DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.004

УДК 070.42:004.032.6 + 331.102.122 + 070.423.1

В. Ф. Олешко

О. С. Мухина

МЕДИАФРИЛАНС КАК НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ. И НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИЧЕСКАЯ*

Фриланс, т. е. «работа на себя» без привязки к какому-то конкретному месту, становится все более популярным явлением современной действительности, в том числе и в сфере медиа. И хотя внештатные журналисты существовали даже в советское время, новейшая практика дала импульс к трансформации смыслодеятельности данного рода информационных субъектов. Сегодня фриланс для кого-то не только способ заработка, но и философия жизни, которая в медиасреде приобретает дополнительную значимость ввиду повышенной социальной ответственности, характеризующей профессию журналиста.

Ключевые слова: фриланс; медиафриланс; удаленная работа; фрилансер; внештатный журналист; самозанятость

Как известно, в Советском Союзе существовала уголовная ответственность для лиц, не трудоустроенных официально в штат организации. Граждан, выбравших любой другой путь удовлетворения своих материальных потребностей, именовали «тунеядцами», «бездельниками» и «паразитами» [Пешкова]. Однако именно в медиасреде внештатные авторы были: прежде всего, это рабселькоры, которых в 1960-е гг. насчитывалось порядка 5 млн [Сарма, Антонова] (хотя надо оговориться, что и официальное трудоустройство, пусть не в журналистской сфере, данные лица, конечно, имели).

Термин «фриланс», трансформировавший смысл внештатной журналистики, пришел в нашу страну в 90-е гг. XX в., как следствие крушения прежних мировоззренческих доминант и экономического базиса советской действительности, основанного на планировании, отрицании частной собственности и на обязанности каждого трудиться на благо государства. Авторство собственно термина «фрилансер» (англ. *freelancer* — вольнонаемный воин или вольный копьеносец) обычно приписывают Вальтеру Скотту, который в романе «Айвенго» назвал так средневековых рыцарей, освобожденных от службы конкретному лорду или королю. «Внештатные журналисты, как и рыцари-наемники Скотта, являются независимыми подрядчиками, самозанятыми, одинокими деятелями, которые работают сами по себе и для себя. Фрилансеры могут свободно сдавать свои

* Статья выполнена при поддержке гранта РНФ № 19-18-00264 в рамках научного проекта «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции»..

ОЛЕШКО Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета. ORCID: 0000-0003-3001-7391 (e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru).

МУХИНА Ольга Сергеевна — аспирант департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета. ORCID: 0000-0001-8791-6086 (e-mail: olga.mukhina@urfu.ru).

© Олешко В. Ф., Мухина О. С., 2021

услуги в аренду как можно большему количеству клиентов, “не имея долгосрочных обязательств ни перед одним из них”» [Massey, Elmore].

По данным ВЦИОМ, опубликованным 4 марта 2020 г. (показательно, что исследование было завершено непосредственно перед введением ограничений в связи с коронавирусной пандемией, которые, конечно, изменили ситуацию), 11 % опрошенных россиян назвали себя фрилансерами или самозанятыми и еще 23 % выразили желание ими стать (среди молодежи данный показатель выше: 18–24 лет — 45 %, 25–34 лет — 34 %)¹. Однако 66 % респондентов затруднились дать какое-либо определение термину «фриланс», что говорит все же о недостаточном распространении данного явления.

Появление интернета и развитие технологий не просто трансформировали медиаиндустрию. В условиях, когда традиционные СМИ стремительно теряли аудиторию, а онлайн-медиа нуждались в журналистах, умеющих работать в режиме 24/7, популярной становится принципиально иная модель формирования коллективов. Чаще всего она включала нескольких взаимосвязанных в повседневной работе структурных элементов массмедиа: редакторов, штатных журналистов, «звездных» авторов (популярных у аудитории) и постоянных фрилансеров. Иногда при этом была успешно реализована и практика активного сотрудничества с гражданскими журналистами.

Но не только средства массовой информации нуждаются во внештатных авторах — многие журналисты находят в этом способе оформления отношений и образе жизни ряд преимуществ, хотя, конечно, имеются и недостатки. Авторы из Санкт-Петербургского университета провели собственный опрос, в котором приняли участие 70 журналистов-фрилансеров. Опубликованные исследователями данные [Капустина] можно представить в виде диаграмм (рис. 1 и 2). Интересно, что отмеченные респондентами недостатки так или иначе можно свести к материальным, финансовым проблемам, а преимущества чаще относятся к бонусам идеалистического, личного характера.

Рис. 1. Преимущества фриланс-журналистики

¹ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-polyubili-frilans> (дата обращения: 17.12.2020).

Рис. 2. Недостатки фриланс-журналистики

Распространенность данного образа жизни даже породила новое понятие — «прекариат», образованное путем слияния латинского слова «*precarium*» (неустойчивый, нестабильный, негарантированный) и слова «пролетариат» (обозначение эксплуатируемого класса). Авторы данного термина объясняют его появление следующим образом: возник социальный слой, который не только лишен права на результаты труда, но и в принципе отчужден от общества. В один ряд с фрилансерами попадают безработные, дауншифтеры, мигранты, пенсионеры и пр. Хотя авторы отмечают два возможных подхода к оценке положения фрилансеров: согласно первому, они относятся к среднему классу, высококвалифицированным специалистам, занимающимся творческим трудом. В соответствии со второй позицией фриланс является деятельностью нестандартной и нестабильной, что позволяет отнести ее участников к прекариату [Прекариат].

Со своей стороны добавим, что включение фрилансеров в класс прекариата, если говорить о самой терминологии, представляет собой противоречие: ведь частью понятия «*freelancer*» является слово «*free*» (свободный), а основу понятия «прекариат» составляет в том числе такая его характеристика, как «эксплуатируемый». С этой точки зрения «фрилансер, принадлежащий сословию прекариата» — оксюморон.

Сами фрилансеры тоже обычно противопоставляют себя пролетариату (в основном офисному «пролетариату» современного типа), даже используя такие нелестные эпитеты, как «офисный планктон» или «офисные рабы». Мы провели пилотный экспертный опрос журналистов-фрилансеров. И хотя по результатам опроса рано пока делать выводы расширительного характера в силу его недостаточной репрезентативности, прежде всего по «географическому признаку», однако на предложение выбрать любой тип занятости (с одинаковыми условиями по оплате, графику работы и объему загрузки) большинство респондентов ответили, что предпочитают полностью удаленную работу, и лишь один высказался за частичный фриланс с перманентным посещением офиса. Никто не пожелал вернуться на полноценную офисную службу. Поэтому говорить о несчастной доле фрилансеров как незащищенных и эксплуатируемых несколько преждевременно.

Но вот для выделения фрилансеров в отдельный социальный класс, на наш взгляд, существуют сегодня достаточно серьезные основания. Прежде всего, это

может быть обусловлено тем, что «класс детерминируется через позицию в производстве, регулируемом рынком» [Аникин, с. 32], через роль в организации труда и отношение к средствам производства. Общественное устройство России, по мнению авторитетных экспертов, даже в XXI в. «...шаг за шагом все в большей мере проявляло себя как прямое продолжение существовавшей в СССР этакратической системы, социальная дифференциация при которой имела неклассовый характер и определялась рангами во властной иерархии, носила сословно-слоевой характер. Отсюда и весьма специфические условия жизнедеятельности всех социальных слоев, их несформированность как классовых субстратов в обществе со столь нетривиальными социально-экономическими отношениями» [Шкаратан, с. 10–11]. При этом также акцентируется внимание как на необходимости поиска новых подходов к анализу трансформаций, характерных уже непосредственно для цифровой эпохи, так и на особой сложности описаний социальной структуры нашего общества. И это связано, прежде всего, с тем, что «даже специалисты не берут на себя смелость однозначно утверждать, к какому же типу она принадлежит, а следовательно, — можно ли ее рассматривать с использованием традиционных классовых подходов, разработанных для анализа социальной структуры обществ с развитой рыночной экономикой» [Тихонова, с. 62].

Но сегодня все более очевидным становится тот факт, что фрилансеры в новых экономических условиях представляют собой группу с уникальными характеристиками, отличающими их от других социальных слоев. И социологи, оценивая практическую деятельность фрилансеров, самозанятых, в целом прекариат и креативный класс, все чаще отмечают, что необходимо разработать классификацию трудоспособного населения, учитывающую новые профессии и социальные группы, потому что на данный момент этот новый, непрерывно увеличивающийся социально-экономический слой в социальной структуре общества характеризуется неопределенным статусом. Исходя же из существующих классификаций, фрилансеры по различным критериям могут относиться к нескольким классам одновременно, поэтому И. Ю. Бондаревой был предложен новый подход, определяющий границы фрилансеров с социологической точки зрения [Бондарева]. Другие авторы также отмечают, что «социальная общность свободно занятых работников отличается от других общностей статусными, ценностными и поведенческими характеристиками» [Ахметшина, Ключева, Полетаева, с. 102].

Возвращаясь к проблеме отношения фрилансеров к классу прекариата, добавим следующее: как представляется, основной вопрос здесь заключается в том, благодаря чьему волеизъявлению человек перешел на самостоятельную удаленную работу. Руководство предприятия насильно перевело сотрудника на нестабильные заработки? — Речь идет о прекариате. Работник решил, что пора уйти в «свободное плавание»? — Это фрилансер. И действительно, в жизни встречаются оба варианта: к примеру, согласно статистике европейских исследователей, в северных европейских странах большинство фрилансеров (до 80 %) выбрали этот путь по собственной инициативе, а в Румынии, Португалии и Хорватии большинство сотрудников выбрали удаленную работу вынужденно [Guyot].

Существует мнение о том, что именно в отечественной медиасреде большинство самозанятых перешли на этот образ жизни и заработка не по собственному желанию, а в результате повсеместного кризиса в сфере СМИ, увольнений и роста безработицы [Эмирова]. Однако исследователи из СПбГУ, чьи результаты анкетирования мы приводили выше, напротив, указывают, что «фриланс-журналистами в России становятся люди, которые ищут в работе свободу» [Капустина, с. 76]. Последнее в полной мере соответствует и личному семилетнему опыту медиафриланса (с учетом постоянного общения с коллегами-фрилансерами) одного из авторов настоящей статьи, а также первоначальным данным нашего опроса. Но в любом случае позволим себе не согласиться с мнением о включении фрилансеров в класс прекариата в каком бы то ни было варианте — тут уж одно из двух: или эксплуатируемый, или свободный. А вот понятие «*precarium*» к фрилансу имеет отношение: разумеется, стабильности (если понимать ее как фиксированную, одинаковую, предсказуемую денежную сумму, получаемую ежемесячно) в образе жизни «вольного копыеносца» нет.

Говоря о сфере журналистики, отметим и такой вариант фриланса, как блоггинг. По сути, блоггер — это полностью самостоятельный предприниматель-журналист (если, конечно, зарабатывает на своем сайте, а не ведет его для души), публикующий материалы в открытом онлайн-дневнике. При этом, как свидетельствуют юристы, блоггера не стоит отождествлять со средством массовой информации: если сайт официально зарегистрирован в качестве сетевого издания, то его владелец блоггером уже не является. Блоггера можно рассматривать как субъекта различных правоотношений (гражданских, налоговых, предпринимательских, трудовых и пр.). Однако те же юристы признают, что правовой статус блоггера в современном российском законодательстве урегулирован в недостаточной степени, хотя блоггинг стал неотъемлемой частью российской действительности [Нестерова].

С 2014 по 2017 г. в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ст. 10.2) было зафиксировано понятие блоггера: под ним подразумевался «владелец сайта и (или) страницы сайта в сети “Интернет”, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети “Интернет”»². С 30 июля 2017 г. данное положение упразднено, Роскомнадзор официально объявил о прекращении ведения реестра блоггеров, а соответствующее понятие, по сути, исчезло из правового поля, но, разумеется, сохранилось в действительности.

Вместе с тем интересное и актуальное исследование, посвященное блогерам, провел в июне 2020 г. Институт общественного мнения «Анкетолог». В опросе приняли участие 1900 пользователей интернета старше 18 лет. Результаты показали, что каждый пятый (21 %) ведет свой блог, однако зарабатывают на этом лишь 16 % блоггеров. Вполне понятно, что чаще данным видом деятельности занимается

² О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей : Федер. закон от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ. Цит. по: Российская газета. 2014. 7 мая.

молодое поколение (18–30 лет — 29 % опрошенных), среди лиц старше 55 лет этот показатель падает до 16 %³.

Для топ-менеджеров, журналистов, преподавателей особый интерес представляет и такой раздел данного исследования, как изучение восприятия аудиторией блогеров и предоставляемой ими информации. Так, 51 % относятся к блогерам положительно, 42 % — нейтрально и 7 % — отрицательно (опять же предсказуемо, что положительную оценку чаще дает младшее поколение, а негативную — старшее). Кроме того, 85 % соглашаются с тем, что блогеры могут влиять на общественное мнение, и 50 % предлагают регулировать их деятельность на государственном уровне (17 % высказались против этого). В целом же блогеры пользуются чуть большим доверием аудитории, нежели официальные медиа (23 % против 20 %), хотя среди главных целей блогеров, по мнению респондентов, лидируют: получение прибыли (74 %), популярность (62 %), продвижение товаров и услуг (42 %), и лишь затем идут более идеалистические цели, такие как высказывание своей точки зрения (40 %), распространение информации (38 %), самопрезентация, решение внутренних проблем (27 %), общение с аудиторией (27 %), влияние на общественное мнение (24 %), саморазвитие (16 %) и прочие (1 %).

Еще один вариант фриланса в медиасреде — стрингерство. Как пишут С. С. Щербаль и И. Д. Степанова, «стрингер — это свободный журналист, не состоящий в штате компании, или внештатный репортер, который сотрудничает с одним или несколькими СМИ в индивидуальном порядке». Чаще всего услуги стрингеров востребованы на телевидении — например, по словам исследователей, этот вариант сотрудничества активно использовали НТВ и «Life News» [Щербаль, Степанова, с. 251].

В данный момент, формируя понятие самозанятого и соответствующий налоговый режим, законодатель признает наличие фрилансеров как особого социума и пытается регулировать их деятельность. С 1 января 2019 г. зарегистрироваться в качестве самозанятого можно было в четырех регионах (Москва, Московская и Калужская области и Татарстан), с 1 января 2020 г. к эксперименту были присоединены еще 19 регионов, но в связи с пандемией коронавируса внесены дополнительные коррективы: с 1 июля 2020 г. эксперимент проводится на территории всей России (ст. 1 Федерального закона «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима “Налог на профессиональный доход”»).

Реальное количество фрилансеров, конечно, никто подсчитать пока не в состоянии. По разным данным, их число составляет от 12 до 25 млн человек. К концу декабря 2019 г., по словам премьера Правительства России М. В. Мишустина, было официально зарегистрировано более 330 тыс. самозанятых [Азаренко]. На 21 июля 2020 г., по данным Минэкономразвития⁴, зарегистрировано более 850 тыс., а их суммарный доход составил более 110 млрд руб. На 1 декабря 2020 г., по сообщению РБК (полученному от ФНС России), уже зарегистрировано

³ URL: <https://iom.anketolog.ru/2020/06/15/blogery> (дата обращения: 24.12.2020).

⁴ URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/bole_850_tysyach_chelovek_v_rossii_zaregistrirovalis_v_kachestve_samozanyatyh.html (дата обращения: 21.12.2020).

1,434 млн самозанятых [Агеева]. Как отмечают исследователи, большинство таких работников не желают выходить из тени, так как не готовы, прежде всего, в полном объеме платить налоговые отчисления и опасаются дальнейшего ужесточения предлагаемого им сегодня режима [Азаренко].

И вновь акцентируем внимание на том, что фриланс является не только способом заработка, но и своего рода философией жизни. Особенно значимое место фриланс занимает в отраслях креативной индустрии, к которым относится и журналистика [Севостьянова, Тихомирова]. В медиасреде «...авторские проекты фрилансеров, в частности фильмы, разного рода программы, блоги, являются современной формой независимой журналистики. Это способ реализации одного из важнейших достижений демократии — право на свободу слова, возможности выражать собственное мнение». Среди особенностей медиафриланса исследователи выделяют уникальность, творчество и авторский подход, не сдерживаемый рамками редакторской политики [Щербаль, Степанова, с. 250]. Понятно, что существуют и другие мнения. Так, например, среди негативных сторон медиафриланса исследователи отмечают трудности с профессиональной идентификацией, выход из журналистского сообщества, исключение из профессиональной среды [Черепанова].

В заключение отметим, что пандемия коронавируса во многом трансформировала экономические отношения в целом и обозначила роль медиа как перво-степенно значимую при их реализации в различных областях жизнедеятельности людей в частности. Что касается медиасферы, то многие журналисты-профессионалы были переведены на фриланс, зачастую без учета их желания, в таком случае, по вышеизложенной классификации, они относятся к прекариату. Хотя надо отметить, что даже в доцифровую эпоху многие журналисты не сидели в редакционных офисах, а лишь периодически бывали там с целью прямого коммуницирования с топ-менеджментом и неформального общения с коллегами. Появление интернета позволило активно развиваться прежде всего различным формам внештатной журналистики, covid же просто увеличил долю «удаленных авторов» в модели формирования коллектива современных средств массовой информации.

Добавим, что изобилие существующих терминов для определения фриланса свидетельствует о том, что это не просто явление новейшей социально-экономической практики, а объективное условие для формирования именно классовой структуры. Данный процесс, как и многие другие процессы, характерные для социально-технологических трансформаций новейшего времени, находится в начальной стадии своего формирования. Какое понятие/именование останется в истории (фрилансер, самозанятый, прекариат и пр.) — покажет время. Как любая новая социальная группа, отличная по своим явным или до поры до времени латентным проявлениям реализованных практик, фрилансеры зачастую сталкиваются с сопротивлением и непониманием со стороны представителей других социумов. Со временем (и с увеличением числа индивидов, входящих в данную группу), как свидетельствуют исследования [Тощенко], уровень толерантности возрастет. Думается, что уже в ближайшем будущем (и пандемия коронавируса

значительно динамизировала этот процесс) социальные группы фрилансеров и штатных сотрудников научатся взаимоуважению и прекратят использовать в отношении друг друга такие эпитеты, как «тунеядцы», «бездельники» или «офисные рабы», «офисный планктон».

Агеева О. Счетная палата перешла на самозанятость // РБК. 2020. 10 дек. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/12/10/5fd0b2179a79474c2b46121c> (дата обращения: 21.12.2020).

Азаренко В. Е. Проблема внедрения института самозанятых граждан в законодательство Российской Федерации // Меридиан : науч. электрон. журн. 2020. № 7 (41). С. 210–212.

Аникин В. А. Социальные классы новой России — неравные и разные // Социол. исслед. 2020. № 2. С. 31–42.

Ахметшина Е. Р., Ключева Т. В., Полетаева О. В. Особенности трудовых практик и социального статуса фрилансеров в российских регионах // Труд и социальные отношения. 2016. № 2. С. 93–105.

Бондарева И. Ю. Возможности и ограничения практик социологического анализа самозанятости // Социолог 2.0: трансформация профессии : материалы VIII междунар. социол. Грушин. конф. /отв. ред. А. В. Кулешова. М., 2018. С. 277–281.

Капустина А. А. Фриланс-журналистика в XXI веке: недостатки и преимущества // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей : межвуз. сб. науч. работ студентов, магистрантов и аспирантов. Вып. 19 / науч. ред. А. А. Малышев. СПб., 2019. С. 73–78.

Нестерова Е. М. Блогер как субъект информационных правоотношений // Тамбовские правовые чтения им. Ф. Н. Плевако : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 т. Тамбов, 2020. С. 436–440.

Пешкова В. В. Тунеядство: опыт прошлого и проблема настоящего // Синергия наук. 2017. № 15. С. 649–658.

Прекариат: становление нового класса : монография / под ред. Ж. Т. Тощенко. М., 2020. 400 с.

Сарма О. В., Антонова В. И. Проблемы медиакоммуникации в условиях социально-политических вызовов периода либерализации СМИП // Культура в фокусе научных парадигм. 2020. № 10–11. С. 353–356.

Севостьянова А. А., Тихомирова О. Г. Роль фриланса в отраслях креативной индустрии // Экономика. Право. Инновации. 2019. № 4. С. 10–17.

Тихонова Н. Е. Классы в современной России: миф или реальность? // Россия реформирующаяся. 2008. № 7. С. 62–92.

Тощенко Ж. Т. Прекариат — новый социальный класс // Социол. исслед. 2015. № 6. С. 3–13.

Черепанова Т. В. Профессиональная идентичность журналиста в контексте фриланса // Инновации в бизнесе, науке и образовании : сб. ст. по материалам III ежегод. науч.-практ. конф. М., 2018. С. 196–199.

Шкаратан О. И. Социология неравенства: теория и реальность. М., 2012. 526 с.

Щербаль С. С., Степанова И. Д. Фриланс как новое явление в российской журналистике // Журналистика, мультимедиа: информационный и социокультурный потенциал : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти Г. М. Соловьева. Краснодар, 2020. С. 246–256.

Эмирова Г. А. Общественно-политические предпосылки развития рынка фриланса в условиях роста безработицы в индустрии массмедиа // Фундамент. исслед. 2015. № 11, ч. 6. С. 1277–1281.

Guyot C. Europe's silent shift to self-employment. 2018. URL: <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/a-silent-shift-to-self-employment-in-europe/> (accessed: 18.12.2020).

Massey B., Elmore C. Freelancing in Journalism // ResearchGate. 2018. URL: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.818> (accessed: 17.12.2020).

Статья поступила в редакцию 25.12.2020 г.