демократических механизмов влияния «масс» на власть имущих, он подчеркнул, что решения властей даже в авторитарных странах не есть результат их чистой воли и включают в себя часть интересов «слабых». Мартин-Барберо поместил масс медиа в центр этого противоборства сил и показал, как они не только изменяют популярную культуру по воле производителей, но и заимствуют многое из «домассовых», «народных» форм коммуникации. Таким образом, отсутствие того, что называют демократическим обществом, не означает автоматического существования сильного центра репрессивной власти, способной полностью контролировать масс медиа — эта идея Мартина-Барберо особенно ценна для моей работы.

Есть еще одна книга, которую следует упомянуть в этом ряду, хотя, в отличие от предыдущих, она не может быть ассоциирована с подходом культурных исследований (cultural studies) — «Internationalizing Media Theory»\* Джона Даунинга [23]. Цель Даунинга — преодолеть разрыв между политической теорией, исследованиями МК и теориями transition. Однако так как Даунинг сильно расширяет понятие коммуникации, включая туда такие явления как повседневные интеракции и ритуал, он фактически смыкается с cultural studies. Подчеркивая, что западные теории были созданы для объяснения стабильного западного мира, он убедительно показывает иррелевантность понятий публичной сферы и гражданского общества применительно к посткоммунистическим обществам, а также ограничения политэкономического подхода. Вместе с тем, несмотря на многообещающую теоретическую схему, его эмпирическая часть, касающаяся России, с некоторой переоценкой роли общественных движений, несколько более скромная, и здесь еще большое поле для исследования. Тем не менее, его видение ситуации вокруг масс медиа в России как «конкурентного плюрализма сил» [23, р. 145] достойно внимания и заимствования с целью дальнейшего развития.

### **Особенности российских СМК и динамическая модель контроля**

Суммируя сказанное об исследованиях СМК, связанных с теорией практик, следует отметить, что все они, к сожалению, имеют больше отношения к по-

\* Название не очень поддается литературному переводу; буквально: «интернационализируя теорию МК».

реблению медиа-продукции, нежели к ее производству, хотя и для изучения последнего такой подход мог бы быть весьма плодотворным.

Сложное переплетение тактик и стратегий разных акторов, слабых и сильных, хорошо видно на разных уровнях. На макроуровне, например, в борьбе за трансляционные сети Пятого петербургского канала, участвовали следующие силы. Одна из них — региональные элиты в лице Совета Федерации — пыталась подчинить канал себе, используя законодательные стратегии. Другие силы, в основном различные экономические агенты, старались перекупить трансляцию по петербургским сетям, предлагая связистам более высокую плату. Была предпринята попытка передать московскую часть сети в дневное время специально созданной (при участии мэра Москвы) телекомпании, для чего использовались его связи с регистрирующим органом (ФСТР). Руководство же РТР лоббировало перед президентом создание на этих сетях канала «Культура» с подчинением его РТР. При этом использовались заинтересованные лица в структурах исполнительной власти, в частности, заместитель министра по культуре, претендовавший на кресло председателя нового канала. Со своей стороны, губернатор Петербурга, заинтересованный в сохранении общероссийского вещания из своего города, искал инвесторов, чтобы акционировать канал, а трудовой коллектив телекомпании пользовался своим эфиром для агитации за этот проект, сохранявший рабочие места, а также объединялся в профсоюзы, писавшие письма в разные инстанции.

На микроуровне (включая эпизод с ископаемыми костями) мои наблюдения и другие источники подтверждают, что редакции российских СМК меньше всего похожи на «фабрики», описанные западными исследованиями. Скорее, для них нормой является состояние почти постоянного аврала, где регулярные высокоструктурированные наборы правил оказываются почти неприменимыми. На этот счет ниже предложены две взаимодополняющие объяснительные гипотезы, которые нет возможности доказать в данной статье, но которые послужат общим контекстом для дальнейших рассуждений.

Первая связана с разницей в уровнях стабильности между западными обществами и Россией. В трансформирующемся обществе место институтов и структур сужено. Одно из моих главных наблюдений состоит в том, что решения принимаются не по правилам (которых иногда просто не существует), а ситуативно, в обстановке неопределенности и довольно высокой непредсказуемости. В каждом конкретном случае оценивается сиюминутный баланс сил. Так, скажем, во время чеченской войны НТВ оказалось неожиданно сильным агентом и правительство не смогло подавить альтернативное освещение военных действий; поэтому пришлось потратить довольно много льгот и привилегий, прежде чем был достигнут приемлемый уровень лояльности.

Нормы, конечно, могут служить ориентирами для принятия решений, но их роль ограничена потому, что в обществе (в данном случае — в сфере производства СМК) нет консенсуса относительно многих базовых ценностей, а говорить о согласованной системе норм вообще не приходится. Например, между самими журналистами есть острые разногласия о легитимности экономического контроля над СМК. Даже групповые и индивидуальные системы ценностей довольно неустойчивы и часто меняют форму в зависимости от выгод, предоставляемых ситуацией. В такой обстановке контроль со стороны любой «структу-



ры», будь то государство или спонсирующая фирма, не может рассматриваться как нечто абсолютно стабильное и последовательное. В игре с большой степенью непредсказуемости значительную роль начинают играть индивидуальные ситуативные решения, и даже те, кто в данный момент обладает существенной властью, вынуждены применять кратковременные стратегии.

Вторая гипотеза, в отличие от первой, возможно, не имеет отношения к временным явлениям трансформационного периода и связана с неформальными правилами. Алена Леденева [24] в своей книге о блате показывает, как неформальные правила в Советском Союзе дополняли формальные, одновременно подрывая и поддерживая их. В какой-то степени это явление существует во всех обществах, но в России (или, скажем осторожнее, в рамках моего исследования) я зачастую наблюдала и наблюдаю обратную ситуацию: когда формальные правила становятся (по влиянию на принятие решений) вторичными и дополнительными к неформальным. Стабилизируя и упорядочивая последние, формальные правила накладывают на них ограничения и открывают новые возможности для их применения. Неформальные правила часто оказываются предпочтительными не только прагматически, но и этически. Например, может оказаться этически недопустимым отказать друзьям в упоминании их в эфире или в статье, даже если их «событие» по профессиональным меркам не дотягивает до того, чтобы стать информационным поводом.

В этом контексте формальные правила видятся участникам игры как внешние обстоятельства — досадные, когда они становятся ресурсом в руках противников, и положительно оцениваемые, когда удастся обернуть их в свою пользу. Мои респонденты не раз повторяли, что знание законодательства необходимо им для того, чтобы не давать преимущества в игре другим акторам. Возможное противоречие второй гипотезы первой состоит в том, что неформальные правила предполагают некоторую повторяемость и, таким образом, противоположны ситуативности. Тем не менее, рискованно было бы назвать их институтами. Они существуют только в паре с институтами и в какой-то мере в противовес им, они более изменчивы, доступны для ситуативного согласования, трудно вербализуемы и поощряют исключения. Если они приобретают четкость и стабильность институтов, они просто перестают быть неформальными.

В связи с неформальными правилами книга Леденевой была упомянута не случайно: она — пример работы в рамках российских исследований, не связанных с СМК, но очень им релевантных. Ниже будет использоваться понятие блата — главная из неформальных практик, которым посвящена ее книга. Блат определяется Леденевой как неденежный обмен, в котором личные контакты используются для получения доступа к общественным ресурсам [25, с. 113]. Можно его определить и обратным образом: как использование уже имеющегося доступа к общественным ресурсам для решения личных проблем. Важной характеристикой блата является то, что он часто не узнается вовлеченными в него лицами (отчасти потому, что нередко является отложенным обменом) и описывается как нормативно необходимое поведение, тогда как при ссылке на действия других он определяется как явление этически недопустимое. Охватывая широкий круг практик, блат одним своим полюсом почти смыкается со взяткой, а другим — с отношениями дружбы и взаимопомощи. К нему, в частности, относится упомянутое выше предоставление эфира друзьям.

Очевидно, из вышесказанного уже достаточно ясно, почему акцент в изучении контроля здесь переносится с институционального на индивидуальный уровень. Модель контроля, которая отсюда вытекает, неизбежно будет атомизировать общество, однако это как раз весьма релевантно российской ситуации. Конечно, индивиды могут быть представителями институтов и действовать в их интересах, но могут поступать и против них, и потому к ним не сводимы. Институциональный компонент не исключается из данного анализа полностью, но рассматривается как один из ресурсов в руках активных агентов, которые могут использовать его одобряемым или неодобряемым образом.

Например, в упомянутом случае с Пятым каналом трудовой коллектив нельзя отождествлять с организацией «Пятый канал». «Интерес» любой организации (если так можно выразиться) — в экономической эффективности, а коллектив действовал против нее, так как в интересах каждого работника сохранить свое рабочее место, пусть даже экономически ненужное. Более того, коллектив также нельзя назвать единым актором, так как он разбивался на профсоюзы, конкурирующие между собой.

Вот почему в центр исследования поставлен индивидуальный журналист\* пойманный в сеть противоречивых влияний и давлений. Различные агенты влияния, которые выделяются по типу имеющегося у них ресурса, пытаются навязать свою волю журналисту; однако успех их нестабилен, они конкурируют друг с другом в меняющейся внешней среде. Эта ситуация используется журналистами в своих целях. Важно, что последние обладают своими ресурсами: профессиональным (монополия на определенные навыки), институциональным (привилегированный доступ к производству информации) и символическим (апелляция к демократическим ценностям, прежде всего к ценности свободы прессы, частично институционализированной). Поэтому журналисты могут применять не только тактики, но и стратегии, хотя это не означает автоматически, что у всех участников игры равные возможности.

Хотя, как уже говорилось, правила в сфере производства российских СМК нестабильны, каждый актор стремится их создать и навязать другим, и, может быть, эти попытки так настойчивы именно потому, что правила нестабильны, и поэтому момент можно считать удачным для того, чтобы внедрить новые. Всем участникам «не хватает» формальных правил, которые бы их защищали, но одновременно это предоставляет больше свободы для неформальных трюков, в той или иной степени доступных всем.

### **Основные агенты влияния, их ресурсы и стратегии**

Конкретизируя этот схематичный набросок, следует охарактеризовать основных агентов влияния, которых я выделяю по их ресурсам и стратегиям, порождаемым этими ресурсами. Так как один и тот же индивид может обладать сразу несколькими ресурсами, категории агентов влияния неизбежно пересекаются.

\* Под журналистом в данном случае понимается любой сотрудник СМК, непосредственно занятого производством символической продукции.

О ресурсах журналистов, которые стоят в центре моего анализа, уже говорилось. Важно добавить, что сами журналисты распадаются на две большие группы, вступающие друг с другом во властные отношения. Первая — это руководители СМИ, которые имеют непосредственные отношения с такими внешними агентами влияния, как экономические акторы и представители государства. Рядовые производители не имеют прямых выходов на этих акторов и общаются, в основном, с источниками информации; действия других агентов влияния опосредуются начальством. Более подробно тактики рядовых журналистов будут рассматриваться в следующем параграфе.

Наиболее влиятельными агентами контроля в большинстве исследований считаются экономические агенты (владельцы, спонсоры и рекламодатели), их основной ресурс — экономический капитал. Их влияние бросается в глаза в связи со сходом со сцены советской принудительной системы, основанной на институте предварительной цензуры, и описывается в основном негативно. Особенно нелегитимным считается обычный для России выход этих акторов за рамки экономического контроля (имеющего целью повысить прибыль от СМИ) и использование экономических ресурсов для контроля политического (нацеленного на увеличение своей власти вне сферы СМИ). Однако, как любая власть, экономические акторы открывают для СМИ и новые возможности — чаще всего просто возможность выжить, — а конкуренция между ними обеспечивает некоторый плюрализм, что с точки зрения нормативной теории демократии должно оцениваться положительно.

Конечно, ситуация далека от бесконфликтной. Все три формы экономического влияния — владение, спонсорство и реклама — не очень желательны, но вполне законны, что оставляет журналистам мало поля для сопротивления. В результате последние либо полностью легитимируют экономический контроль, либо занимают циничную позицию. Особенно подвержен легитимации контроль со стороны владельцев: «работа[ть] на политику компании» считается нормой и даже признаком профессионализма, что подтвердили все мои респонденты. Не случайно в мониторинге ФЗГ конфликтов с «экономическими субъектами» довольно мало (около 10% в 1998 г.): такой мониторинг, отслеживающий случаи открытого противостояния сил, не может уловить латентные конфликты.

В связи с тем, что сами журналисты часто не воспринимают такой контроль как контроль, выявить практики, через которые он осуществляется, довольно сложно. Я, например, была свидетелем случая, когда начальнику информационной службы муниципальной телекомпании позвонили из пресс-службы мэрии и попросили прислать на такое-то мероприятие корреспондента К. Повесив трубку, начальник пожаловался на капризность мэрии и заявил, что пошлет К., если тот не будет занят на других съемках. Многие респонденты подтверждали широкое использование телефонного права на разных уровнях. Стремление контролировать личный состав корреспондентов, навязывание событий для освещения характерно для «владельцев» государственных СМИ; практика работы частных владельцев остаются пока почти недоступными для исследования. В частной телекомпании, которую наблюдала я, журналистам была присуща высокая корпоративная солидарность, и получить информацию, противоречащую интересам корпорации, было почти невозможно (в отличие от государственной телекомпании, где контроль государства признавался настолько открыто, что

объявлялся даже в эфире). Некоторые исследования устанавливают принадлежность СМК [26], но не механизмы контроля.

Контроль спонсоров и рекламодателей считается совершенно нелегитимным, однако довольно часто его наличие открыто признается, при этом он оценивается как вынужденная мера. В Москве, где рекламный бизнес (по крайней мере, до кризиса августа 1998 г.) был поставлен на широкую ногу, этот контроль был опосредован медиаметрическими фирмами, и объем рекламы напрямую зависел от рейтингов (независимо от того, что сами рейтинги вызывали весьма низкое доверие) [27]. В изучаемом городе рынок формируется стихийно (особенно после кризиса), мало связан с рейтингами и основан на том, что каждая программа выходит до тех пор, пока находит средства к существованию [28]. Это ведет к большому объему скрытой рекламы («джинсы» или «заказухи»).

Вот пример «джинсы», с которым я столкнулась во время исследования. Частной новостной программе, находящейся в нелегком финансовом положении, нужен дешевый сюжет. В это время некое учебное заведение, ищущее раскрутки, проводит презентацию. Представитель телевидения решает, что это может вполне выглядеть как «накопанная» новость; представитель учебного заведения спрашивает о цене. Все переговоры ведутся вполне открыто, в них участвуют корреспондент и начальник службы новостей. Они согласны упомянуть в сюжете фирму, которая частично спонсирует презентацию, и предоставляют учебному заведению возможность самостоятельно «подготовить» лиц, которые положительно о нем отзовутся. Таким образом, сюжет соответствует интересам и телекомпания, и «рекламодателя».

Дороговизна производства программ заставляет телекомпанию делать еще один шаг и передавать это производство целиком в руки рекламодателей. Например, в изучаемом городе компьютерная фирма М. ведет на телевидении информационно-развлекательную передачу о компьютерах и заодно о себе.

Не следует думать, что журналисты идут на такое сотрудничество абсолютно всегда. Типичная тактика сопротивления, применяющаяся с переменным успехом, — смена или сочетание разных экономических агентов, от которых зависит СМК [26; 29]. В переговорах с агентами также — часто успешно — используется аргумент о коммерческой выгоде «объективной» информации, которая востребована аудиторией.

Второй тип агентов контроля я условно называю «государственными» агентами, причисляя к ним как представителей выборной власти, так и администрации, а также правоохранительных органов, жилищно-эксплуатационного хозяйства, государственной медицинской и образовательной системы — иными словами всех, кто имеет доступ к дефицитным общественным ресурсам. Эти ресурсы дают власть, когда используются вне сферы предписанной им применимости (хорошо знакомое «использование служебного положения»). Таким образом, здесь не имеется в виду государство как единый агент власти, если он вообще где-либо существует (в случае с Пятым каналом особенно хорошо видно, как разные «части» государства боролись друг против друга).

Негативной стратегией контроля у данного типа агентов чаще всего являются выборочные штрафы (или иные санкции): это значит, что при наличии нарушений у многих санкциям подвергаются лишь неугодные СМК. Для этого

используются всевозможные организации: налоговая и пожарная инспекции, санэпиднадзор, таможня и пр. Типична стратегия, когда СМК вынуждают арендовать помещение у государства и затем применяют такие меры, как отключение воды, электричества, повышение арендной платы и т.п. [4, с. 353].

Среди государственных агентов больше всего распространен такой способ давления на СМК, как подача в суд различных исков, чаще всего о защите чести и достоинства. Цель таких исков не столько в получении денежной компенсации, сколько в повышении издержек СМК на производство неугодной информации.

Позитивные стратегии описываются понятиями бартера и блата. Это предоставление персональных льгот (например, курортно-оздоровительных услуг), использование указанных выше ведомств, но уже в «положительном смысле»: отсутствие проверок, быстрое разрешение таможенно-визовых вопросов, помощь при проблемах с правоохранительными органами. Предоставляются также и профессиональные льготы, как то привилегированный доступ к источникам информации и средствам связи [30, с. 11].

Блат также описывает большую часть отношений с источниками информации — лицами, чьим основным ресурсом является знание, которое составляет «рабочий материал» для журналистов.

Открытое физическое насилие применяется агентами контроля крайне редко. Гибель журналистов происходит в основном в местах боевых действий, либо от несчастных случаев, не связанных с их профессиональной деятельностью. Насилие или его угрозу чаще всего применяют представители криминалитета или правоохранительных органов. Мои респонденты жаловались, что «братки» часто не разрешают им снимать, угрожая отнять или испортить технику. Но то же самое делают и стражи порядка, с той разницей, что при этом они имеют возможность также задерживать журналистов и отправлять их в участок [4, с. 355]. Телефонные угрозы также поступают как от криминальных, так и государственных агентов.

Наконец, следует сказать еще об одном «агенте» влияния — аудитории. Слово «агент» я употребила в кавычках не случайно: я полагаю, что аудиторию следует исключить из списка агентов, и вот почему. Ни зрители, ни читатели не имеют прямого влияния на СМК; чаще всего, они не имеют даже прямого контакта с журналистами. То, что апелляция к интересам аудитории активно используется всеми участниками игры для легитимации собственной деятельности, не значит, что аудитория участвует в игре — в игре участвует ее образ. По выражению одного респондента, аудитория «это миф, который придумывает себе журналист», а миф — это то, что можно определять и переопределять с долей свободы гораздо большей, чем при общении с «реальными» агентами.

### **Рядовые журналисты и их агенты контроля**

В этом, заключительном разделе я хочу более подробно остановиться на том, что было основным предметом исследования — практиках рядовых журналистов. Общая схема, нарисованная мною выше, позволяет определить место, которое они занимают в сложных взаимоотношениях контроля над СМК.

Как уже было сказано, репортеры не имеют выхода на высокопоставленных экономических и государственных агентов, но именно репортеры являются реальными производителями сюжетов. Это значит, каков бы ни был контроль начальства, они сохраняют определенную долю автономии. Именно потому, что их труд связан с производством символических продуктов, его невозможно контролировать во всех деталях. В приведенном в начале статьи отрывке журналистам удалось убедить начальство, что событие есть там, где, по их мнению, его нет. Даже когда тематика и акценты сюжета им навязываются, все-таки они выбирают интервьюируемых, «планы» и композицию. Если ко всему этому добавить утверждение Джона Фиска о полисемическом характере любого телевизионного дискурса [31, р. 84–94], станет ясно, что тотальный контроль над содержанием невозможен даже при желании репортеров быть контролируемы.

Конечно, здесь во многих случаях просто действует другой механизм контроля: подбор кадров, которые выбираются так, что дальнейшие отношения с ними строятся на доверии. Редактор одной из новостных программ сказал в интервью, что, хотя он обязан прочитывать все материалы перед эфиром, он подписывает их не глядя, потому что уверен в сознательности своих людей. При этом он заметил: «Все ведущие взрослые, все вменяемые (...) в них сидит внутренний цензор; все понимают, что что-то говорить можно, что-то нельзя: неприличными словами в эфире не выражаться».

Это замечание о «неприличных словах» очень типично и очень важно. Такое или подобное высказывание — первое, что приходит в голову журналистам, когда им задается вопрос о том, что им не разрешают делать в эфире. Это является отражением того, что журналисты ощущают себя погруженными прежде всего в профессиональный контроль: навязывание темы, «идеи», хронометража, стиля и т. д., — все это воспринимается как технически-жанровые ограничения, имеющие безличный характер и порожденные профессиональными стандартами и нормами. Именно на такой интерпретации журналисты часто настаивают в интервью, и именно такое впечатление легко получить, скажем, при поверхностном прочтении приведенного эпизода с ископаемыми костями.

Однако на самом деле мотивы указаний начальства репортерам часто не известны (особенно это было характерно для наблюдаемой частной компании). Они строят догадки о процессах, происходящих «в верхах», на основании переговоров с редакторами и комментариев ведущих в эфире. Таким образом, политический и экономический контроль оказываются «зашитыми» в указания, связанные с форматом сюжетов, и теряются в них. Скажем, в эпизоде с ископаемым животным телекомпания (гипотетически) могла быть заинтересована в дискредитации властей региона, акцентируя события, связанные с преступностью, но до сведения рядовых исполнителей этот мотив мог не доводиться.

В государственной компании политические мотивы указаний начальства иногда проговаривались прямо. В целом журналисты и частных, и государственных СМК осведомлены о политическом контроле и считают его неизбежным. Из своего исследования, литературы и бесед с западными исследователями я бы рискнула сделать вывод, что российские журналисты более своих западных коллег отдают себе отчет в сконструированном характере своей продукции. Они крайне редко используют понятие объективности и, как уже было

сказано, часто легитимируют не только экономический контроль («если мои произведения продаются, значит, это кому-то надо»), но и связанный с ним контроль политический. Один респондент сказал, что он никогда не будет работать на Зюганова, но «на более размытом уровне — Лужков, Горбачев» — ему все равно.

По отношению к источникам информации — второму типу агентов контроля, с которым репортеры чаще всего имеют дело, — у последних больше властных ресурсов. СМК и их источники взаимозависимы: СМК навязывают источникам формат и вообще необходимость «медиатизироваться», а источники пытаются определять содержание — и часто успешно, — пользуясь своей монополией на определенное знание. Такая взаимозависимость ведет к неформальной кооперации и взаимным уступкам, и это является универсальной чертой масс медиа. Однако, как мне представляется, именно в российских СМК кооперация тесно переплетена с блатом. Выше уже говорилось о «джинсе», когда источник становится скрытым рекламодателем. Прямые взятки распространены больше на уровне СМК как организации, нежели индивидуальных журналистов, потому что руководство компании, как правило, стремится захватить контроль над этим источником дохода. Последний частично пускается на нужды компании, а частично делится между руководством и вовлеченным журналистом.

Взятки существуют и на уровне рядовых журналистов, но чаще отношения между ними и источниками оформляются в виде «взаимопомощи», и решение частных проблем журналиста происходит без вовлечения денег. Например, нужные акценты в сюжете расставляются за перевозку мебели или качественное лечение зубов — в зависимости от того, каким ресурсом располагает источник. Если неденежная оплата отложена, такие отношения часто не узнаются как блат, да и вообще они чаще всего описываются как проблема других СМК. Например, называются таксы на скрытую рекламу в других компаниях (мне называли суммы от 300 до 2000 долларов за сюжет, в соответствии с размером аудитории).

Таким образом, обменные отношения между журналистами и источниками можно выстроить в виде континуума с возрастающей легитимностью: на одном полюсе будет изготовление заказного сюжета за деньги, на другом — уступки в сюжете только за те ресурсы, которые необходимы в профессиональной деятельности, т.е. за доступ к информации.

Нельзя сказать, однако, что отношения журналистов и источников полностью исчерпываются кооперацией и абсолютно бесконфликтны. Наоборот, конфликт заложен в эти отношения и обусловлен разницей интересов: та информация, в которой заинтересованы источники, не интересна журналистам, и наоборот. При этом обе стороны стараются максимизировать свою власть. Журналисты обращаются с источниками в соответствии в той степени власти, которой последние обладают. Например, двухчасовое ожидание министра в аэропорту воспринималось репортерами как само собой разумеющееся, зато часовое опоздание пресс-секретаря музея вызвало бурю возмущения, и журналист пригрозил музею, что он вообще его снимать не будет, если «они не могут это дело нормально спродюсировать».

Важно, что хотя приблизительную иерархию источников выстроить можно, часто власть их не стабильна, и ее приходится оценивать ситуативно на основе недостаточной информации. Самый яркий и достоверный пример связан с моим собственным журналистским расследованием (правда, это было во время участвующего наблюдения в газете). Мне поступили телефонные угрозы от представителя одной общественной организации, у которого я собиралась взять интервью, и я поделилась со своим начальником соображением о том, что я не имею понятия, какой властью обладает этот человек, и что реально может стоить за его угрозы. Я просила начальника не ставить мою фамилию под статью, но он счел угрозы неопасными и фамилию поставил (за чем никаких последствий, действительно, не было). Позже мои респонденты подтвердили мне, что такая ситуация неопределенности вполне типична.

Следует также подчеркнуть, что обе стороны — и журналисты, и источники — активны в этой игре. Журналисты разрабатывают и поддерживают сеть постоянных источников, иницируют поиск новых, проверяют одни источники другими, прибегают к неформальным связям, — в общем, используют весь арсенал инструментов, доступных их коллегам во всем мире. Зато у источников есть некоторые ресурсы, которые не так распространены в западных странах. Например, различные виды секретности документов и объектов, списки которых к тому же доступны расширению как легальными, так и полулегальными способами [5, с. 70]. В ходе моего исследования корреспондентов не допустили снимать взрыв газового баллона на предприятии под предлогом того, что оно является закрытым, хотя журналисты не собирались показывать цеха. Служебное положение источников также дает возможности изобретать разные способы скрыть информацию, как, например, в истории с ископаемыми костями таможенники ссылались на незавершенность следствия. Этому способствует меньшая (в сравнении с западными обществами) развитость законодательства и отсутствие соответствующей традиции.

С другой стороны, в связи с «деинституционализацией» всех структур индивиды, в частности, источники, слабо идентифицируют себя с институтами, отчего, например, поиск журналистами утечек и получение через них компромата несколько упрощаются. В этой связи хотелось бы привести почти анекдотический пример, персонажем которого являются хотя и не сами источники, но люди, призванные стоять на страже информации. Во время чеченской войны российским войскам было приказано не пропускать журналистов в определенные зоны, и официальным способом проникнуть туда не представлялось возможным. Одному из моих респондентов перед отъездом в Чечню коллеги посоветовали купить в Москве несколько номеров журнала «Плейбой», которые он затем дарил солдатам на блок-постах — в некоторых случаях это быстро решало проблему доступа. Из этой истории особенно хорошо видно, как журналисты могут неформальным образом расширять пределы своей автономии. Такие тактики не отслеживаются никаким формальным институциональным анализом.

Стратегией, обратной сокрытию нежелательной информации, является активное навязывание желательной информации, упреждающее и подавляющее самостоятельный поиск журналистов. Информация, произведенная пресс-службами и отделами публичных организаций разных институтов, имеет для журналистов свои плюсы и минусы: она легко доступна, но мало соответствует их критериям



«интересности». Однако в ситуации экономической слабости СМИ плюсы такой продукции часто перевешивают минусы.

Таким образом, агенты влияния, если они не имеют возможности установить прямой контроль над кадрами, стараются повысить издержки журналистов на производство невыгодной им информации и понизить — на производство выгодной. В то же время журналисты стараются максимально расширить свою автономию, избавляясь от всех видов контроля: политического, экономического и жанрового, нелегального и легального. При этом взаимодействие чаще всего происходит на уровне неформальных практик, труднодоступных для изучения.

В заключение повторю, что эта рациональная модель не исключает полностью влияния ценностей на стратегии акторов с обеих сторон, однако характерно, что нормы не согласованы между собой и между разными агентами, что приводит к повышенной конфликтности. Это рассогласование норм, по свидетельству респондентов, началось сразу после того, как прошла перестроечная эйфория, т.е. в начале 1990-х. Кризис августа 1998 г. показал, что этот период неопределенности еще не закончен.

## Литература

1. Roxburgh A. *Pravda: Inside the Soviet News Machine*. London: Victor Gollanez, 1987.
2. Schudson M. *The Sociology of News Production Revisited // Mass Media and Society / Ed. by J. Curran, M. Gurevitch*. London; New York; Melbourne; Auckland: Edward Arnold, 1991
3. Tuchman G. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 1978.
4. *Пресса на территории России: Конфликты и правонарушения*. 1996. М.: Права человека, 1997.
5. *Ежегодник Фонда Защиты Гласности (Отчет за 1997 год)*. М.: Права человека, 1998.
6. Herman E. S., Chomsky N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York; Toronto: Random House, 1988.
7. Lange Y. *Media in the CIS: A Study of the Political, Legislative and Socio-economic Framework / The European Institute of Media*. Brussels: European Commission, 1997.
8. *Законы и практика средств массовой информации в странах СНГ и Балтии*. М.: Галерея, 1999.
9. Mickiewicz E. *Changing Channels: Television and Struggle for Power in Russia*. New York; Oxford: Oxford University Press, 1997.
10. Chang W. H. *Mass Media in China: The History and the Future*. Ames: Iowa State University Press, 1989.
11. McDaniel D. O. *Broadcasting in the Malay World: Radio, Television and Video in Brunei, Indonesia, Malaysia and Singapore*. Norwood; New Jersey: Alex Publishing Corporation, 1994.
12. Fox E. *Latin American Broadcasting: From Tango to Telenovela*. Luton, UK: University of Luton Press, 1997.
13. Splichal S. *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*. Boulder; San Francisco; Oxford: Westview Press, 1994.
14. Androunas E. *Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives*. Westport; Connecticut; London: Praeger, 1993.
15. Murray J. *The Russian Press from Brezhnev to Yeltsin: Behind the Paper Curtain*. Vermont: Edward Edgar, 1994.
16. Bourdieu P. *Outline of A Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.

17. Certeau de M. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press, 1984.
18. Fiske J. *Power Plays, Power Works*. London; New York: Verso. 1993.
19. Lull J. *World Families Watch Television*. London; thousand Oaks; New Delhi: Sage, 1987.
20. Liebes T., Katz E. *The Export of Meaning: Cross-Cultural Reading of Dallas*. Cambridge; Oxford: Polity Press, 1988.
21. Sreberny-Mohammadi A. *Small Media, Big Revolution: Communication, Culture and the Iranian Revolution*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.
22. Martin-Barbero J. *Communication, Culture and Hegemony: From Media to Mediations*. London; Newbury Park; New Delhi: Sage, 1993.
23. Downing J. *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage, 1996.
24. Ledeneva A. *Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
25. Леденева А. Неформальная сфера и бла́т: Гражданское общество или (пост)советская корпоративность? // *Pro et Contra*. 1997. Т. 2. № 4.
26. Fossato F., Kachkaeva A. *Russian Media Empires I, II, III, IV. Special Report*. Radio Free Europe / Radio Liberty, Inc., 1996, 1997, 1998, 1998. <http://www.rferl.org/nea/special/rumedia4/index.html>.
27. Конева Е. Цена рейтинга // *Среда*. 1998. № 4–5.
28. Пушкарская А. Миф о культурной столице требует денег // *Среда*. 1998. № 6.
29. Belin L. *Politicization and Self-Censorship in the Russian Media* // Paper at the national conference of the American Association for the Advancement of Slavic Studies; Seattle, Washington, November 1997. Radio Free Europe / Radio Liberty. Inc. <http://www.rferl.org/nea/special/rumedia4/index.html>.
30. *Журналист в поисках информации*. М.: Права человека, 1997.
31. Fiske J. *Television Culture*. London, New York: Methuen & Co. Ltd, 1987.