

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»
Уральский гуманитарный институт
Кафедра периодической печати и сетевых изданий

На правах рукописи

Мухина Ольга Сергеевна

**ЖУРНАЛИСТ-ФРИЛАНСЕР ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ:
ПРАВОВОЙ И ГРАЖДАНСКИЙ СТАТУС, ПРОБЛЕМЫ ТВОРЧЕСКОЙ
САМОРЕАЛИЗАЦИИ**

Специальность 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика

Диссертация на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор философских наук, профессор
Олешко Владимир Фёдорович

Екатеринбург – 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 3 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ-ФРИЛАНСЕРОВ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ..... | 22 |
| 1.1. Концептуальная основа медиафриланса | 22 |
| 1.2. История, эволюция и современное состояние медиафриланса..... | 44 |
| ГЛАВА 2. НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕДИАФРИЛАНСЕРОВ | 65 |
| 2.1. Нормативная основа медиафриланса как системы..... | 65 |
| 2.2. Практические аспекты деятельности медиафрилансеров | 90 |
| ГЛАВА 3. МЕДИАФРИЛАНС ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ | 109 |
| 3.1. Анализ ситуации в сфере современного медиафриланса | 109 |
| 3.2. Трансформация системы медиафриланса: обретения и проблемы | 133 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 153 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ..... | 163 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 193 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Эпоха цифровизации сделала возможными трансформации во многих областях нашей действительности. Одним из последствий повсеместного внедрения в повседневную жизнь индивидуумов новых технологий стала возможность работать удалённо. Такой способ заработка чаще именуется фрилансом, хотя используются и другие термины: например, самозанятость, телеработа, гиг-экономика, экономика свободной занятости, удалённая или дистанционная работа.

Начиная с 1990-х годов (в западных странах – уже с 1970-х), некоторые специалисты постепенно переходят на самостоятельную работу вне офиса и без зависимости от конкретного работодателя. В 2000-х этот процесс значительно ускорился – прежде всего в связи с повсеместным подключением к Интернету большинства представителей среднего класса и появлением новых медиа и современных средств связи, сделавших удалённую коммуникацию легко доступной. Способствовали медиафрилансу и кризисные явления в журналистике: тиражи традиционных СМИ падали, как и доходы от рекламы. С другой стороны, сетевые издания требовали большего количества журналистов, готовых создавать контент в режиме 24/7. Это и сделало возможным появление значительного числа внештатных авторов. Однако на тот момент восприятие социумом фрилансеров было скорее настороженным и плохо способствовало активному сотрудничеству. В частности, редакции СМИ предпочитали нанимать штатных журналистов, которых легче контролировать.

Но в последние годы положение фрилансеров стремительно улучшается. Постепенно в отдельных странах и регионах начинаются попытки законодательного регулирования фриланса. В сфере медиа фрилансеров учитывают при создании кодексов профессиональной этики – хотя и не везде. Появляются профсоюзы медиафрилансеров – это является нормой за рубежом, но уже делаются первые шаги и в России.

Западные исследователи чаще российских отмечают прекаризацию медиафриланса, подчёркивая нестабильность заработков и их низкий уровень по сравнению с доходами штатных журналистов. При этом зарубежные медиафрилансеры из развитых стран чаще объединяются в профсоюзы, коллективно защищают свои интересы и видят друг в друге коллег, а не конкурентов. Отечественные внештатные авторы обычно разрозненны: редко работают вне дома или коммуницируют с профессиональным сообществом (на Западе распространены офисы для фрилансеров, коворкинги и другие площадки).

При этом в России – как в научных исследованиях, так и в среде практиков-медиафрилансеров – превалирует более позитивное отношение к фрилансу, нежели на Западе. Отечественные медиафрилансеры (возможно, ввиду гораздо меньших расходов) чаще довольны своим выбором.

Стремительное и внезапное развитие придала фрилансу пандемия коронавируса. Многие специалисты, включая журналистов, были надолго переведены на удалённую работу или фриланс. Часть из них не вернулась на обычную работу в офис. Это повлекло целый ряд последствий: весь социум направил усилия профессионалов разных сфер на то, чтобы облегчить данный способ сотрудничества. В результате в активную практику были внедрены программы и площадки для онлайн-мероприятий (Zoom, Teams, Skype и др.), мессенджеры получили огромный приток новых пользователей, стало нормой вести онлайн-трансляции традиционно оффлайн-мероприятий, и даже индивиды, ранее далёкие от гаджетов, стали легко соглашаться на интервью через аудио– или видеозвонок. Сменили своё отношение к внештатным авторам и ранее консервативно настроенные редакторы, получив вынужденный опыт коммуникации с сотрудниками в удалённом режиме. В итоге рынок фриланса в целом и медиафриланса в частности пополнился как новыми конкурентами, так и новыми вакансиями.

Таким образом, фриланс стал значимой и активно развивающейся частью нашей реальности. Опытные внештатные специалисты и новички данной сферы требуют наличия условий для успешной работы: необходимо и чёткое нормативное регулирование (как на уровне закона, так и в плане этических положений профессионального сообщества), и решение практических вопросов (организация сообществ, коворкингов, фриланс-офисов, коммуникации с коллегами, формирование стандартных механизмов по решению психологических проблем). Возникает необходимость и в теоретическом осмыслении этого феномена: формирование понятийного аппарата, анализ статистики, изучение тенденций развития.

Следует добавить, что фриланс превращается уже не только в способ заработка, но и в философию жизни. Многие фрилансеры отмечают, что их главной мотивацией является свобода (понимаемая как в бытовом смысле, так и в творческом, что особенно значимо для журналистов). Медиафрилансеры цифровой эпохи активно занимаются саморазвитием. Получает популярность и философия минимизации расходов вместо максимизации доходов – с целью освободить больше времени для личных и творческих задач. И данный аспект медиафриланса также пора изучать с научной позиции.

Степень разработанности научной проблемы. Тема диссертационного исследования носит междисциплинарный характер, объединяя экономические, юридические, психологические, этические и творческие аспекты медиафриланса. Ввиду этого, основой работы является теоретическая база нескольких сегментов научного знания, которые представлены трудами как российских, так и зарубежных авторов.

Говоря об отечественных исследованиях, надо отметить, что никто не углублялся в тему фриланса именно в ракурсе медиасферы постоянно и последовательно. Следует упомянуть несколько статей, представляющих интерес, но это были по большей части разовые исследования данных авторов. В частности, надо указать на вклад в развитие темы медиафриланса следующих

исследователей: Т.В. Черепанова¹, А.А. Капустина² (студенческие работы, однако добавившие конкретные цифры социологических опросов), С.С. Щербаль и И.Д. Степанова³, В.Я. Сергачев⁴, О.Г. Тихомирова и А.А. Севостьянова⁵.

Вместе с тем, с учётом незначительного числа публикаций, посвящённых именно внештатной журналистике, мы активно обращались и к работам авторов, изучавших фриланс в целом, вопросы нестандартной и precarious занятости. Так, например, следует отметить вклад таких исследователей, как Д.О. Стребков, А.В. Шевчук⁶, А.А. Кошелев⁷, В.С. Харченко⁸, Р.А. Долженко⁹,

¹ Черепанова Т.В. Суть и значение прекариатизации журналистской практики // В книге: Черноморская конференция-2019. Сборник материалов III Черноморской международной научно-практической конференции Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Под редакцией О.А. Шпырко, В.В. Хапаева, С.И. Рубцовой, Ю.Л. Ситько. 2019. С. 78; Черепанова Т.В. Журналистская профессиональная идентичность в условиях прекарнизации медиаотрасли // В книге: Ломоносовские чтения-2019. Материалы ежегодной научной конференции МГУ. Под ред. О.А. Шпырко, В.В. Хапаева, С.И. Рубцовой. 2019. С. 85; и др.

² Капустина А. А. Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки // Век информации. 2019. Т. 7. № 1. С. 119-125; Капустина А.А. Фриланс-журналистика в XXI веке: недостатки и преимущества // В сборнике: Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей. Межвузовский сборник научных работ студентов, магистрантов и аспирантов 18-й международной конференции студентов и аспирантов «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» и финалистов XII международного «Конкурса научных работ студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей» Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. науч. ред. А.А. Малышев. 2019. С. 73-78.

³ Щербаль С.С., Степанова И.Д. Фриланс как новое явление в российской журналистике // В сборнике: Журналистика, мультимедиа: информационный и социокультурный потенциал. Материалы III Международной научно-практической конференции, посвященной памяти Г.М. Соловьева. Краснодар, 2020. С. 246-256.

⁴ Сергачев В.Я. Фриланс в журналистике как тренд времени // В сборнике: Неделя науки и творчества. материалы Межвузовского научно-практического форума студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященного Году российского кино: в 5 частях. Ответственный редактор А. Д. Евменов. 2016. С. 48.

⁵ Тихомирова О.Г., Севостьянова А.А. Роль фриланса в отраслях креативной индустрии // Экономика. Право. Инновации. 2019. № 4. С.10-17.

⁶ Стребков Д.О., Шевчук А.В. Что мы знаем о фрилансерах? Социология свободной занятости // М.: НИУ ВШЭ, 2022. 528 с.; Стребков Д.О., Шевчук А.В. Ловушка гибкой занятости: как нестандартный график работы влияет на баланс между работой и жизнью фрилансеров // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 3 (151). С. 86-102; и др.

⁷ Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 63-5. С. 126-128; Кошелев А.А. Перспективы развития фриланса в современном социуме: теоретико-методологический анализ // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 62-7. С. 83-85; и др.

⁸ Харченко В.С. Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе. Диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2013. 179 с.; Кожевникова Е.В., Харченко В.С. Стиль жизни современных мамалансеров // Женщина в российском обществе. 2020. № 3. С. 92-102; Харченко В.С. Социальное самочувствие российских фрилансеров // В сборнике: Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий. материалы II Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2016. С. 213-217; и др.

⁹ Долженко Р.А. Формирование и использование новых форм трудовых отношений в условиях становления инновационной экономики. Автореферат дис. ... доктора экономических наук / Ом. гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского. Омск, 2016. 22 с.; Долженко Р.А., Пикунова М.Н. Фриланс как новая форма трудовых отношений: перспективы использования на рынке труда // Вестник алтайской науки. 2015. № 3-4 (25-26). С. 214-221; и др.

Т.А. Камарова¹⁰, О.В. Полетаева¹¹, Ж.Т. Тощенко¹², А.П. Багирова¹³, М.Г. Шилина¹⁴, А.В. Гавриленко¹⁵, Е.Л. Бахтин¹⁶ и др.

Исследуя деятельность медиафрилансеров, необходимо упомянуть и такой феномен эпохи цифровизации, как блогерство, поскольку блогеры априори являются фрилансерами, занимающими всё более значительные позиции в информационном пространстве. О работе блогеров писали такие авторы, как В.В. Абашев¹⁷, В.М. Амиров¹⁸, М.А. Мясникова¹⁹ и мн.др.

Вместе с тем, ввиду недостаточного количества работ именно по медиафрилансу в отечественной науке, мы активно обращались к работам зарубежных авторов. Говоря об учёных, которые внесли наибольший вклад в данную тему, необходимо упомянуть, прежде всего, шесть имён: Maria Norbäck,

¹⁰ Камарова Т.А. Социально-экономическая оценка развития нестандартных форм занятости на региональном рынке труда : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург, 2021. 31 с.; Камарова Т.А., Тонких Н.В. Цифровая занятость: классификация и гендерная специфика // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 22-30; Камарова Т.А. Фриланс: проблемы правового регулирования социально-трудовых отношений // В сборнике: Проблемы взаимодействия публичного и частного права при регулировании цифровизации экономических отношений. Материалы III Международной научно-практической конференции. Отв. за выпуск М.А. Задорина, отв. редактор Г.З. Мансуров. 2020. С. 128-132.; и др.

¹¹ Полетаева О.В. Фрилансеры в составе класса наемных работников : профессиональные характеристики и статусные позиции : автореферат дис. ... кандидата социологических наук : 22.00.04 / Пенз. гос. ун-т. Пенза, 2017. 27 с.; Полетаева О.В. Социальные факторы появления фрилансеров в структуре занятого населения // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2017. № 1 (41). С. 119-129.

¹² Тощенко Ж.Т. Прекариат: от протокласса к новому классу. М.: Наука, 2018. 350 с.; Тощенко Ж.Т. Новое социально-экономическое явление: прекариат // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С.Ю. Витте. 2020. Т. 1. № 1. С. 146-161; и др.

¹³ Багирова А.П., Ильвес Э.В. Прекаризация родительского труда в России: анализ и система регуляторов // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2018. № 4 (64). С. 102-110; Багирова А.П., Ильвес Э.В. Параметры состояния социально-трудовой сферы общества как индикаторы роста прекаризации труда // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. Т. 12. № 12 (345). С. 85-93; и др.

¹⁴ Шилина М.Г. Nomadism vs. knowmadism: новые императивы современного общества? // В сборнике: Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд. Сборник материалов III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции. 2017. С. 296-300.

¹⁵ Гавриленко А.В. Самозанятость населения московского региона: потенциал и риски // Социальная политика и социология. 2022. Т. 21. № 1 (142). С. 89-96; Гавриленко А.В. Самозанятость населения Московского региона: социологическое измерение // Социальная политика и социология. 2021. Т. 20. № 4 (141). С. 53-63; и др.

¹⁶ Бахтин Е.Л. Роль высшего образования в формировании ориентаций студентов и выпускников вузов на прекарную занятость. Автореферат дис. ... кандидата социологических наук / Ур. федер. ун-т имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2023. 17 с.

¹⁷ Абашев В.В. Блогеры-урбанисты: медиаактивность как политическое действие // Век информации. 2020. Т. 8. № 1. С. 21-32.

¹⁸ Амиров В.М. «Материнские» блоги: классификация и стратегии реализации // В сборнике: Пользовательский контент в современной коммуникации. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 107-109.

¹⁹ Мясникова М.А. Театральное блогерство и традиционная театральная критика: конфликты поколений и инструментария // В сборнике: Пользовательский контент в современной коммуникации. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 191-195.

Errol Salamon, Birgit Røe Mathisen, Kathryn Hayes, Thomas Koch и Magdalena Obermaier.

М. Norbäck – исследователь из Гётеборгского университета в Швеции и директор Исследовательского центра труда и занятости. Среди прочего, она активно изучала деятельность журналистов-фрилансеров с проведением опросов. Многие статистические данные (с акцентом на Швеции, разумеется) нам доступны именно благодаря её работе²⁰.

Е. Salamon из Университета Хаддерсфилда в Великобритании также много пишет именно о медиафрилансе, и ему мы обязаны многим теоретическим понятиям, которые были сформулированы им и активно используются другими учёными (такие как «контракты с захватом прав», маркеры нестабильности медиаиндустрии и само определение медиафрилансера)²¹.

В.Р. Mathisen из Северного университета в Норвегии не только активно публикуется на тему медиафриланса, но и преподаёт соответствующую дисциплину. У неё, в частности, можно отметить философский подход к определению медиафрилансеров как предпринимателей и идеалистов²².

Активно занимается темой медиафриланса и К. Hayes – исследователь из Лимерикского университета в Ирландии, также представляя интересную статистику и свой взгляд на данный феномен²³.

Немецкие исследователи Т. Koch (Майнцкий университет им. Иоганна Гуттенберга) и М. Obermaier (Мюнхенский университет Людвиг-Максимилиана) опубликовали несколько статей о внештатных журналистах в

²⁰ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work // *Journalism Studies*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2073257> (дата обращения: 01.12.2022); Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work // *Organization*. 2021. № 28 (3). С. 426-448; Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden // *Journalism*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/14648849211033131> (дата обращения: 01.12.2022); и др.

²¹ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism // *New Media and Society*. 2020. № 22 (1). С. 105-122; Salamon E. E-Lancer Resistance // *Digital Journalism*. 2016. № 4:8. С. 980-1000; и др.

²² Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists // *Journalism Practice*. 2019. № 13:6. С. 639-656; Mathisen B.R. Entrepreneurs and Idealists – Freelance Journalists at the Intersection of Autonomy and Constraints // *Journalism Practice*. 2019. № 13 (8). С. 1003-1007; и др.

²³ Hayes K. The Networked Newsroom: Navigating New Boundaries of Work // *Journalism Practice*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1949627> (дата обращения: 06.08.2022); Hayes K., Silke H. The Networked Freelancer? // *Digital Journalism*. 2018. № 6:8. С. 1018-1028.

первой половине 2010-х, обозначив часто встречающиеся этические проблемы медиафрилансеров и размывание границ профессии²⁴.

Перечисленные исследователи действительно последовательно, комплексно и многосторонне изучали фриланс именно сферы медиа не один год. Их выводы, несомненно, представляют интерес и должны изучаться при рассмотрении темы медиафриланса, однако надо учитывать национальные особенности, поскольку данные учёные, по понятным причинам, сосредоточены на вопросах внештатной журналистики в своих странах.

Вместе с тем, необходимо отметить и ряд других авторов – пусть не столь постоянно изучающих тему медиафриланса, но сделавших в неё значимый вклад. Так, например, американские исследователи из Восточно-Каролинского университета Brian Massey и Cindy Elmore представили основные этапы истории медиафриланса²⁵, а Penny O'Donnell из Сиднейского университета в Австралии в рамках гранта последовательно изучала тенденцию потери рабочих мест в журналистике, затрагивая и фриланс как часть этого процесса²⁶.

В диссертации использованы и результаты эмпирических исследований сферы медиакоммуникаций и журналистики: итоги опросов ВЦИОМ, Института общественного мнения «Анкетолог» и пр.

Объект исследования – деятельность журналиста-фрилансера и медиафриланс как феномен цифровой эпохи.

Предмет исследования – характеристики медиакоммуникативной среды, определяющие процессы формирования правового и гражданского статуса медиафрилансеров и их творческой самореализации.

²⁴ Koch T., Obermaier M. Mind the gap: Consequences of inter-role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of public relations // *Journalism*. 2015. № 16 (5). С. 615–629; Koch T., Obermaier M. Blurred lines. German freelance journalists with secondary employment in public relations // *Public Relations Review*. 2014. № 40. С. 473-482; и др.

²⁵ Massey B.L., Elmore C. Freelancing in Journalism // *Journalism Studies*. 2018. URL: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.818> (дата обращения: 06.04.2021)

²⁶ Josephi B., O'Donnell P. The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers // *Journalism*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1177/14648849221086806> (дата обращения: 06.12.2022); и др.

Цель исследования – определить состояние и положение медиафриланса, правовой и гражданский статус внештатного журналиста, обозначить существующие проблемы его творческой самореализации.

Поставленная цель предопределила постановку и решение следующих **задач**:

- определить концептуальную основу медиафриланса;
- изучить историю, эволюцию и современное состояние медиафриланса;
- представить нормативную основу медиафриланса как системы;
- обозначить практические аспекты деятельности медиафрилансеров;
- провести анализ ситуации в сфере современного медиафриланса;
- выявить тенденции в процессе трансформации системы медиафриланса, её обретения и проблемы.

Теоретическо-методологическую основу работы составили концепции и исследования классиков и современных учёных области социально-гуманитарных наук по проблемам экономики, права, психологии, творчества и профессиональной этики внештатных журналистов цифровой эпохи.

В основу исследования медиафриланса как особого способа заработка и образа жизни для журналистов цифровой эпохи положены функциональный подход и системный анализ социальных медиа Н. Лумана, современные теории коммуникации Г.М. Маклюэна, следует отметить и другие базовые научные подходы, актуальные для медиасферы.

Так, в диссертационном исследовании реализован типологический подход, на базе которого соискателем были реализованы действия, ориентированные на изучение фриланса как достаточно сложного и малоисследованного в рамках теории медиакоммуникаций и журналистики социокультурного явления в его структурной самодостаточности с учетом экономического, правового и этического регулирования, а также в становлении и обособлении по отношению к медийной среде в целом. Развитие филологической науки, утверждающей

значимость новейших технологий и творчества как диалоговой деятельности, нашло отражение в трудах таких исследователей, как С.С. Распопова²⁷, Н.Б. Кириллова²⁸, Р.Л. Исхаков²⁹, С.И. Бессонов³⁰ и др.

Важен и коммуникативный подход, уделяющий больше внимания вопросам воздействия средств массовой информации на аудиторию, установления связей между социальными группами (В.Ф. Олешко и Е.В. Олешко³¹, Л.К. Лободенко, Л.П. Шестеркина³², А.В. Антошин³³, М.В. Загидуллина³⁴). С ним в данном случае тесно связан и поколенческий подход как возможность отследить трансформации медиа в цифровую эпоху. Данного подхода придерживались в частности такие исследователи, как К.В. Киуру³⁵, Г.Д. Саймонс, М.Ю. Мухин, В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко,

²⁷ Распопова С.С. Субъекты информационной деятельности в медиаэтическом поле // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №4 (34). С. 185-189.

²⁸ Кириллова Н.Б. Цифровая культура глобализованного мира и творческое развитие личности // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. 2022. № 8. С. 12-17.

²⁹ Исхаков Р.Л. Историко-теоретические основания научного изучения журналистских практик в XXI веке // В сборнике: Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. Материалы международной научно-практической конференции. К 80-летию журналистского образования на Урале и 75-летию факультета журналистики Уральского университета. Министерство образования и науки РФ, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Департамент «Факультет журналистики». 2016. С. 43-46.

³⁰ Бессонов С.И. Роль журналистского образования в формировании профессиональной культуры «непрофессионалов» // В сборнике: Профессиональная культура журналиста в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы. сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, Департамент «Факультет журналистики». 2020. С. 183-185.

³¹ Олешко В.Ф., Олешко Е.В. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. СПб: Издательство Алетей, 2021. 472 с.

³² Lobodenko L., Shesterkina L., Cheredniakova A., Perevozova O., Kharitonova O. Reception of environmental information materials by youth audiences: results of a neuromarketing study // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2022. № 3. С. 5-44.

³³ Антошин А.В. Что важнее – технологии или смыслы? Размышления о конвергентной журналистике // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28. № 1. С. 209-214.

³⁴ Загидуллина М.В. Брендинг в условиях медиатизации: социокультурные факторы // Челябинский гуманитарий. 2019. № 3 (48). С. 25-33.

³⁵ Киуру К.В. «Цифровое поколение» студентов факультетов журналистики: проблемы и вызовы в условиях современной медиакommunikации // В сборнике: Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института. сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2-х частях. Министерство науки и высшего образования РФ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; Уральский гуманитарный институт, Департамент «Факультет журналистики». 2019. С. 43-46.

Б.Н. Лозовский, А.С. Сумская, А.И. Лозовская, С.А. Свердлов, В.Г. Соломеина, а также автор настоящей диссертации³⁶.

Кроме того, для построения алгоритма анализа данных диссертанту потребовалось обращение к теоретико-методологическим разработкам количественно-качественных исследований в области социологии и коммуникативистики с опорой на труды Л. Ньюмана³⁷ и других специалистов. А такие используемые соискателем конкретно-социологические методы получения научной информации как контент-анализ, экспертные опросы, включенное наблюдение, позволили расширить прикладную ценность данного диссертационного исследования.

Перечисленные подходы способствуют пониманию творческой сущности медиадеятельности в целом и медиафриланса в частности.

Эмпирическая база диссертационной работы:

1. Контент-анализ 200 материалов (эссе, записей в блогах, постах в социальных сетях, интервью в СМИ), найденных в открытом доступе в Интернете, в которых внештатные журналисты делились своим опытом фриланса. Типирование найденных материалов, сбор и сопоставление статистических данных. Поиск материалов выполнен в период с апреля по июль 2022 года.

2. Материалы 4 экспертных опросов. Проведены в 2020 году путём само-заполнения медиафрилансерами (найденными на биржах фриланса) онлайн-анкеты, которая включала закрытые, полузакрытые и открытые вопросы.

3. Материалы 16 опросов медиафрилансеров. Проведены в августе 2022 года с использованием социальной сети ВКонтакте (VK) и включали закрытые, полузакрытые и открытые вопросы. Количество респондентов в каждом опросе разнилось от 25 до 414 человек, но в среднем находилось на уровне 100-200 респондентов.

³⁶ Саймонс Г.Д., Мухин М.Ю., Олешко В.Ф., Олешко Е.В., Лозовский Б.Н., Сумская А.С., Лозовская А.И., Свердлов С.А., Соломеина В.Г., Мухина О.С. Межпоколенческая трансляция коммуникативно-культурной памяти в эпоху цифровизации. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2021. 204 с.

³⁷ Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 119-129.

4. Материалы экспертного опроса 87 практикующих журналистов, которые поделились опытом дистанционной работы во время локдауна. Опросы проведены в Екатеринбурге в октябре 2021 года. В качестве помощников были привлечены студенты-бакалавры факультета журналистики Уральского федерального университета.

5. Контент-анализ постов в тематической группе медиафрилансеров социальной сети ВКонтакте. Выполнен в марте 2022 года с целью анализа последствий первого кризисного месяца данного года. Всего найдено 65 постов на указанную тему.

6. Анализ предложений по оплате для медиафрилансеров, проведённый на одной из самых популярных бирж фриланса Freelance.ru и сайте сервиса вакансий HeadHunter. Выполнен в августе 2022 года. На бирже фриланса в день поиска найдено 18 заказов и на сайте HeadHunter – 314 вакансий.

7. Смысловой анализ нормативно-правовых документов и правовых баз (КонсультантПлюс, Гарант), кодексов профессиональной этики журналиста и баз этих кодексов («Accountable Journalism» – одна из самых обширных баз, формируемая Институтом журналистики Дональда Рейнольдса; проект Ассоциации онлайн-новостей).

8. Вторичный анализ результатов эмпирических исследований, выполненных социологами (ВЦИОМ, «Анкетолог»), практикующими медиафрилансерами (опрос, проведённый в марте 2022 года Telegram-каналом «Freelance Choice. Вакансии по копирайтингу»; 133 респондента приняли участие в опросе) и другими учёными.

Добавим, что автор настоящей диссертации также является медиафрилансером с 10-летним стажем, что в ряде случаев позволяет делать собственные выводы и на основе длительного включенного наблюдения.

Научная новизна исследования обусловлена отсутствием комплексного систематического анализа медиафриланса именно в российском сегменте. Подобные исследования существуют за рубежом, а в рамках отечественной

науки имеются только смежные исследования (чаще фриланса в целом, безотносительно сферы медиа) либо отдельные публикации без глубокого погружения в данный феномен.

В рамках проведённого исследования:

- определён статус внештатного журналиста как особого субъекта медиадетельности в цифровую эпоху;
- дана авторская трактовка понятия «медиафрилансер»;
- выделены и систематизированы основные способы экономической самореализации медиафрилансеров;
- доказано, что наиболее перспективное развитие их деятельности обусловлено активным использованием в том числе и сквозных цифровых технологий;
- найдены успешные варианты определения правового статуса фрилансера в законодательстве разных стран;
- выявлены главные психологические проблемы фриланса, выстраивания лично-рабочих границ;
- впервые в России проанализированы тексты кодексов профессиональной этики различных изданий, организаций и государств на предмет того, насколько они учитывают в своих положениях внештатных журналистов;
- на базе полученных соискателем эмпирических данных выявлены особенности творческой самореализации медиафрилансеров цифровой эпохи, их самоидентификации;
- рассмотрены с использованием системного подхода актуальные социально-технологические вызовы и их влияние на медиафриланс;
- определены тенденции развития внештатной журналистики, её перспективы, разработаны рекомендации для повышения при этом эффективности внутриредакционного взаимодействия.

Положения, выносимые на защиту:

1. В результате повсеместной цифровизации и особенно после начала коронавирусной пандемии фриланс активно трансформируется из нетипичной формы занятости в типичную. Подобная тенденция наблюдается как в России, так и в зарубежных странах. При этом журналистика является одним из популярных видов деятельности для фрилансеров.

2. Вместе с тем, на данный момент фриланс остаётся видом деятельности меньшинства на практике и недостаточно изученным явлением в научной плоскости. Нуждается в дополнительных разработках и нормотворчество в сфере фриланса (как законодательные нормы, так и этические).

3. Само понятие «фрилансер» не определено ни законодательно, ни в словарях. Несмотря на то, что данное явление существует в реальной действительности и понятно на бытовом уровне, невозможно составить общепринятый перечень даже базовых его характеристик. Каждый формулируемый одним источником признак отрицается другим исследователем и/или не обязателен на практике.

4. Российские фрилансеры зачастую существуют вне правового поля, что создаёт дополнительные риски в том числе и для них самих. Они также редко ощущают себя частью профессионального сообщества, что может быть критическим в сфере журналистики – социально значимой профессии с повышенными морально-этическими требованиями.

5. Фрилансеры балансируют на грани роли исполнителя и предпринимателя. Они вынуждены брать на себя предпринимательские риски, а их доход зачастую больше зависит от их навыков менеджера (умения продать свои услуги), нежели от способностей журналиста. Многие из них сталкиваются и с психологическими проблемами с необходимостью выстраивать лично-рабочие границы.

6. Проблемы творческой самореализации медиафрилансеров начинаются с вопроса об их самоидентификации как представителей определённой профессии.

Границы профессии журналиста размываются и включают в себя всё больше специалистов самых разных видов деятельности, всё более далёких от традиционной журналистики.

7. Ещё одной проблемой медиафрилансеров как представителей творческой профессии являются моральные дилеммы в ситуации недостаточного количества собственно журналистской работы. Многие в этих условиях соглашаются на смежные виды деятельности, неприемлемые для них в ситуации финансовой стабильности. Необходимость в конкретной специализации также остаётся спорным вопросом в сфере медиафриланса. Однако, несмотря на новые правила эпохи цифровизации и экономические вызовы, для большинства современных медиафрилансеров важна самореализация, и многие из них не готовы мириться с неинтересными и бессмысленными заданиями.

8. Актуальные тенденции последних лет (пандемия, повсеместный переход специалистов на удалённую работу) способствуют развитию фриланса и в техническом плане (популяризация новейших технологий), и в юридическом (попытки регулирования на законодательном уровне), и в психологическом (введение в оборот практик удалённой коммуникации и отчётности, формирование новой ментальной модели сотрудничества, привычной частью которой являются фрилансеры).

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.
Представленная работа соответствует паспорту научной специальности 5.9.9 «Медиакоммуникации и журналистика» по следующим направлениям исследований:

– Теории журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды (п. 1);

– История журналистики, средств массовой информации, медиакоммуникаций в контексте общественного развития (п. 2);

- Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакommunikациях (п. 3);
- Творческий процесс в журналистике и медиакommunikациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакommunikаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакommunikаций (п. 4);
- Медиасистема. Природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации. Динамика медиасистемы и её сегментов. Глобальная и национальные медиасистемы (п. 6);
- Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакommunikациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакommunikаций и непрофессиональных авторов (п. 9);
- Формы регулирования в журналистике. Со– и саморегулирование в медиакommunikационной среде (п. 12);
- Профессиональные культуры в медиакommunikациях (п. 14).

Теоретическая и практическая значимость исследования состоят в последовательном определении понятийного аппарата в сфере медиафриланса, обозначении имеющихся характеристик данного явления, представлении исторического ракурса темы как на зарубежном рынке, так и на российском, а также статистики современного состояния данного феномена. Определена нормативная база медиафриланса, включая законодательство и нормы профессиональной этики, выявлены успешные варианты, выработанные зарубежными странами, имеющими длительный опыт фриланса. Предложены собственные формулировки терминологии и основных квалифицирующих признаков медиафриланса, а также выбраны удачные опции по нормативному регулированию данного феномена.

Проведён анализ статистики, собранной другими учёными, а также результатов собственного исследования. Выявлены основные проблемы современных медиафрилансеров: экономические, юридические, психологические, этические и творческие. Результаты могут быть полезны как практикующим медиафрилансерам (поскольку представляют собой в том числе и конкретные рекомендации по решению актуальных проблем), так и исследователям медиафриланса, поскольку в настоящей диссертации собран многогранный пласт статистики с конкретными цифрами. Результаты могут быть использованы и в учебном процессе на факультетах журналистики (поскольку всё больше выпускников выбирают карьеру фрилансера), и при создании учебников и монографий.

Достоверность результатов, полученных в процессе диссертационного исследования, обеспечена опорой на авторитетные научные работы – как российские, так и зарубежные, а также подтверждается использованием общенаучных методов (анализ, синтез) в сочетании с социологическими методами сбора данных (опрос, анкетирование) и статистическими методами анализа данных, релевантными поставленным целям и задачам.

Апробация результатов исследования. Материалы и результаты исследования докладывались на 15 конференциях:

- II Международная научно-практическая конференция «Журналистика и общественные коммуникации в цифровом пространстве: создавая смыслы» (Владивосток, Дальневосточный федеральный университет, 2022 г.);
- Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет, 2022 г.);
- Международная научно-практическая конференция «Журналистика – Медиалогия – Наставничество» (Беларусь, Минск, Белорусский государственный университет, 2021 г.);

– Международная научно-практическая конференция в онлайн-формате «Медиаландшафт России и мира: прошлое, настоящее и будущее» (Москва, Российский Университет Дружбы Народов, Казахский Национальный Университет имени Аль-Фараби, Университет Журналистики и Массовых Коммуникаций Узбекистана, 2021 г.);

– XXIV Международная конференция «Культура, личность, общество в условиях цифровизации: методология, опыт эмпирического исследования» памяти профессора Л.Н. Когана (Екатеринбург, Уральский федеральный университет, 2021 г.);

– I Международная научно-практическая конференция «Пользовательский контент в современной коммуникации» (Челябинск, Челябинский государственный университет, 2021 г.);

– I Международная научно-практическая конференция «Медиареальность XXI века: эпоха глобальных реформ» (Москва, Московский педагогический государственный университет, 2021 г.);

– Всероссийская научная конференция «От идеи – к практике: социогуманитарное знание в цифровой среде» (Новосибирск, Новосибирский государственный университет, 2021 г.);

– Всероссийская научно-практическая онлайн-конференция с международным участием «Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет, 2021 г.);

– XI Всероссийская научно-практическая конференция «Цивилизационные перемены в России» (Екатеринбург, Уральский государственный лесотехнический университет, 2021 г.);

– Всероссийская научно-практическая конференция «Возможности и угрозы цифрового общества» (Ярославль, Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, 2021 г.);

- Международная научно-практическая конференция «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, Воронежский государственный университет, 2020 г.);
- VII Международная научно-практическая конференция «Гуманитарное знание и духовная безопасность» (Грозный, Чеченский государственный педагогический университет, 2020 г.);
- VI Межвузовская научно-практическая конференция бакалавров, магистров и аспирантов «Исследования медиа и коммуникаций: теории, практики, исследовательские перспективы» (Москва, Высшая школа экономики, 2020 г.);
- XLV Научно-практическая конференция студентов «Мир культуры глазами молодых исследователей» (Пермь, Пермский государственный институт культуры, 2020 г.).

По теме диссертации опубликованы 33 научные работы, в том числе 9 статей, опубликованных в рецензируемых научных журналах, определённых ВАК РФ (две из них – в изданиях, индексируемых в Scopus и Web of Science), а также глава в коллективной монографии.

Объём и структура работы. Диссертация изложена на 204 страницах, состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы из 203 пунктов, в том числе 58 источников на иностранных языках. Работу дополняют 3 таблицы, а также 23 приложения с графиками, отражающими собранную автором статистику в сфере медиафриланса.

Введение обосновывает актуальность темы, включает постановку цели и задач исследования, научной проблемы, описание степени научной разработанности, объекта и предмета исследования, его новизны, теоретической и практической значимости, анализ теоретической, методологической и эмпирической базы, а также положения, выносимые на защиту, указание на соответствие диссертации научной специальности, апробацию результатов исследования, подтверждение достоверности результатов и структуру работы.

Первая глава «Теоретико-методологические основания изучения журналистов-фрилансеров цифровой эпохи» представляет теоретический базис темы исследования: концептуальные основы, базовые понятия, их признаки, исторический экскурс и статистику по современному состоянию медиафриланса.

Во **второй главе** «Нормативное регулирование и практические аспекты деятельности медиафрилансеров» раскрываются вопросы законодательного регулирования внештатной журналистики и регулирования на уровне этических концепций, а также основные вызовы и проблемы, с которыми сталкиваются медиафрилансеры в своей практической деятельности.

Третья глава «Медиафриланс цифровой эпохи: состояние, проблемы, прогноз развития» представляет результаты собственного исследования со сбором статистики относительно социологического портрета современного медиафрилансера и возникающих перед ним проблем экономического, психологического, этического, правового и творческого характера. Данная глава исследования отражает и актуальные проблемы последних лет, включая вызовы периода пандемии и санкций.

Заключение отражает основные выводы исследования относительно концептуальных основ медиафриланса, его исторического базиса и современного состояния, нормативного регулирования, основных проблем и вариантов их решения, а также тенденций дальнейшего развития.

Список литературы состоит из 8 групп источников по теме исследования.

Приложения в количестве 23 пунктов содержат диаграммы, отражающие собранную при проведении настоящего исследования статистику.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ-ФРИЛАНСЕРОВ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

1.1. Концептуальная основа медиафриланса

Комплексные исследования медиафриланса начались не так давно, поскольку именно в последние годы неустойчивая ситуация со штатной работой в сфере журналистики увеличивает количество внештатных работников. Фрилансеры по определению находятся вне институциональных рамок, но восприятие их места в журналистике начало меняться³⁸.

Журналистская работа активно трансформируется в последние десятилетия: этому способствует потеря платных читателей, снижение доходов от рекламы, экономические кризисы, быстрое развитие и внедрение в повседневные практики цифровых технологий, появление новых форм конкуренции. Старые бизнес-модели меняются, а журналистская работа ведётся как внутри редакций средств массовой информации, так и за их пределами. Постоянная занятость серьёзно сократилась на многих медиа-рынках³⁹. Журналисты-фрилансеры стали играть всё более значимую роль в общественно-политической повестке⁴⁰.

Вместе с тем, понятие «фрилансер» не определено ни на законодательном уровне, ни в научной среде. Сам термин чаще всего приписывают Вальтеру Скотту, который назвал так средневековых рыцарей в романе «Айвенго». Освобождённые от службы королю или конкретному лорду, они переезжали из города в город, на время предлагая свои услуги. Как пишут В. Massey и С. Elmore, современные внештатные журналисты, аналогично рыцарям-наёмникам Вальтера Скотта, сотрудничают со множеством изданий, предлагая

³⁸ Josephi B., O'Donnell P. Указ. соч.

³⁹ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

⁴⁰ Yanardağoğlu E. Restructuring of the Media System and New Media Convergence // Global Transformations in Media and Communication Research. 2021. С. 151-189.

свои услуги любому количеству редакций и не имея ни перед кем из них долгосрочных обязательств. Они являются независимыми подрядчиками, одинокими деятелями, которые работают на себя и сами по себе⁴¹. Сам термин произошёл от английского «freelancer», что в переводе означает «вольный копьеносец» или «вольнонаёмный воин». В современной литературе встречается также вариант термина – «электронный фрилансер» (e-lancer)⁴².

Если же от метафорических определений перейти к более научным, то вопрос формулировки понятия «фриланс» остаётся дискуссионным. Несмотря на активное распространение фриланса, данный термин (и, соответственно, тип юридических взаимоотношений) не урегулирован российским законодательством. Существуют смежные варианты, которые мы будем подробнее рассматривать в параграфе 2.1 настоящей диссертации, однако наличие нескольких опций лишь вводит в заблуждение и дезориентирует участников отношений, создавая теоретические и, что сложнее, практические коллизии.

Как верно указывают авторы из Высшей школы экономики Д.О. Стребков и А.В. Шевчук, термин «фрилансер» – это не строгая научная категория. Его нет на страницах учебников или в нормативно-правовых актах, это понятие взято из самой жизни. И, в отличие от английского языка, в котором данный термин имеет свою историю, в русском языке это слово «звучит как модный жаргон»⁴³.

Поскольку законодательство не предоставляет искомого определения, попробуем обратиться к словарям. Так, словарь Ожегова предсказуемо не содержит слов «фриланс» или «фрилансер»⁴⁴. Не включены они и в словарь Ефремовой⁴⁵. А вот словарь синонимов Тришина⁴⁶ уже предоставляет некоторую точку отсчёта, выдавая в качестве синонима слова «фриланс» понятие

⁴¹ Massey В., Elmore С. Указ. соч.

⁴² Рассадина Д.С. Фриланс как вид трудовой деятельности в цифровом обществе // Власть. 2021. № 5. С. 195-201. – С. 196.

⁴³ Стребков Д.О., Шевчук А.В. Что мы знаем о фрилансерах? Социология свободной занятости.

⁴⁴ Толковый словарь Ожегова. URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 03.09.2022)

⁴⁵ Толковый словарь русского языка Ефремовой. URL: <https://www.efremova.info/> (дата обращения: 03.09.2022)

⁴⁶ Фрилансер // Словарь синонимов Тришина. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/synonyms-trishin/fc/slovar-212-17.htm#zag-335617> (дата обращения: 03.09.2022)

«телеработа», а «фрилансер» – это, согласно данному источнику, то же, что «вольный художник» и «исполнитель» (также прилагается вариант произношения и написания «фриленсер»).

Вместе с тем, поскольку классические словари очевидно не могут удовлетворить наш интерес к столь современному термину, имеет смысл обратиться к более актуальным онлайн-словарям. Так, например, сервис «Словари онлайн» (включающий как общепризнанные словари – Даля, Лопатина, Ожегова, Ефремовой и др., так и новейшие словари последних лет) по поиску слова «фрилансер» выдаёт следующие варианты:

а) «как правило, человек, нанимающийся на разовые работы по сети и работающий удалённо» (Словарь компьютерных терминов);

б) «“свободный художник”, человек не работающий на определённую организацию. Фрилансер находит самостоятельно заказы от различных компаний и предприятий на разработку чего-либо, тем и живёт, от наличия или отсутствия заказов зависит его заработок. Т.к. фрилансер не является работником какой-либо организации, то он всегда работает на свой страх и риск (он может быть обманут работодателем, в свою очередь и работодатель имеет определённый риск быть обманутым фрилансером)» (Словарь компьютерных терминов);

в) «специалист или небольшая фирма (группа специалистов), выполняющих вне территории заказывающей организации (“удаленные”) работы (freelance)» (Словарь бизнес терминов)⁴⁷.

Таким образом, если отталкиваться от имеющихся определений из словарей, то исследователь, имеющий целью обозначить понятие «фриланс» или «фрилансер» получит больше вопросов, нежели ответов, поскольку формируется следующий перечень признаков, ни один из которых не является обязательным:

⁴⁷ Фриланс // Словари онлайн. URL: <https://slovaronline.com/search?s=фриланс> (дата обращения: 03.09.2022)

1. Фрилансер работает удалённо, вне территории заказчика (соответствует определениям А и В, но обратное не противоречит определению В).

2. Фрилансер работает через Интернет (соответствует определению А, но не следует из определений В и В);

3. Фрилансер выполняет разовые заказы (соответствует определению А, но не вытекает из определений В и В);

4. Фрилансер сотрудничает с несколькими компаниями (соответствует определению В, но определения А и В включают и обратную ситуацию);

5. Наконец, определение В предполагает даже то, что фрилансером может быть не только отдельный индивидуум, но и фирма, группа специалистов.

Таким образом, подытоживая анализ словарей, можно отметить, что понятие «фрилансер» остаётся дискуссионным, и не существует даже минимального перечня общепризнанных его характеристик.

Законодательство и словари являются стандартной базой для терминологического анализа. Понятие, зафиксированное в законе или словаре, мы вправе считать определённым на каком-то уровне. Поскольку в данном случае мы не имеем данной основы, то вынуждены обратиться к научным работам, заранее признавая тот факт, что каждое предлагаемое учёными определение является мнением отдельного автора.

Начнём с западных исследователей, поскольку развитые западные страны имеют гораздо более длительный опыт фриланса. Так, например, один из активных исследователей медиафриланса из Великобритании Е. Salamon указывает, что «внештатные сотрудники СМИ – это самозанятые работники, которых медиакомпании нанимают для выполнения краткосрочных заданий или сдельной работы»⁴⁸.

В. Josephi и Р. О'Donnell (ссылаясь на В.Л. Massey и С. Elmore) приводят следующее определение в попытке ответить на вопрос, что именно делает

⁴⁸ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

медиафрилансера журналистом: медиафрилансеры – это журналисты, которые предоставляют частичный контент для СМИ, но не работают полный рабочий день ни в одном из них. Авторы упоминают также более традиционный, но несколько устаревший подход, который гласит, что медиафрилансер должен получать более половины своего дохода от журналистики⁴⁹.

Ещё один постоянный исследователь медиафриланса из Швеции M. Norbäck добавляет, что «старая шутка о том, что “писатель-фрилансер – это тот, у кого есть пишущая машинка и напарник по работе” <...> оказывается верной, даже если пишущие машинки были заменены на ноутбуки»⁵⁰. Несмотря на упрощенность и сатирический подход, данное определение в некотором роде можно считать универсальным, хотя необходимость напарника представляется спорной и противоречит российской практике медиафриланса, которая будет подробно проанализирована в главе 3 настоящей диссертации.

В свою очередь, T. Rosenkranz называет фрилансерами «работников по контракту» или «подрядчиков»⁵¹, также предоставляя достаточно широкие рамки изучаемого явления.

Переходя к российским исследователям, отметим, что тематикой медиафриланса никто из них не занимался на регулярной основе – в отечественной науке представлено достаточное количество исследований, посвящённых фрилансу в целом и несколько реже – медиафрилансу, однако в большинстве своём в плане именно внештатной журналистики авторы писали лишь несколько статей, не углубляясь в данную тематику, и мало кто погружался в теоретико-методологические основы, рассуждая о базовых определениях.

Одно из первых определений термина «фрилансер» в отечественной науке было сформулировано в монографии Д.О. Стребкова и А.В. Шевчука в 2009 году: «фрилансер – независимый профессионал высокой квалификации, который не состоит в штате организаций и не включен в традиционные трудовые

⁴⁹ Josephi B., O'Donnell P. Указ. соч.

⁵⁰ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

⁵¹ Rosenkranz T. From Contract to Speculation: New Relations of Work and Production in Freelance Travel Journalism // Work, Employment and Society. 2019. № 33 (4). С. 613-630.

отношения, а самостоятельно реализует свои услуги на рынке различным клиентам, не являясь субподрядчиком единственного заказчика»⁵². Однако сами авторы уже тогда добавляли, что перечисленные характеристики вряд ли прояснят термин до конца и, весьма вероятно, породят дискуссии на практике. И действительно, представляются спорными следующие признаки фрилансера, выделенные данными учёными:

- фрилансер всегда обладает высокой квалификацией (т.е. авторы вычёркивают из числа фрилансеров, к примеру, школьников, выполняющих поверхностные рерайты на биржах);
- авторы не принимают вариант оформления трудового контракта с фрилансером (хотя это встречается на практике);
- фрилансером считается только специалист, оказывающий услуги, а не выполняющий работы или продающий товары (т.е. авторы не считают фрилансером, к примеру, мастера по ремонту техники или мастера-мебельщика, создающего мебель на заказ);
- из числа фрилансеров также исключаются те, кто сотрудничает только с одним заказчиком.

Вместе с тем, говоря о терминологии, имеет смысл обратиться к более современным работам, поскольку фриланс – гибкое явление, и каждый десяток лет его существования вносит серьёзные трансформации. Так, например, А.А. Дяченко и А.С. Сорокина⁵³ цитируют уже приведённое нами выше первое определение из словаря компьютерных терминов, добавляя при этом, что понятия «фрилансер» и «удалённый сотрудник» не являются синонимами, предлагая ряд оснований для дифференциации. Свои размышления на эту тему

⁵² Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров): Препринт WP4/2009/02. М.: Изд. дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2009. 76 с. – С. 9.

⁵³ Дяченко А.А., Сорокина А.С. Фриланс как альтернативная форма занятости в период пандемии // Молодежный научный форум. сборник статей по материалам СХХIX студенческой международной научно-практической конференции. Москва, 2021. С. 59-65.

представляют и другие авторы: например, Л.Д. Гостилова⁵⁴ и Д.В. Тараненко⁵⁵. Предлагаемые авторами различия в совокупности можно свести к следующему:

Таблица 1. Различия в статусе фрилансера и удалённого сотрудника

| Основание для дифференциации | Фрилансер | Удалённый сотрудник |
|---|---|-------------------------------------|
| Оформление в штат | Нет | Есть |
| Социальный пакет | Нет | Есть |
| План работы, необходимость выполнения показателей | Нет. Сам определяет объём своей работы | Есть |
| Перечень конкретных обязанностей | Нет. Может сам выбирать заказы | Есть |
| Оплата | Зависит от объёма и качества выполненной работы | Фиксированная |
| Число работодателей/заказчиков | Их несколько | Один работодатель |
| Постоянство сотрудничества | Могут быть постоянные заказчики, но следующий заказ не гарантирован | Сотрудничество на постоянной основе |
| Закключаемый договор | Гражданско-правовой | Трудовой |

Здесь надо добавить, что в российском законодательстве имеется понятие дистанционной (удалённой) работы – данный термин написан именно в таком

⁵⁴ Гостилова Л.Д. Современные тенденции развития фриланса в России // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Информационные технологии. 2021. № 2 (18). С. 72-76.

⁵⁵ Тараненко Д.В. Удаленная работа как нестандартная форма занятости // Вопросы устойчивого развития общества. 2021. № 7. С. 67-74.

варианте, что свидетельствует о том, что законодатель приравнивает данные понятия, считая их синонимами. Данный формат трудовых отношений урегулирован главой 49.1 Трудового кодекса РФ (далее – ТК РФ)⁵⁶. Из определения, данного в ст. 312.1, можно выделить следующие признаки дистанционной (удалённой) работы:

- работа осуществляется вне территории работодателя;
- для выполнения трудовых функций и коммуникации с работником используются различные средства связи, в том числе Интернет;
- на работника распространяется трудовое законодательство, со всем полагающимся социальным пакетом (больничные, отпуска) и защитой.

Понятия «фриланс» или «фрилансер», как уже говорилось, законодательство не содержит, однако, что интересно, одна из ведущих российских правовых систем КонсультантПлюс⁵⁷ на запросы «фриланс» или «фрилансер» выдаёт в том числе ссылку на главу 49.1 ТК РФ. Аналогично работает и другая популярная правовая система – Гарант⁵⁸.

Из собственного опыта 10-летнего включенного наблюдения в качестве медиафрилансера добавим, что представленная выше таблица может быть принята за основу, но, опять же, ни один из указанных признаков не является абсолютным или обязательным. Так, в частности, с фрилансером может быть заключён не только гражданско-правовой договор – все популярные варианты будут подробно перечислены в параграфе 2.1 настоящей диссертации. Кроме того, даже при заключении гражданско-правового договора сотрудничество может быть постоянным и даже бессрочным с указанием в контракте, к примеру, конкретного количества материалов, которые должен готовить ежемесячно внештатный журналист. В такой ситуации не запрещено указывать и фиксированную оплату – и подобное встречается на практике. С другой стороны,

⁵⁶ Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 19.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.01.2023) // Собрание законодательства РФ. 07.01.2002. № 1 (ч. 1). Ст. 3.

⁵⁷ КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

⁵⁸ Гарант. URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

трудовой договор может быть срочным (в том числе и весьма краткосрочным) и предусматривать, что значительная часть заработной платы зависит от показателей сотрудника.

Не стоит останавливаться и на том, что работодателей (при заключении трудового договора) может быть несколько (в том числе у обычных штатных офисных сотрудников), а фрилансер может сосредоточиться и на одном заказчике.

Таким образом, можно сказать, что в бытовом смысле термин «фрилансер» всем, что называется, «интуитивно понятен», и все исследователи описывают примерно одно и то же. Вместе с тем, при попытке выявить конкретные признаки, мы сталкиваемся с аналогичным результатом, что и при анализе определений из словарей: ни одна характеристика не является общепризнанной.

Однако неопределённость понятия «фриланс» представляет собой лишь часть теоретико-методологических проблем изучаемой темы. Другой стороной является изобилие смежных понятий, соотношение которых с фрилансом также вызывает множество вопросов. Выше мы уже частично начали рассмотрение данного аспекта, приведя различия фриланса и удалённой работы. Однако следует остановиться также на термине «телеработа» (к слову, синониму фриланса, согласно процитированному выше словарю синонимов Тришина).

Понятие «телеработа» было введено американцем Дж. Ниллесом в 1973 году. Он работал в Университете Южной Калифорнии. Ему была поставлена задача решить транспортные проблемы, особенно в плане загруженности дорог в часы пик. В итоге он придумал систему, которую назвал революцией: теперь не индивид перемещался к месту службы, а работа перемещалась к нему. Он предложил, чтобы сотрудники работали дома и коммуницировали при помощи новых технических средств⁵⁹.

⁵⁹ Тедеев А.А. Развитие информационных технологий, информационной экономики и правовое регулирование дистанционного труда в России (некоторые проблемы) // Российская юстиция. 2014. № 6. С. 25-29.

Аналогично термин «телеработники» сформулирован Международной организацией труда: это индивиды, которые работают из дома при помощи информационных технологий и обычно находятся вне своего основного рабочего места⁶⁰.

Тогда же, в 1970-х годах, в Массачусетском технологическом институте фрилансера обозначили термином «boundaryless worker», что можно перевести как «работник без границ». Такое название было дано потому, что у фрилансера нет границ для получения работы: клиент может находиться в любой части мира. Большая часть работ выполняется дистанционно (в наше время – онлайн, и достаточно компьютера, доступа к Интернету и, по необходимости, веб-камеры). А для получения платежей необходим банковский счет. При этом фрилансер, как отмечают исследователи, продаёт свои профессиональные знания и навыки – это отличает его от других предпринимателей, которые продают товары или услуги, зачастую созданные другими⁶¹.

Ещё одно популярное в последние годы в России и связанное с фрилансом понятие – самозанятость. Речь про специальный налоговый режим для физических лиц, введённый Федеральным законом от 27.11.2018 № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима “Налог на профессиональный доход”»⁶². Подробнее о нём – в параграфе 2.1 настоящей диссертации, а в рамках рассматриваемой темы остановимся только на понятии.

⁶⁰ SOLVE: integrating health promotion into workplace OSH policies: trainer's guide / International Labour Office. – Geneva: ILO, 2012. С. 54. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---safework/documents/instructionalmaterial/wcms_178397.pdf (дата обращения: 18.12.2020)

⁶¹ Kazi A.G., Yusoff R.M., Khan A., Kazi S. The Freelancer: A Conceptual Review // Sains Humanika. 2014. № 2:3. С. 1-7.

⁶² О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход». Федеральный закон от 27.11.2018 № 422-ФЗ (ред. от 28.12.2022) // Собрание законодательства РФ. 03.12.2018. № 49 (часть I). Ст. 7494.

Интересно, что ни Налоговый⁶³, ни Гражданский⁶⁴ кодексы (далее – НК РФ и ГК РФ), ни вышеуказанный федеральный закон не содержат определение «самозанятого». Исходя из положений данного закона, мы можем сделать вывод, что самозанятый – это:

- физическое лицо;
- получающее доход от некой деятельности (осуществляемой без работодателя и наёмных сотрудников);
- регистрация в качестве ИП значения не имеет (если только вид деятельности не требует такой регистрации);
- деятельность осуществляется на территории РФ;
- индивид должен в установленном данным федеральным законом порядке изъявить желание перейти на данный режим.

Данный перечень характеристик соответствует более конкретным – уже сформулированным определениям из подзаконных актов (например, раздел II Приказа ФНС России от 02.07.2021 №ЕД-7-20/620@⁶⁵). Термин «самозанятый» использует и ФНС РФ на своём официальном сайте, презентуя данный режим⁶⁶.

Соотношение понятий «фрилансер» и «самозанятый» также вызывает большое количество вопросов. Например, исследователи-экономисты из

⁶³ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) // Собрание законодательства РФ. № 31. 03.08.1998. Ст. 3824; Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) // Собрание законодательства РФ. 07.08.2000. № 32. Ст. 3340.

⁶⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.04.2022) // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. Ст. 3301; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. № 5. Ст. 410.

⁶⁵ Об утверждении Методики расчета показателя «Количество самозанятых граждан, зафиксировавших свой статус и применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (НПД)» федерального проекта «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами», входящего в национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Приказ ФНС России от 02.07.2021 № ЕД-7-20/620@ (ред. от 07.04.2022) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_390984/ (дата обращения: 19.01.2023)

⁶⁶ Специальный налоговый режим для самозанятых граждан. Налог на профессиональный доход // URL: <https://npd.nalog.ru/> (дата обращения: 27.11.2022)

Кабардино-Балкарского госуниверситета предоставляют следующий перечень различий⁶⁷:

Таблица 2. Различия в статусе фрилансера и самозанятого

| Основание для дифференциации | Фрилансер | Самозанятый |
|------------------------------|---|---|
| Социальные гарантии | Нет | Есть |
| Уплата налогов | Можно избежать | Есть |
| Местонахождение | Чаще дистанционно | Часто работа осуществляется на территории нанимателя |
| Примеры профессий | Свободные художники, программисты, web-дизайнеры, журналисты, переводчики | Лица, занятые в личном подсобном хозяйстве, фермеры, стартаперы |

Однако и эти характеристики не являются обязательными. Фрилансер может работать по официальному письменному договору (даже трудовому), получив все социальные гарантии. Он может платить все налоги, а самозанятый может получить оплату наличными и скрыть доход. Специалист любой профессии (в том числе журналист или программист) может зарегистрироваться в качестве самозанятого или же называть себя фрилансером, выбирая другую форму юридических взаимоотношений с заказчиком. Существует большое количество самозанятых, работающих дистанционно, и значительное число фрилансеров, оказывающих услуги или выполняющих работы на территории заказчика.

Популярность такого способа заработка повлекло появление и другого термина – «прекариат». Данное понятие образовано от слов «precarium» (лат.

⁶⁷ Лигидов Р.М., Шапсигов А.Х., Шадова З.Х., Тхамитлокова Ю.О., Хатухова Д.В. Фриланс как новая форма занятости в условиях цифровой экономики // Синергия Наук. 2020. № 44. С. 195-204.

«нестабильный», «неустойчивый», «негарантированный») и «пролетариат» (эксплуатируемый класс). Большой вклад в популяризацию данного термина и его подробную характеристику внёс член-корреспондент РАН Ж.Т. Тощенко⁶⁸.

Появление данного термина объясняется тем, что в социуме появился класс, не только лишённый прав собственности на результат своего труда, но и в целом отчуждённый от других индивидов. Этот новый социальный слой, помимо фрилансеров, включает безработных, мигрантов, пенсионеров, дауншифтеров и пр. Хотя исследователь отмечает, что возможны два подхода к оценке труда фрилансеров: их можно считать высококвалифицированными профессионалами, специалистами, которые выполняют творческие задачи, или же их труд – образец нестабильности, неравномерных непредсказуемых заработков, что логичным образом относит их к прекариату или к «кандидатам» в прекариат.

В качестве собственного мнения, добавим, что, если трактовать понятие «фрилансер» буквально, то отнесение его к классу прекариата представляет собой оксюморон, поскольку данный термин включает в себя слово «free» (англ. «свободный»), а понятие «прекариат», как уже было сказано ранее, содержит и такую характеристику как «эксплуатируемый». Поэтому говорить про фрилансера, принадлежащего классу прекариата, это противоречие.

Из личного опыта включенного наблюдения можно добавить, что фрилансеры даже обычно противопоставляют себя пролетариату (в первую очередь речь о современном «офисном пролетариате»). На практике даже используются нелюбимые эпитеты: такие как «офисные рабы» или «офисный планктон». Наше исследование, подробно представленное в главе 3 настоящей диссертации, также свидетельствует о том, что большинство фрилансеров довольны своим образом жизни и не хотят возвращаться на работу в штат. Ввиду этого, вряд ли можно однозначно говорить о том, что жизнь

⁶⁸ Прекариат: становление нового класса: (коллективная монография) / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2020. 400 с.; Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Весь Мир, 2021. 400 с.

фрилансера – это несчастная доля эксплуатируемого и незащищённого индивида.

Вместе с тем, думается, что будет вполне обоснованным выделить фрилансеров в отдельный социальный класс. В первую очередь ввиду того, что «класс детерминируется через позицию в производстве, регулируемом рынком»⁶⁹. Класс формируется, исходя из его роли в трудовых отношениях, из наличия прав на средства производства и результаты труда. Социальное устройство нашей страны, как считают исследователи, даже сейчас, в XXI столетии, во многом наследует советскую систему, в которой общественная дифференциация носила неклассовый характер, однако в иерархии власти были ранги, и сословно-слоевые различия имелись. Нестандартные общественно-экономические отношения и несформированность конкретных классовых субстратов – от этого происходят и современные специфические условия существования социальных слоёв⁷⁰. Учёные обращают внимание и на важность появления нового подхода, который позволит анализировать изменения в социуме, характерные именно для нашей эпохи повсеместной цифровизации и более сложной структуры социума. В итоге даже эксперты не берутся однозначно утверждать, к какому типу принадлежит социальная структура современного российского общества и можно ли относить к ней правила, выработанные для социумов с развитой рыночной экономикой⁷¹.

Однако в настоящее время практика всё больше свидетельствует о том, что фрилансеры представляют собой своеобразную группу, которая обладает собственными уникальными характеристиками, позволяющими отделить её от иных слоёв общества. Социологи, рассуждая о реальной деятельности самозанятых, фрилансеров, оценивая в целом креативный класс и прекариат, отмечают, что нужна разработка новой классификации трудоспособных

⁶⁹ Аникин В.А. Социальные классы новой России – неравные и разные // Социологические исследования. 2020. № 2. С. 31-42. – С. 32.

⁷⁰ Шкаратан О.И. Социология неравенства. Теория и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 526 с. – С. 10-11.

⁷¹ Тихонова Н.Е. Классы в современной России: миф или реальность? // Россия реформирующаяся. 2008. № 7. С. 62-92. – С. 62.

индивидов, которая бы включала появившиеся социальные группы и профессии. На данный момент существует социальный слой, который постоянно увеличивается, однако в структуре социума его статус не определён. Если же принять в качестве точки отсчёта имеющиеся классификации, то фрилансеров по разным критериям можно отнести одновременно к нескольким классам. Альтернативные подходы разрабатываются исследователями. К примеру, И.Ю. Бондарева⁷² предложила определить границы группы фрилансеров следующим образом: это индивиды, которые осуществляют деятельность:

- в виде производства товаров или оказания услуг;
- самостоятельно (без найма сотрудников);
- с целью регулярного заработка.

Как верно отмечает автор, определений данного явления много, но точного и исчерпывающего нет, и имеющаяся категоризация не только не проясняет ситуацию, но лишь запутывает исследователя.

Автор выделяет две большие группы: самостоятельно занятые (фрилансеры, предприниматели) и несамостоятельно занятые (рабочие, менеджеры). В качестве дополнительного критерия для выделения подгрупп вводится наличие интеллектуального или творческого начала, и в результате индивиды делятся на «новых ремесленников» (к ним относятся журналисты, фотографы, писатели, художники и пр. – все те, в чьей деятельности интеллектуальное или творческое начало присутствует) и «вольных тружеников» (водителей такси, арендаторов помещений, мастеров по ремонту и пр.). Также автор выделяет различия в деятельности фрилансера и предпринимателя, поскольку эти понятия часто смешивают.

⁷² Бондарева И.Ю. Возможности и ограничения практик социологического анализа самозанятости // В книге: Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии». Отв. ред. А.В. Кулешова. 2018. С. 277-281.

Таблица 3. Различия в статусе фрилансера и предпринимателя

| Основание для дифференциации | Фрилансер | Предприниматель |
|---------------------------------------|--|---|
| Статус работодателя | Нет. Сам ищет работодателя | Да. Обычно является работодателем |
| Самостоятельность в выполнении работы | Выполняет работу сам | Чаще работу выполняют нанятые работники |
| Гибкость в выборе вида работ | Берётся только за ту работу, которую может выполнить лично | Может быть гибким и нанять сотрудника любой специальности |

Как добавляет исследователь, различаются также, конечно, и риски, доходы и расходы.

Важность определения социального статуса фрилансеров отмечают и другие авторы, добавляя, что свободно занятые работники имеют свои отличия от иных социальных общностей в плане статуса, поведения и системы ценностей⁷³.

В.С. Харченко в своей диссертации также предложила характеристику фрилансеров как социальной общности, имеющей сходство в стиле жизни с такими отличительными признаками как:

- особые практики трудовой занятости (фриланс);
- баланс работы и личной жизни;
- особый ценностный стержень – свобода, независимость, возможности формулирования собственных критериев успеха⁷⁴.

Говоря о соотношении понятий «фрилансер» и «прекариат» добавим также, что, на наш взгляд, основной вопрос здесь состоит в том, кто стал инициатором перехода индивида к данному образу жизни. Если сотрудник

⁷³ 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. – С. 102.

⁷⁴ Харченко В.С. Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе. Автореферат дис. ... кандидата социологических наук / Ур. федер. ун-т имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2013. 22 с. – С. 14.

насиленно, решением работодателя, переведён сначала на удалённую работу, а потом и на нестабильный доход с непредсказуемыми заказами по разовым гражданско-правовым договорам, то мы уверенно можем отнести данного индивида к прекариату. Если же он сам пришёл к заключению, что в таком способе заработка для него больше преимуществ, нежели недостатков, то это фрилансер. В действительности на практике оба варианта могут иметь место. Так, например, западные исследователи выдают следующую статистику: северные европейские страны в основном характеризуются наличием большого числа фрилансеров (80%), сделавших этот выбор по собственному волеизъявлению. А вот в Хорватии, Португалии и Румынии большая часть таких специалистов была вынуждена перейти к такой форме сотрудничества⁷⁵.

Высказывались мнения, что в российской медиасреде журналисты переходят на внештатную работу из-за кризиса, который повсеместно отмечается в сфере СМИ, роста безработицы и числа увольнений, то есть не по собственному желанию⁷⁶. Однако есть и другие данные: так, например, авторы из СПбГУ, на основе проведённого исследования, сделали вывод, что медиафрилансерами в России становятся специалисты, ищущие свободу в своей деятельности⁷⁷. Данное мнение полностью согласуется и с опытом включенного наблюдения автора настоящей диссертации, и с итогами нашего исследования. Однако в любом случае, в качестве личного мнения, добавим, что не согласны с отнесением фрилансеров к классу прекариата в любом варианте: индивид является либо свободным, либо эксплуатируемым. Хотя слово «precarium» имеет отношение к фрилансу. Понятно, что если говорить о стабильности как о фиксированной сумме дохода, ежемесячно гарантированно перечисляемой на банковский счёт, то этого в жизни внештатного специалиста нет.

⁷⁵ Guyot C. Europe's silent shift to self-employment // EURACTIV. 2018. URL: <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/a-silent-shift-to-self-employment-in-europe/> (дата обращения: 18.12.2020)

⁷⁶ Эмирова Г.А. Общественно-политические предпосылки развития рынка фриланса в условиях роста безработицы в индустрии масс-медиа // Фундаментальные исследования. 2015. № 11-6. С. 1277-1281.

⁷⁷ Капустина А.А. Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки. – С. 123.

Подобный тип трудовых отношений также именуют экономикой свободной занятости или гиг-экономикой. Исследователи обычно отмечают такие её характеристики, как неопределённость, нестабильность, низкий уровень доходов и высокий – безработицы, а также повышенную ответственность отдельных специалистов⁷⁸, которые лишены отпусков, больничных и других аспектов социальной защиты⁷⁹.

Большинство экспертов считают, что гиг-экономика означает такую форму взаимодействия работодателей и сотрудников, при которой нет постоянных, длительных отношений. Осуществляется свободный найм специалистов для решения конкретных задач. Другие авторы делают акцент на том, что сторон таких правоотношений в принципе нельзя называть работником и работодателем, поскольку смысл именно в том, что они являются свободными субъектами⁸⁰. Как добавляют российские исследователи, гиг-экономика превращает свободное время в товар – таков феномен собственности в цифровую эпоху⁸¹.

Таким образом, отсутствие чётко закреплённых и общепринятых определений формирует всё новые термины, которые создаются отдельными исследователями и пока не принимаются на общемировом или хотя бы общероссийском уровне. Надо признать, что границы понятий «фрилансер», «самозанятый», «удалённый работник», «дистанционный работник», «надомный работник», «телеработник», «предприниматель» весьма размыты. Кто-то воспринимает их как синонимы, другие формируют собственную классификацию с обозначением сходств и различий.

В рамках собственного мнения, основанного как на личном 10-летнем опыте медиафриланса, так и на проведённом в рамках настоящей диссертации

⁷⁸ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

⁷⁹ Квасова Ю.Р. Современные технологии трудовых отношений // Научное и образовательное пространство: перспективы развития. Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции. 2020. С. 98-99.

⁸⁰ Вохмянина А.С. Правовое регулирование гиг-экономики в России // Аллея науки. 2022. Т. 1. № 4 (67). С. 732-736.

⁸¹ Афанасов Н.Б. Переопределяя свободу. Цифровой капитализм и частная собственность // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2022. Т. 7. № 1. С. 74-83.

исследовании, отметим, что понятия «удалённая работа» и «дистанционная работа» являются, конечно, синонимами: собственно, «удалённый» – это дословный перевод англицизма «дистанционный». То же можно сказать и о термине «телеработник», поскольку префикс «теле» произошёл от греческого «вдаль», «далеко» и означает нечто, действующее на расстоянии. Вместе с тем, из названия данной категории индивидов предполагается лишь то, что они работают вне территории работодателя или заказчика, на расстоянии (удалённо) от него. В отличие от «надомного работника», чьё местоположение определено терминологически, удалённый работник может выполнять какие-то задания «в поле», что характерно именно для журналистики.

Термин «самозанятый» в России более или менее определён законодательно и означает по факту обязанность соблюдения конкретного налогового режима, а также личное выполнение работ или оказание услуг (без привлечения наёмного персонала). Понимать данный термин расширительно, добавляя в него какие-либо характеристики, не обозначенные законодателем, считаем неверным и бессмысленным.

Понятие «фрилансер», ввиду его неопределённости, может охватывать любое из перечисленных понятий или охватываться любым из них. Фрилансер может быть одним из видов удалённых сотрудников, но и удалённая работа может стать одним из типов фриланса. Фрилансер может зарегистрироваться в качестве самозанятого – или выбрать другой вариант легализации своей деятельности.

Со своей стороны, мы можем предложить свой перечень квалифицирующих признаков понятия «фрилансер». Данный перечень, несомненно, является лишь очередным субъективным мнением практикующего медиафрилансера и исследователя и основывается как на личной практике с принадлежностью конкретной социальной группе, так и на настоящем научном исследовании с погружением в мнения различных учёных и медиафрилансеров.

1. Само слово «freelancer» становится бессмысленным без свободы данного индивида. В данном случае – свободы от конкретного работодателя. Как нам видится, эта свобода обычно обеспечивается одним из двух способов: либо фрилансер представляет собой скорее предпринимателя, нежели исполнителя, а юридическое оформление отношений происходит любым способом, кроме заключения трудового договора; либо (в ситуации трудового договора) фрилансер сотрудничает с несколькими компаниями, чтобы не допускать зависимости от одной из них.

2. Несомненно, что фрилансер – это индивид, выполняющий работу вне территории заказчика/работодателя полностью или частично (если это не так, то очевидна зависимость от конкретного работодателя). Единственное исключение: если речь про разовый договор.

3. Очевидно также, что термин «фриланс» имеет отношение к выполнению работы с получением оплаты за неё. Это вытекает как из исторического смысла данного термина, так и из фактически сложившихся отношений на рынке. Однако содержание работы может быть любым и ничем не ограничено (вряд ли найдётся сегодня индивид, связывающий понятие «фрилансер» с воинами или копьеносцами). Какое-либо ограничение термина «фрилансер» отдельными видами деятельности считаем необоснованным.

4. В юридическом смысле (по крайней мере, на российском рынке) фрилансер не ограничен конкретными схемами и может выбирать разные варианты оформления отношений, которые подробнее будут рассмотрены в параграфе 2.1 настоящей диссертации.

В качестве дополнительного (не обязательного, но часто встречающегося) признака отметим, что фриланс становится также и философией. Идеалистические ценности для многих фрилансеров (особенно в сфере медиа) являются зачастую не менее важными, чем предпринимательские задачи, связанные с заработком. Ведь, собственно, и само понятие включает в себя

идеалистическую ценность свободы, что явно расположено выше базовых потребительских и физиологических ценностей индивида.

Говоря о конкретном определении, надо отметить, что фриланс можно рассматривать с разных позиций: как способ заработка, как образ жизни и философию, как систему ценностей, можно говорить также о фрилансерах как о социальной группе. Вполне понятно, что специалисты из разных областей науки и практики рассматривают данный феномен по-разному, и понятия фриланса в работах экономиста, социолога или философа могут сильно отличаться.

Со своей стороны, мы изучаем фриланс через призму медиасферы, акцентируя внимание на фрилансе как способе заработка с учётом особенностей креативной индустрии.

Поэтому, подытоживая сказанное, предлагаем следующее авторское определение термина «медиафрилансер»: это специалист, создающий или помогающий создавать контент в сфере медиа, не имеющий долгосрочных обязательств ни перед одним заказчиком/работодателем, вне зависимости от способа оформления отношений (но имеющий более одного заказчика/работодателя в случае подписания трудового договора), выполняющий работу вне территории заказчика/работодателя полностью или частично (за исключением возможных разовых договоров) с целью получения заработка.

В свою очередь, медиафриланс – это деятельность вышеуказанного индивида по созданию контента. Журналистика имеет ярко выраженную практическую направленность, поэтому и медиафриланс мы рассматриваем в первую очередь именно как деятельность. Однако в ракурсе научных исследований мы готовы согласиться и с более абстрактными определениями фриланса как формы самостоятельной занятости⁸² или модели занятости⁸³.

⁸² Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров): Препринт WP4/2009/02. – С. 7.

⁸³ Харченко В.С. Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе. – С. 8.

В заключение отметим, что нельзя недооценивать роль коронавирусной пандемии в процессах трансформации в целом экономических отношений и конкретно медиасферы. В различных изданиях многие журналисты были переведены на удалённую работу или фриланс. Часто данный процесс осуществлялся по приказу руководства, и в таком случае данного специалиста логично будет отнести к прекариату. Хотя следует добавить, что и до наступления цифровой эпохи профессия журналиста не предполагала постоянное нахождение в офисе редакции. Развитие Интернета и новых медиа ускорило развитие различных форм внештатной журналистики. Пандемия же увеличила процент таких авторов в современной модели трудового коллектива СМИ.

Добавим, что значительное количество популярных наименований изучаемого нами явления характеризует фриланс не просто как феномен актуальной социально-экономической деятельности, а как объективное основание для создания классовой структуры. Как и другие процессы трансформации нашего времени, данный процесс находится пока на начальном этапе. Только время покажет, какой термин (прекариат, самозанятый, телеработник или фрилансер) останется в итоге в истории. Любая только возникшая социальная группа, которая отличается от других по своим ценностям или видам деятельности, обычно проходит через стадию сопротивления общества и непонимания со стороны прочих индивидов. Однако со временем группа перестаёт быть новой, а порой и существенно увеличивается, переставая быть в меньшинстве, и, как свидетельствуют исследования⁸⁴, в итоге возрастает уровень принятия и толерантности. Что касается фрилансеров, то COVID-19 значительно динамизировал данный процесс. Думается, что социальные группы штатных специалистов и фрилансеров уже в ближайшем будущем станут равноправными, уважающими друг друга партнёрами, а неопределённость в

⁸⁴ Тощенко Ж.Т. Прекариат – новый социальный класс // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 3-13.

социальном статусе и терминологии будет устранена на научном и законодательном уровне.

1.2. История, эволюция и современное состояние медиафриланса

Приступая к вопросу об истории медиафриланса, следует для начала отметить, что нынешняя норма «трудового договора» с исторической точки зрения на самом деле является относительно недавним событием. В доиндустриальном обществе контракты, связанные с работой (фактические или подразумеваемые), не предусматривали гарантии занятости. В большинстве трудовых договоров доиндустриальной эпохи не было трудовых прав в современном понимании. Промышленная революция привела к росту профсоюзов, а также социалистических и коммунистических политических движений, которые боролись за права рабочих. Постепенно условия труда менялись, работники начали получать права. Но этот процесс был медленным, и большинство учёных утверждают, что только в начале XX века можно было реально наблюдать, как рабочие заключают контракты на условиях, близких к современным трудовым договорам. На протяжении всей этой истории самозанятые или фрилансеры-одиночки эволюционировали из наиболее типичной формы работника в необычную. Наёмные работники стали основной рабочей силой, а фрилансеры – второстепенной. И этот сценарий доминировал на протяжении большей части XX века⁸⁵. Стоит помнить об этом, оценивая фриланс как якобы новый и необычный феномен и связывая его исключительно с работой через Интернет.

В рамках настоящего исследования выделим несколько основных этапов в истории медиафриланса.

⁸⁵ Burke A., Cowling M. On the critical role of freelancers in agile economies // Small Business Economics. 2020. № 55. С. 393-398.

I. Внештатная журналистика как ненадежная деятельность писателей-халтурщиков (конец XVI – начало XX вв.).

История фриланс-журналистики восходит к английским памфлетистам елизаветинской эпохи: эти авторы выполняли сдельную работу для книготорговцев⁸⁶. Внештатная журналистика берёт своё начало на стыке XVI-XVII веков на Грабской улице (Grub Street) в Лондоне. В то время рост грамотности и другие социальные и политические изменения создали потребительский спрос на печатную продукцию, а типографиям и издательствам понадобились авторы. Эти внештатные журналисты в основном сидели на Граб-стрит и выдавали поверхностные материалы, так что в итоге само название улицы стало метафорой, олицетворяющей писателя-халтурщика. Впрочем, и жизнь этих первых фрилансеров была тяжёлой: с мизерной оплатой и полным отсутствием прав.

Свою версию Грабской улицы имел и Париж, но это было не физическое конкретное место, а метафорическое, объединяющее авторов-халтурщиков, работавших на свободных началах на множество разных заказчиков, плативших крайне мало.

В 1829-1830 годах Лондон переименовал свою Грабскую улицу и, случайно или нет, одновременно с этим произошла трансформация внештатной журналистики: новости начали превращаться в организованную индустрию, а новые технологии в виде печатного станка сделали возможным ежедневное массовое распространение газет. Некоторые фрилансеры стали обычными штатными сотрудниками, редакторами газет или ведущими авторами. Но не все: другие продолжали работать на сдельной основе, и их жизнь оставалась такой же ненадежной, а труд – плохо оплачиваемым, как и у «писак» с Граб-стрит. К началу XX века их уровень жизни немного вырос, но журналисты-фрилансеры чаще всего по-прежнему не имели письменных контрактов⁸⁷.

⁸⁶ Salamon E. E-Lancer Resistance.

⁸⁷ Massey B.L., Elmore C. Указ. соч.

II. Кризисы XX века: увольнения и безработица.

Во время Великой депрессии 1930-х штатные журналисты столкнулись с увольнениями, потому что издания могли дешево закупать статьи внештатных сотрудников. Это стало предвестником новой экономической стратегии, которую компании начали использовать в конце XX века для сокращения организационных расходов⁸⁸.

III. Появление первых цифровых технологий и концепции телеработы (с 1970-х гг.).

Условия занятости в западных странах изменились с 1970-х годов из-за внедрения первых компьютерных технологий и неолиберальной идеологии. Исследователи обозначили появление новой экономики, которую назвали «электронной экономикой», поскольку её появление было опосредовано цифровыми технологиями. Основной единицей этой новой экономики стал человек. Здесь как раз и вышли на первый план фрилансеры, автономно выполняющие свои задачи: они объединяются в изменчивые и временные сети для производства и продажи товаров и услуг. Когда работа сделана, сеть распадается, и её участники снова становятся независимыми агентами⁸⁹.

Историю в целом фриланса описывает и российский социолог А.А. Кошелев, также обращаясь к 1970-м как к моменту формирования теоретической базы данного явления, и признавая в этом заслуги американских исследователей Дж. Ниллеса, который ввёл термин «телеработа», и Ф. Скифа (он обозначил данный феномен понятием «гибкое рабочее место» – «flexiplace»). Основоположниками современного фриланса считаются также Д. Гордон и Д. Флеминг – они доказывали экономические и социальные преимущества данного формата трудовых отношений (прежде всего, экономия работодателя на рабочем месте и экономия времени для сотрудника). В 1980-е организуется

⁸⁸ Salamon E. E-Lancer Resistance.

⁸⁹ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

конференция национального масштаба, посвящённая телеработе, а также выходит «TelecommunityReview» – специализированное издание о фрилансе⁹⁰.

Продолжая мысль о роли новых компьютерных технологий в этом процессе, следует упомянуть статью исследователя из Великобритании Susan Baines, написанную в 1999 году и посвящённую медиафрилансу, хотя автор чаще использует термин «телеработа». В России на тот момент домашние компьютеры и доступ в Интернет имели по большей части весьма обеспеченные люди или программисты, а вот на Западе это уже постепенно становилось привычной частью домашней обстановки для многих представителей среднего класса. В результате стремительно растёт интерес к работе из дома с использованием технологий. Как отмечает Baines, фриланс, конечно, не является чем-то новым в журналистской профессии, но если в 1980-х годах только примерно каждый восьмой был фрилансером, то к середине 1990-х эта доля оценивалась в 25%. Активно развивались идеи о том, что более широкое распространение телеработы может заменить поездки в офис и, таким образом, обеспечить социальные преимущества, включая снижение потребления энергии, уменьшение пробок на дорогах и выбросов от автомобилей. Вместе с тем, в то время авторы делят фрилансеров на тех, кто по факту трудоустроен, просто работает из дома, и тех, кто является самозанятым. Происходит постепенный рост самозанятости – как в результате политики, продвигающей предпринимательство, так и из-за безработицы. Интересно, что в выборке респондентов Baines только половина медиафрилансеров (49%) имела постоянный доступ в Интернет. И, как отмечала тогда автор, внедрение Интернета воспринимается с оптимизмом, но важно не забывать, что новые технологии существуют наряду со старыми. Так, в частности, западные медиафрилансеры конца 1990-х больше ценили свои автомобили. Автомобиль

⁹⁰ Кошелев А.А. История развития фриланс и причины отказа от традиционных форм занятости // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 60-4. С. 72-74.

был доступен 79% из них и был более полезен, чем Интернет, портативный компьютер или мобильный телефон⁹¹.

IV. Развитая цифровая эпоха (с конца 1990-х гг.).

Вместе с тем, с конца 1990-х уже создаются биржи фриланса. Специалисты из самых разных сфер начинают работать онлайн, без привязки к конкретному работодателю. Формируется новая система менеджмента, которая функционирует не по принципу цепочки, а через прямые контакты с отдельными подрядчиками, чаще выполняющими временные договоры. Ключевая роль перемещается от корпораций к индивидам⁹².

В наши дни, по данным Европейской федерации журналистов, внештатная журналистика больше не считается «нетипичной» формой работы: подавляющее большинство журналистов в странах, которые представляет Федерация (в марте 2023 года их уже 45), являются внештатными. В 2011 году Федерация сообщила, что доля фрилансеров, работающих в некоторых частях Центральной Европы, достигла 60%. Более позднее исследование показало, что 50% онлайн-журналистов, работающих в странах Европы, не имеют трудового договора на полный рабочий день⁹³. На фоне продолжительного перехода СМИ от традиционных способов работы к цифровым и мобильным платформам многие издания включили фрилансеров в структуру своего редакционного коллектива. Внештатные журналисты быстро становятся неотъемлемой частью новостного процесса, помогая уменьшить часть нагрузки, возложенной на штатных сотрудников⁹⁴. Таким образом, журналисты-фрилансеры прошли сложный путь от мало уважаемых «писак-халтурщиков» с Грабской улицы до важной части редакционного коллектива почти любого современного издания.

Заслуживает внимания и отечественная специфика истории внештатной журналистики, основные вехи которой были представлены нами на конференции

⁹¹ Baines S. Servicing the media: freelancing, teleworking and 'enterprising' careers // *New Technology, Work and Employment*. 1999. № 14 (1). С. 18-31.

⁹² Кошелев А.А. История развития фриланс и причины отказа от традиционных форм занятости.

⁹³ Hayes K., Silke H. Указ. соч.

⁹⁴ Holton A.E. Intrapreneurial Informants // *Journalism Practice*. 2016. № 10:7. С. 917-927.

Воронежского государственного университета⁹⁵. Интересно, что одним из первых российских медиафрилансеров можно считать Петра I, который фактически был редактором «Ведомостей» – первой российской печатной газеты, а иногда и её автором⁹⁶. Разумеется, надо оговориться, что данный формат отношений не включал оплату – один из важных пунктов фриланса, который всё же является способом заработка. Однако если продолжить эту мысль, то следует упомянуть и другого известного монарха – Екатерину II, также не раз публиковавшую материалы в прессе. В целом же российская печать XVIII, XIX и даже XX веков характеризовалась близостью журналистики с литературой, и именно данный факт стоит отразить как первый этап истории внештатной журналистики в России.

I. Активное участие писателей в работе СМИ (XVIII-XX вв.).

Многие известные писатели (которых также можно считать первыми отечественными медиафрилансерами) публиковали материалы в СМИ: Ф.М. Достоевский, М.Е. Салтыков-Щедрин, А.П. Чехов, А.М. Горький, И.А. Бунин, А.А. Блок, К.Д. Бальмонт, В.Я. Брюсов, А.И. Куприн, В.Г. Короленко и многие другие. Ситуация в медиасфере кардинально изменилась после революции 1917 года, однако традиция привлекать к журналистскому труду литераторов сохраняется. В частности, в первые годы советской власти в прессе публиковались К.Г. Паустовский, С.Я. Маршак, И. Ильф, Е. Петров, а за рубежом эту традицию продолжали литераторы-мигранты И.А. Бунин, К.Д. Бальмонт, М.И. Цветаева и другие⁹⁷.

II. Советская эпоха: движение рабселькоров и самиздат (XX в.).

Вместе с тем, сам подход к занятости при советской власти претерпел кардинальные изменения. Как известно, в СССР невозможно было не состоять в

⁹⁵ Мухина О.С. К вопросу об истории медиафриланса в России // В книге: Коммуникация в современном мире. Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей массовой коммуникации. Воронеж, 2021. С. 154-156.

⁹⁶ Кукса И.Ю. Коммуникативная специфика первой отечественной печатной газеты «Ведомости Петра Великого» // Научный диалог. 2019. № 8. С. 135-148; Никитин О.В. «Ведомости» времени Петра Великого // Русская речь. 2004. № 2. С. 73-77.

⁹⁷ Крылова Н.В. Писатель-журналист в отечественном информационном пространстве: исторический аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2017. № 2. С. 92-95.

штате какой-либо организации: была предусмотрена уголовная ответственность для таких лиц, которых называли тунеядцами, бездельниками и паразитами⁹⁸. Однако именно в медиасреде в этот момент появляется новая категория внештатных авторов: рабселькоры. Это движение активно развивалось в 1920-е годы – идея формирования сети внештатных авторов поддерживалась на семинарах, слётах и собраниях. Развивались также позиции юнкоров и юнселькоров – практика по включению в работу редакций молодых корреспондентов с выплатой им гонорара (к слову, данная тенденция имела место не только в России, но и за рубежом – и до сих пор карьера многих молодых журналистов начинается с внештатной работы). Таким образом, внештатная журналистика для отечественной медиасреды отнюдь не является принципиально новым феноменом⁹⁹. Так, к 1960-м годам насчитывалось уже около пяти миллионов рабселькоров¹⁰⁰ (хотя следует оговориться, что данные индивиды, разумеется, были трудоустроены и в штат, просто не в сфере журналистики).

Параллельным явлением был и другой феномен закрытого советского общества с жёсткой цензурой – самиздат. Этот аспект был подробно представлен в монографии исследователя Уральского федерального университета Ю.А. Русиной. Как пишет автор, сам термин обычно приписывают московскому поэту Николаю Глазкову, который в 1944 году начал выпускать собственные книжки (сначала рукописные, а позже напечатанные на машинке), подписанные словом «самсебяиздат» (как аналогия с «госиздатом»). Большое значение имели нелегальные журналы – в 1960-х появился один из самых заметных: бюллетень правозащитников «Хроника текущих событий». Параллельно выходили и другие издания в рамках самиздата – социально-политического, национального и

⁹⁸ Пешкова В.В. Тунеядство: опыт прошлого и проблема настоящего // Синергия Наук. 2017. № 15. С. 649-658.

⁹⁹ Виноградова К.Е. Журналистская деятельность в дистанционном формате: трансформация внутрифирменной коммуникации в период пандемии // В сборнике: Управление коммуникациями. Сборник статей Первой международной научно-практической конференции. Под редакцией А.Н. Чумикова, Э.Э. Шульца. Москва. 2022. С. 78-86.

¹⁰⁰ 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.

религиозного содержания. Активным выпуском самиздата отмечена и деятельность в регионах, в том числе студентов Уральского государственного университета¹⁰¹.

III. Постсоветская Россия: рыночная экономика и цифровизация (с 1990-х гг.).

Термин «фриланс», который внёс существенные коррективы в суть отечественной внештатной журналистики, стал частью российской действительности в конце прошлого века, как результат разрушения старых мировоззренческих доминант и прежнего, советского экономического базиса, который был основан на ценностях коллективизма и обязанности каждого индивида трудиться во благо общества.

Как добавляет А.А. Кошелев, ещё в советские времена появились люди, не желающие мириться с ограничениями в заработках. Они искали способы получить дополнительный доход. А реформы 1990-х только усилили данную тенденцию, особенно с учётом активного роста безработицы в этот кризисный период нашей истории¹⁰².

Параллельно шло и развитие информационно-коммуникационных технологий, что также не могло не сказаться на всех сферах жизни, включая журналистику. В медиасреде постепенно начала складываться тенденция переводить сотрудников на дистанционную работу.

Однако в итоге цифровизация, появление гаджетов, развитие Интернета и новых медиа серьёзно трансформировали сферу журналистики. Аудитория традиционных изданий стремительно уменьшалась. С другой стороны, сетевые СМИ, напротив, нуждались в большом количестве авторов, способных генерировать контент в режиме 24/7. В таких условиях становится популярной принципиально другая модель трудовых отношений, включающая базовую группу штатных журналистов и редакторов, несколько авторов-«звёзд»

¹⁰¹ Русина Ю.А. Самиздат в СССР: тексты и судьбы: монография. С-Пб; Екатеринбург: Издательство Алетей, 2019. 204 с.

¹⁰² Кошелев А.А. История развития фриланс и причины отказа от традиционных форм занятости.

(известных имён), а также постоянных фрилансеров. В некоторых случаях СМИ успешно сотрудничают и с гражданскими журналистами¹⁰³.

Однако такой вариант отношений стал возможен не только в результате спроса со стороны редакций. Многие журналисты также отмечают ряд значимых бонусов в таком способе заработка, хотя, разумеется, есть и проблемы. Интересно, что отмечаемые недостатки чаще всего можно свести к разряду финансовых, материальных, а достоинства – обычно к сфере личного, идеалистического¹⁰⁴.

Непосредственно перед локдауном, 4 марта 2020 года, ВЦИОМ опубликовал результаты опроса на тему отношения населения к фрилансу. Это представляет особый интерес для нас в рамках настоящего исследования, поскольку пандемия, конечно, внесла свои коррективы в эту статистику. На тот момент самозанятыми или фрилансерами себя назвали 11% респондентов, но в два раза большее их количество (23%) хотели бы перейти на данный образ жизни. Предсказуемо, что в основном к этому тяготеет младшее, цифровое поколение (среди лиц студенческого возраста таких почти половина: 45%; среди молодых специалистов 25-34 лет – треть). Вместе с тем, две трети опрошенных не смогли сформулировать определение фриланса даже на бытовом уровне, что свидетельствует всё же о том, что на данный момент это выбор меньшинства¹⁰⁵.

Интересно, как изменились данные уже через год по информации того же ВЦИОМ. На 16 февраля 2021 года всё так же 11% россиян работали удалённо, однако ещё 12% – в полуудалённом режиме. При этом 64% респондентов заявили об удобстве работы из дома, однако почти столько же (65%) предпочли бы работать в офисе (но всё же показатель желающих работать удалённо или допускающих этот вариант, получается, вырос с 23% в начале 2020 года до 35% в начале 2021 года). Но, как и ранее, больше к этому склонны представители

¹⁰³ Капустина А.А. Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки.

¹⁰⁴ Капустина А.А. Фриланс-журналистика в XXI веке: недостатки и преимущества.

¹⁰⁵ Россияне полюбили фриланс // ВЦИОМ. 04.03.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-polyubili-frilans> (дата обращения: 17.12.2020)

младших поколений¹⁰⁶. По состоянию на 26 июля 2022 года количество россиян, не желающих работать на фрилансе, ещё уменьшилось: до 54%¹⁰⁷.

Реальное число внештатных специалистов, разумеется, пока нет возможности точно подсчитать. Разные источники выдают отличающиеся данные в диапазоне от 12 до 25 млн. индивидов. Несколько проще в этом смысле говорить о самозанятых – с оговоркой, что данное понятие, конечно, не равно понятию «фрилансер». На конец 2019 года, по информации председателя правительства России М.В. Мишустина, на режим самозанятых официально перешли более 330 тыс. человек¹⁰⁸. Через полгода их количество уже составило более 850 тыс. (по информации Минэкономразвития)¹⁰⁹, а ещё через полгода – почти полтора миллиона (по данным РБК, полученным от ФНС России)¹¹⁰. К 1 июня 2022 года, по данным Минфина, число самозанятых уже достигло порядка 5 млн. человек¹¹¹. На 10 февраля 2023 года – уже 6,5 млн. (по данным «Коммерсанта» со ссылкой на ФНС РФ), а к концу 2023 года этот показатель может достичь 10 млн. (как пишет тот же «Коммерсантъ», ссылаясь на сервис «Наймикс»)¹¹². Однако исследователи отмечают, что большинство фрилансеров не спешат переходить на данный режим: кто-то не готов выходить из тени и платить налоги в полном объёме, другие опасаются, что предлагаемый сегодня режим в будущем станет жёстче¹¹³.

¹⁰⁶ Удаленная работа по-русски: плюсы и минусы // ВЦИОМ. 16.02.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/udalennaja-rabota-po-russki-pljusy-i-minusy> (дата обращения: 17.12.2022)

¹⁰⁷ Фриланс в России – больше, чем фриланс? // ВЦИОМ. 26.07.2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/frilans-v-rossii-bolshe-chem-frilans> (дата обращения: 17.12.2022)

¹⁰⁸ Азаренко В.Е. Проблема внедрения института самозанятых граждан в законодательство Российской Федерации // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 7 (41). С. 210-212.

¹⁰⁹ Более 850 тысяч человек в России зарегистрировались в качестве самозанятых // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. 23.07.2020. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/bolee_850_tysyach_chelovek_v_rossii_zaregistrovalis_v_kachestve_samozanyatyh.html (дата обращения: 21.12.2020)

¹¹⁰ Агеева О. Счетная палата перешла на самозанятость // РБК. 10.12.2020. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/12/10/5fd0b2179a79474c2b46121c> (дата обращения: 21.12.2020)

¹¹¹ Котова М. Всем выйти из тени: суммарный доход самозанятых увеличился вчетверо. Сколько россиян продолжает работать на себя неофициально // Известия. 15.06.2022. URL: <https://iz.ru/1349398/mariia-kotova/vsem-vyiti-iz-teni-summarnyi-dokhod-samozaniatykh-velichilsia-vchetvero> (дата обращения: 04.09.2022)

¹¹² Мануйлова А. Самозанятость вошла во вкус // Коммерсантъ. 10.02.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5813293> (дата обращения: 26.02.2023)

¹¹³ Азаренко В.Е. Указ. соч.

Говоря о медиафрилансе, невозможно обойти вниманием и такую его форму как блогинг. Ведь, по факту, блогер – это априори фрилансер, который также работает в сфере массовой информации, а в последние годы занимает всё более уверенные позиции в борьбе за внимание аудитории.

Актуальное и интересное для нас исследование на тему блогеров организовал Институт общественного мнения «Анкетолог» летом 2020 года. Респондентами стали Интернет-пользователи от 18 лет и старше – всего 1900 человек. Результаты свидетельствуют о достаточном уровне популярности данного вида деятельности: каждый пятый участник опроса вёл личный блог (21%). Хотя следует добавить, что немногие используют его именно как заработок (всего 16%). Предсказуемо также, что младшее, цифровое поколение представляет в данной сфере большинство: почти треть опрошенных в возрасте 18-30 лет вели свой блог. И всего 16% блогеров среди респондентов от 55 лет и старше. Представляет интерес и вопрос о том, как аудитория воспринимает блогеров и информацию, предоставляемую ими. Большинство относится к данным индивидам положительно (51%), почти столько же – нейтрально (42%), немногие – отрицательно (всего 7%). Понятно, что, как и по другим вопросам, позитивнее относятся к данному феномену представители младшего поколения. При этом абсолютное большинство (85%) уверены, что общественное мнение может меняться в результате деятельности блогеров. Половина респондентов даже считает необходимым ввести государственное регулирование этой деятельности (против такого контроля высказались 17% опрошенных). Интересно, что люди чуть больше доверяют блогерам, нежели СМИ (23% и 20% соответственно). Хотя одновременно с этим респонденты были уверены, что главными целями блогеров являются заработок и популярность (74% и 62%). Следом идёт также материалистическая цель по продвижению каких-либо услуг

или товаров, а уже затем – идеалистические ценности, связанные с предоставлением информации, саморазвитием, влиянием на повестку и пр.¹¹⁴

Другой вариант фриланса в сфере журналистики – стрингерство. Как отмечают исследователи, стрингером является свободный журналист, который не состоит в штате редакции и в индивидуальном порядке осуществляет сотрудничество с одним изданием или несколькими. Услуги таких специалистов часто необходимы на телевидении. К примеру, «Life News» и НТВ активно применяли такой формат трудовых отношений¹¹⁵. Однако не менее популярны и стримы, которые ведутся онлайн (чаще через YouTube). Данный формат не только является неотъемлемой частью нашей цифровой реальности, но и, на наш взгляд, представляет собой воплощение одной из главных морально-этических ценностей журналистики – объективности, что было доказано нами в публикации журнала «Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика» (входит в перечень ВАК)¹¹⁶. Поскольку в ситуации значимого общественно-политического события, когда значительное количество и профессиональных изданий, и фрилансеров-стримеров, и гражданских журналистов ведут онлайн-трансляции с места события, показывая его с разных ракурсов, возникает намного меньше сомнений в истинности происходящего.

К настоящему моменту и западные, и российские исследователи признают значительное количество медиафрилансеров в составе практически любой редакции СМИ.

Так, например, в канадских СМИ многие журналисты перешли с обычной штатной работы на разные нестабильные варианты, включая фриланс. Конкуренция и финансовый кризис влияют на занятость, размеры вознаграждения и делают сферу медиа всё более финансово неустойчивой.

¹¹⁴ Блогеры или СМИ: кому доверяют больше? // Анкетолог. Институт общественного мнения. 15.06.2020. URL: <https://iom.anketolog.ru/2020/06/15/blogery> (дата обращения: 21.12.2020)

¹¹⁵ Щербаль С.С., Степанова И.Д. Указ. соч. – С. 251.

¹¹⁶ Мухина О.С. Стрим как новый жанр современной журналистики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2021. № 4. С. 146-147.

Многие исследователи повторяют, что профессия журналиста становится всё более ненадежной из-за сокращения ресурсов и в результате увольнений в отделах новостей. В качестве примеров укрепления медиафрилансерами рынка журналистского труда исследователи называют Бельгию и Нидерланды. Как отмечают М. Нимма-Kadakas и М. Мõttus, в Бельгии каждый пятый журналист является фрилансером. В то время как в большинстве западных стран доля фрилансеров составляет 20-30%, в Германии и Эстонии относительно небольшое сообщество фрилансеров всё чаще привлекается в качестве мелких предпринимателей. Исследования показывают, что на высокоразвитых медиарынках наблюдается более высокий процент журналистов, работающих в качестве фрилансеров. Хотя быстрый переход к фрилансу во многих странах связан с ситуацией нестабильности.

К 2014 году редакции привыкли к сокращениям. Рынок труда был наполнен фрилансерами, которых уволили из редакций. С одной стороны, уже частично были созданы условия для труда внештатных журналистов. С другой, восприятие фрилансера всё же формировалось под влиянием представления о безработном журналисте или случайном работнике, и изменения на рынке труда усилили это понимание. В Эстонии, например, фрилансера чаще воспринимали как человека, который не нашёл работу. Общая культура фриланса в Эстонии не была развита. Рынок фрилансеров состоял из безработных журналистов или тех, кто отправлял свои статьи только для того, чтобы их где-нибудь опубликовали.

Однако к 2019 году отношение к фрилансу изменилось. Редакции начали чаще воспринимать внештатных журналистов как партнёров-предпринимателей, которые обеспечивают им контент. Причём контент может быть регулярным (например, ежемесячные статьи и фотографии для журнала; ежедневные видеорепортажи для телевидения) или основанным на проектах (например, журналистские расследования). Эта работа передаётся фрилансерам, потому что в редакции может не быть штатного сотрудника с соответствующими компетенциями или же потому что редакция хочет сэкономить на труде штатных

специалистов. Так что если ещё в 2014 году главные редакторы рассматривали фрилансеров как безработных журналистов, то буквально через пять лет восприятие сместилось в сторону концепции партнёров-предпринимателей¹¹⁷.

М. Mayo-Cubero публикует статистику Испании за 2021 год, добавляя, что 31% испанских журналистов зарабатывают вне штата. При этом авторы, которые работают по договору полный или даже неполный день, имеют больше стабильности в плане заработков, чем те, кто лишён регулярной нагрузки и получает гонорар за каждый материал. Отдельное внимание автор уделяет вопросам гендерного неравенства в медиасреде, отмечая, что во всём мире женщины составляют лишь треть журналистов в редакциях, хотя в Европе этот показатель лучше и приближен к равенству (43-48% женщин – в разных европейских странах). Показатель в Испании автор оценивает как позитивный: 46% женщин в редакциях СМИ. Тем не менее, на женщин по-прежнему распространяется более высокий уровень безработицы, чем на мужчин, – 62%, и женщины по-прежнему сталкиваются с проблемами в доступе к высшим должностям. Общемировая тенденция заключается в том, что большинство главных редакторов в отделах новостей – мужчины. Процент женщин, работающих в журналистике, и процент женщин, занимающих руководящие редакторские должности, демонстрируют слабую положительную корреляцию. Углубившись в данные по возрасту, автор также добавляет, что сотрудниками американских отделов новостей в возрасте от 18 до 29 лет почти на 50% были женщины. Однако среди сотрудников в возрасте от 30 лет это число снижается до трети. Здесь возникает ещё один актуальный вопрос о том, почему так много женщин уходят из профессии¹¹⁸. Добавим, что предсказуемо в такой ситуации, что именно женщины составляют большинство в среде медиафриланса: это ответ и на более высокий уровень безработицы, и на более значимые проблемы в

¹¹⁷ Himma-Kadakas M., Möttus M. Ready to Hire a Freelance Journalist: the Change in Estonian Newsrooms' Willingness to Outsource Journalistic Content Production // Central European Journal of Communication. 2021. № 14(1)(28). С. 27-43.

¹¹⁸ Mayo-Cubero M. A multivariate analysis on news production in Spain: digital newsroom profile, polyvalent journalists and gender perspective // Communication and Society. 2022. № 35 (3). С. 1-14.

карьерном росте, и на необходимость сочетать семейные обязанности с карьерными планами.

М. Mayo-Cubero отмечает также, что большинство испанских СМИ имеют в своём составе порядка 20% фрилансеров. При этом чем меньше размер издания в испанской медиаэкосистеме, тем выше в нём доля журналистов-фрилансеров¹¹⁹.

Аналогичную цифру (20% фрилансеров в составе редакции большинства СМИ) выдаёт и постоянный исследователь медиафриланса из Швеции М. Norbäck. Автор отмечает также, что во всём мире основными действующими лицами медиарынка являются по-прежнему обычные редакции, однако фрилансеры постепенно выполняют всё больший объём работы. Например, в Великобритании за период с 2000 по 2015 год количество медиафрилансеров увеличилось на 67%. Иногда внештатные авторы начинают карьеру в журналистике в качестве штатных сотрудников, а уже потом переходят на фриланс. Подавляющее большинство получило высшее образование в сфере журналистики, а остальные имеют солидный стаж практической деятельности в медиа¹²⁰.

В свете этих изменений всё чаще звучат призывы к дополнительным исследованиям постиндустриальной журналистской работы. Поскольку журналистика всё больше уходит от традиционной формы занятости, становится всё более ненадёжной, превращается в «портфельную работу» – в каком-то смысле возвращаясь к историческим условиям труда журналистов. Вместо долгосрочных карьерных возможностей появляются краткосрочные контракты, и работа становится более интенсивной, с частыми стрессами и выгоранием¹²¹.

Как добавляют М. Norbäck и А. Styhre, тема корпоративной реструктуризации регулярно поднималась в деловых новостях с начала 1980-х годов. Сюда включались различные управленческие действия и решения,

¹¹⁹ Mayo-Cubero М. Указ. соч.

¹²⁰ Norbäck М. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

¹²¹ Norbäck М. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden.

включая сокращение штата, аутсорсинг, офшоринг и изменения в корпоративном управлении. В результате корпорации всё больше делают акцент на разных формах заёмного труда и контрактной работы для обеспечения своей повседневной деятельности. Одним из последствий этого является смещение баланса сил от работников к владельцам капитала, а количество стабильной и хорошо оплачиваемой работы сокращается¹²².

Интересно, что западные исследователи действительно далеко не всегда позитивно оценивают либеральные тенденции своего общества (а ведь именно они являются основой философии фриланса). Так, например, M. Gollmitzer отмечает, что неолиберализм, наиболее заметно воплотившийся в правлении Рональда Рейгана в США и Маргарет Тэтчер в Великобритании, урезал социальные программы и роль профсоюзов и переносит общественные обязанности с государства и работодателей на отдельных граждан. Понятие радикальной свободы, как отмечает исследователь, находит отклик у многих индивидуумов, однако в качестве обратной стороны такой свободы исследователи «повседневного неолиберализма» часто обнаруживают, что люди берут на себя личную ответственность за структурные проблемы – такие как безработица и бедность¹²³.

Таким образом, многие, но, конечно, не все, журналисты-фрилансеры являются «предпринимателями по принуждению»: то есть были изначально трудоустроены в штат, но не по собственному желанию перешли на фриланс. Исследователи выделяют несколько причин ненадёжности внештатной журналистики. Одна из наиболее важных – большее количество конкурентов, по сравнению с ситуацией при работе в штате редакции. Другие причины – «голодный» характер внештатной работы (нерегулярная рабочая нагрузка и, как следствие, оплата); важность рекомендаций и репутации, при которой будущие заказы зависят от положительных отзывов клиентов о предыдущих работах; а

¹²² Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists // *Scandinavian Journal of Management*. 2019. № 35 (4). С. 101076.

¹²³ Gollmitzer M. Journalism ethics with Foucault: Casually employed journalists' constructions of professional integrity // *Journalism*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/14648849211036301> (дата обращения: 01.10.2022)

также практика оплаты за статью, что означает, что многие фрилансеры вкладывают в работу больше времени, чем им оплачивают¹²⁴.

Как и во многих других профессиях, в сфере медиа число индивидуальных предпринимателей увеличилось, и нередко это было вынужденным решением, когда многие ранее работавшие в штате журналисты стали фрилансерами, чтобы продолжать работать по своей профессии. Параллельно с этим наблюдается приток новых выпускников факультетов журналистики на рынок труда, так что это постоянно растущая конкуренция.

Также, как уже упоминалось выше, для медиафрилансера крайне значимым фактором является поддержание хороших отношений с клиентами. Важно выполнять работу в срок и качественно – в результате многие из них работают даже во время болезни и круглосуточно, если задания пересекаются во времени. В этом смысле для многих фрилансеров предпосылкой для успеха является наличие супруга, работающего традиционным образом – в штате.

Часто молодые фрилансеры, не имеющие детей и других обязательств (например, ипотеки), более позитивно оценивают этот образ жизни, отмечая, что легко справляются с финансовыми трудностями, но зато могут заниматься именно тем, что доставляет им удовольствие. Однако, когда их спрашивают о будущем (как, например, в опросе исследователей M. Norbäck и A. Styhre), многие отмечают, что им придётся пересмотреть свой образ жизни после рождения ребёнка и, возможно, найти более надёжный вариант с трудоустройством в штат¹²⁵.

Как добавляет один из исследователей медиафриланса E. Salamon, с одной стороны, люди могут добровольно выбрать фриланс, чтобы получить относительный контроль над трудовым процессом, рассматривая себя как предпринимателей, с большей автономией, гибкими трудовыми отношениями и повышенной удовлетворенностью работой. При этом чаще довольны этим

¹²⁴ Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden.

¹²⁵ Norbäck M., Styhre A. Указ. соч.

выбором женщины, благодаря возможности совмещать работу и семейные обязанности. Некоторые учёные даже отмечают феминизацию фриланса¹²⁶.

Исследования показывают, что женщины воспринимают фриланс как работу, совместимую с воспитанием детей. Женщины часто полагаются на фриланс как на единственную доступную работу в период декрета, но впоследствии выражают озабоченность по поводу уровня оплаты¹²⁷.

Другие исследователи отмечают, что женщины во многих профессиональных областях испытывают трудности при совмещении домашних обязанностей с рабочими, но эти проблемы кажутся ещё более заметными в журналистике из-за необходимости быть постоянно на связи и в результате частых изменений в организации труда в последнюю минуту. Многие женщины-журналистки перешли на фриланс после рождения детей, но не всегда довольны результатом, поскольку финансовая нестабильность является обратной стороной большей свободы, которую предлагает фриланс. Многие возвращаются в штат, когда дети достигают школьного возраста¹²⁸.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) отмечала, что нестандартная форма занятости, как правило, оплачивается ниже, чем такая же работа в штате. При этом исследования показывают, что, по мнению журналистов, такая ненадежность будет увеличиваться. Согласно опросу 509 журналистов, проведенному в 2014 году, 71% респондентов согласились с тем, что журналистская занятость в будущем будет становиться всё более ненадёжной и неопределённой¹²⁹.

¹²⁶ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

¹²⁷ Antunovic D., Grzeslo J., Hoag A. "Ice Cream is Worse, and Joblessness is Not an Option": Gendered experiences of freelancing // *Journalism Practice*. 2019. № 13 (1). С. 52-67.

¹²⁸ De Vuyst S., Raeymaeckers K. Gender as a multi-layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian newsrooms // *European Journal of Women's Studies*. 2019. № 26 (1). С. 23-38.

¹²⁹ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

Как добавляют исследователи, журналистика сейчас существует в условиях нестабильности, что означает, что каждый в этой области должен каким-то образом приспособиться к существованию¹³⁰.

Для некоторых журналистов-фрилансеров, часто молодых или имеющих маленьких детей, фриланс рассматривается как возможность сократить рабочее время. В исследованиях зарубежных учёных эти фрилансеры рассказывали о том, как они сознательно выбрали альтернативный образ жизни с целью меньше работать, чтобы иметь время для хобби, друзей и семьи. Для некоторых такой образ жизни рассматривался как часть прогрессивной политической позиции, согласно которой современное рабочее общество фундаментально связано с другими проблемами, такими как экологическая и экономическая неустойчивость. Поэтому следует отказаться от трудоустройства в штате. Это означало, что данные медиафрилансеры сократили расходы, не имеют ипотечных кредитов, дач, автомобилей или отпуска за границей, чтобы иметь возможность меньше работать. Многие живут с философией минимизировать расходы, а не максимизировать доход¹³¹.

Среди российских учёных тема медиафриланса ещё не так популярна. Однако имеются исследования фриланса в целом. Так, например, А.А. Дяченко и А.С. Сорокина по результатам проведённого опроса выяснили, что почти половина (48%) индивидуумов, называющих себя фрилансерами, имеют и официальное трудоустройство, и только 52% внештатных специалистов действительно зарабатывают полностью самостоятельно. Ввиду этого, логично, что большая часть опрошенных в этом исследовании уделяют фриланс-работе всего 1-3 часа в сутки. Треть респондентов работает удалённо по 3-6 часов, и только 15,7% трудятся в качестве фрилансеров по 6 часов и более¹³².

Надо отметить, что российские исследования фриланса часто гораздо более позитивны в отношении данного образа жизни и способа заработка,

¹³⁰ Örnebring H., Möller C. In the Margins of Journalism: Gender and livelihood among local (ex-)journalists in Sweden // *Journalism Practice*. 2018. № 12 (8). С. 1051-1060.

¹³¹ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

¹³² Дяченко А.А., Сорокина А.С. Указ. соч.

нежели зарубежные. Если западные статьи чаще всего исходят из посыла, что фриланс, разумеется, имеет свои преимущества, но является деятельностью нестабильной, ненадёжной и мало оплачиваемой, то отечественные работы обычно придерживаются противоположного формата, отмечая, что, несмотря на проблемы, фрилансеры в большинстве своём удовлетворены данным выбором.

К примеру, среди прочего, отмечается, что фриланс является прекрасной возможностью совмещать работу с личными делами, в постоянном режиме повышать свой профессионализм, самостоятельно планировать процесс работы. Разумеется, нельзя игнорировать и вызовы фриланса: отсутствие социального пакета, отпусков, больничных, пенсии, возможность для заказчика в любой момент прервать сотрудничество. Негативно характеризует фриланс и тот факт, что значительное число фрилансеров составляют студенты, пенсионеры, женщины с детьми, инвалиды – то есть те, кому сложно найти работу в штате¹³³. И это показатель в пользу фриланса как вынужденного для некоторых решения. Подробнее данный вопрос будет рассмотрен в следующих главах диссертации.

Подытоживая настоящий параграф, отметим, что история фриланса стара и нова одновременно. Мы привыкли относиться к фрилансу как к нетипичной занятости (хотя данная тенденция и стремительно меняется в последние годы). Однако следует помнить, что в исторической перспективе привычный сегодня большинству трудовой контракт и социальный пакет имеет гораздо менее значительный стаж, став популярным только в XX столетии.

Ещё один интересный факт из истории фриланса – некоторый возврат к истокам. Внештатные журналисты начинали как писатели-халтурщики на Граб-стрит, и сложно спорить с тем, что в нашу цифровую эпоху значительная доля медиафрилансеров работают на той же метафорической виртуальной «Грабской улице», выполняя поверхностные рерайты, чаще даже создаваемые для роботов поисковиков, чем для живых пользователей, получая за это обычно отнюдь не высокую оплату и определённо не пользуясь большим уважением в обществе.

¹³³ Квасова Ю.Р. Указ. соч.

Многие исследователи, особенно из западных стран с более длительной историей внештатной занятости, высказывают значительное количество претензий к фрилансу, отмечая необходимость правовой и социальной защиты данной категории специалистов (как ни парадоксально, но сами фрилансеры гораздо чаще демонстрируют удовлетворённость, что показывает и наше исследование, подробно представленное в главе 3 настоящей диссертации).

Вместе с тем, несомненна тенденция к росту фрилансеров во многих сферах, в том числе в медиа. Формируются механизмы устойчивой и эффективной коммуникации между редакцией и внештатными авторами, отрегулированы многие вопросы контроля удалённого сотрудника и системы оплаты его работы. Меньше, чем за десятилетие, поменялось и отношение к фрилансерам: если до этого к ним зачастую относились, как к индивидам, не сумевшим найти работу в штате и готовым порой работать просто за факт публикации, то сейчас они превратились в партнёров-предпринимателей, которые поставляют контент – часто на условиях постоянного сотрудничества.

В этой связи нельзя не упомянуть и итоги коронавирусной пандемии, которая, с одной стороны, серьёзно увеличила число фрилансеров, добавив конкуренции на этот рынок, а с другой, сделала привычными многие полезные для фрилансеров технологии и убедила редакторов, ранее, в силу консервативных привычек, сопротивлявшихся сотрудничеству с внештатными авторами, что это во многом выгодный и удобный формат отношений. Рискнём предположить (в том числе и на основе статистики, демонстрирующей, что в каждом более молодом поколении сторонников фриланса становится всё больше), что за фрилансом будущее. Разумеется, существуют сферы деятельности, требующие личного присутствия и коллективной работы в штате. Однако сфера медиа является одной из наиболее приспособленных для внештатной работы – что подтверждает и вся история фриланса.

ГЛАВА 2. НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕДИАФРИЛАНСЕРОВ

2.1. Нормативная основа медиафриланса как системы

Несмотря на то, что с наступлением цифровой эпохи, а затем и коронавирусной пандемии фриланс получил существенный виток развития, данный феномен, как уже упоминалось ранее, не урегулирован в российском законодательстве. Имеется несколько смежных понятий, но факт наличия нескольких терминов только усиливает правовые коллизии и создаёт дискуссионные проблемы на практике. Следует добавить, что в 2011 году была осуществлена попытка внести в Трудовой кодекс РФ понятие «фриланс», однако в результате эти нововведения не были внедрены¹³⁴. Как уже говорилось в первой главе настоящей диссертации, мы не согласны с включением фрилансеров в класс прекариата¹³⁵, вместе с тем, необходимо признать, что существует ряд пробелов правового и этического характера, и они требуют заполнения.

Хотя, на удивление, нам удалось найти в российских нормативно-правовых актах несколько упоминаний фрилансеров. Так, согласно Постановлению Правительства Санкт-Петербурга от 07.02.2012 № 113 «О Программе развития сферы культуры в Санкт-Петербурге “Культурная столица” на 2012-2014 годы», фрилансер – это тот, кто работает «время от времени на договорной основе с заказчиком» (п. 1.2.)¹³⁶. Вместе с тем, сомнительно, чтобы это определение можно было принять в качестве официального, особенно учитывая его принадлежность местному нормативно-правовому акту.

¹³⁴ Аллагулова Э.Р., Шагиева А.А. Аспекты правового регулирования фриланса в международном частном праве // Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Пенза, 2021. С. 156-158.

¹³⁵ Прекариат: становление нового класса: (коллективная монография).

¹³⁶ О Программе развития сферы культуры в Санкт-Петербурге «Культурная столица» на 2012-2014 годы. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 07.02.2012 № 113 (ред. от 19.12.2014) // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/35364212/> (дата обращения: 19.01.2023)

В другой документ попало непосредственно даже понятие «журналист-фрилансер». Так, оно упоминается в «Согласованном списке подтверждающих документов, предоставляемых заявителями для получения Шенгенской визы в Российской Федерации», однако без собственно определения¹³⁷. Из данного документа мы можем только сделать вывод, что это лицо, имеющее корреспондентское удостоверение или рабочий контракт на выполнение журналистской деятельности, которое в состоянии также подтвердить факт экономической деятельности или наличия финансовых средств.

Необходимо отметить, что российские внештатные журналисты часто не включены в профессиональное сообщество. Их работа дистанцирована, они практически не коммуницируют с коллегами, не имеют возможности в ежедневном варианте изучать опыт других профессионалов, получать разностороннюю поддержку. В результате они реже учитывают тот факт, что являются представителями социально значимой профессии, имеющей собственные правила в вопросах профессиональной этики.

В связи с этим, полезно будет остановиться на опыте западных стран, где фриланс как явление существует дольше, и внештатные специалисты уже освоили ряд практик, регулирующих деятельность фрилансеров и делающих её в результате более успешной.

Соединённые Штаты стали первой страной, в которой официально был урегулирован статус удалённой работы и фриланса. В 1990 году американские законодатели закрепили ряд прав «телеработников»¹³⁸.

В 2016 году в США (Нью-Йорк) был принят закон № 140 «Freelance Isn't Free Act» (что можно перевести как «Фриланс – это не бесплатное действие»). Принятие данного документа было обусловлено увеличением количества внештатных специалистов, чьи права и интересы требовали защиты. Помимо общих вопросов, данный нормативно-правовой акт закрепил понятие

¹³⁷ Согласованный список подтверждающих документов, предоставляемых заявителями для получения Шенгенской визы в Российской Федерации (Документ не применяется) // Ваше право. 2013. №3.

¹³⁸ Осадчая Е.В. Исторический аспект правового статуса фриланса и удаленной работы в зарубежных странах // Юридический форум. Пенза, 2022. С. 59-61.

фрилансера: это физическое или юридическое (если состоит только из одного индивида) лицо, вне зависимости от факта регистрации или использования торгового названия, которое является независимым подрядчиком, выполняя услуги за плату¹³⁹.

На основании приведённого определения, выделим основные квалифицирующие признаки фрилансера:

- он может быть как физическим, так и юридическим лицом (в последнем случае – если в составе данной организации не более одного индивида);
- наличие/отсутствие торгового названия или регистрации не имеет значения;
- этот индивид оказывает услуги;
- за оказанные услуги данный специалист получает денежное вознаграждение.

Следует упомянуть, что, в рамках американской специфики, указанное понятие не включает медиков, юристов и торговых представителей. Однако это особенности Нью-Йорка, в остальном же обозначенное определение носит достаточно универсальный характер, и российскому законодателю имеет смысл принять его за основу.

Что касается европейских стран, то в них, по данным исследователей-правоведов¹⁴⁰, с точки зрения законодательства встречаются две модели регулирования фриланса:

1. Внештатный специалист по своим правам приравнен к штатному. Эта схема недостаточно распространена и работает, к примеру, в Великобритании. Дополнительной альтернативой здесь также является возможность зарегистрироваться в качестве самозанятого.

¹³⁹ Яковлева А.В., Сараева М.В. Правовое регулирование фриланса в США // Вопросы российского и международного права. 2020. Т. 10. № 3-1. С. 167-181; Freelance Isn't Free Act. Local Law 140 of 2016 // NYC Government. URL: <https://www1.nyc.gov/site/dca/about/freelance-isnt-free-act.page> (дата обращения: 01.10.2022)

¹⁴⁰ Панас Е.В. О правовом регулировании фриланса в странах Европейского союза // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Минск: Четыре четверти, 2014. С. 142-144.

2. Фрилансер по сути считается предпринимателем. На него перекладываются все риски и обязанности предпринимателя – такие как уплата налогов и сдача отчётности. Данная схема предполагает регистрацию в качестве ИП и весьма популярна в большинстве европейских стран (к примеру, она действует во Франции, Германии, Эстонии, Норвегии).

По данным М. Norbäck, постоянного исследователя внештатной журналистики из Швеции, в её стране ситуация аналогична: медиафрилансеры оформляются в качестве самозанятых (получая «налоговый сертификат F», который необходим для тех, кто работает не по найму) или получают статус индивидуального предпринимателя без наёмных сотрудников¹⁴¹.

В России к настоящему моменту делаются попытки перевести фрилансеров в легальное поле через новый режим самозанятости. Формулируя соответствующее понятие и создавая специальный налоговый режим, российские законодатели по факту признали существование особой социальной группы – фрилансеров, а также необходимость регулирования отношений с ними. Изначально эксперимент вводился на территории четырёх российских регионов: Москва, Московская и Калужская области и Татарстан (с 1 января 2019 года). Через год ещё 19 регионов присоединили к эксперименту. Планировалось поэтапно вводить режим на территории страны, но по причине пандемии коронавируса, в результате которой многие люди начали работать удалённо или потеряли работу, с 1 июля 2020 года правила действуют на территории всей России. Однако, как показывает статистика, приведённая в первой главе настоящей диссертации, на данный момент небольшая доля фрилансеров воспользовалась данной возможностью. Пока что, исходя из опыта включенного наблюдения автора, можно сделать вывод, что большей популярностью пользуются другие варианты оформления правоотношений между средством массовой информации и внештатным журналистом:

¹⁴¹ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

1. Гражданско-правовой договор. В такой ситуации нет социальной защиты (отпусков, больничных), как и оклада. В сфере медиа обычно предполагается гонорар, выплачиваемый за материал или количество знаков.

2. Трудовой договор. В отношении данной опции многие исследователи могут выразить обоснованные сомнения в принадлежности такого варианта фрилансу. Вместе с тем, на практике многие внештатные авторы подписывают трудовой контракт, имеют запись в трудовой книжке и таким образом получают все обычные блага занятых штатных сотрудников. Часто при этом предусматривается обязанность соблюдать график работы (к примеру, в конкретные часы отслеживать новости по теме издания и опубликовать определенный в договоре минимум материалов). Однако при этом сотрудник остаётся достаточно свободным и в вопросах своего места нахождения, и относительно процесса выполнения работы, а также может иметь неограниченное количество других работодателей, если позволяет время.

3. Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя (или регистрация предприятия – обычно общества с ограниченной ответственностью). Данный вариант, по мнению автора настоящей диссертации, по факту является кабальной сделкой – по крайней мере, в разрезе медиасферы. На практике чаще всего обязанность такой регистрации устанавливается заказчиком (редакцией) и делается для того, чтобы переложить на журналиста бремя налоговых отчислений, бухгалтерские и предпринимательские риски. Однако, к счастью, подобное требование предъявляется не часто. На первый взгляд, может показаться, что вариант с оформлением предприятия больше похож не на фриланс, а на собственный бизнес. Однако, как верно указали законодатели из Нью-Йорка, индивид вполне может быть единственным работником собственной компании.

В ситуации, если ни один из перечисленных вариантов не применим, фрилансеру грозит уголовная ответственность за незаконное

предпринимательство по ст. 171 УК РФ¹⁴². Хотя надо оговориться, что на практике именно в сфере медиа подобное представить сложно, поскольку данный вид ответственности наступает за оказание услуг (выполнение работ, продажу товаров) физическим лицам. Внештатный журналист обычно сотрудничает с изданиями, то есть лицами юридическими. В такой ситуации гражданско-правовой договор в любом случае считается заключённым, даже если нет единого письменного документа (например, путём обмена письмами или в устной форме). Вместе с тем, добавим, что существует также такое понятие, как «литературное рабство» (которое в действительности оплачивается выше, нежели публикация под собственным именем). В таких случаях договор фактически может быть заключён между двумя физическими лицами, что может повлечь правовые проблемы.

Режим самозанятых, являющийся пока относительно новым, несколько похож по смыслу на регистрацию статуса ИП, но с упрощенным режимом отчётности и более низкими налогами (4-6%). Также, в отличие от индивидуального предпринимателя, самозанятый не вправе нанимать работников¹⁴³. Эффективность и популярность данного варианта будет известна лишь по прошествии времени.

Думается, что такое большое число вариантов появилось в результате законодательной неурегулированности статуса фрилансера. В итоге многие внештатные специалисты в своей практической деятельности в принципе отказываются от письменного оформления сделки с заказчиком. В ситуации конфликта это может повлечь судебные споры. Как отмечают российские исследователи, каждый второй фрилансер при обсуждении условий контракта ограничивается перепиской – только треть оформляет договор письменно. Функцию «безопасной сделки», которая имеется на фриланс-биржах, используют лишь 15%. В результате такого похода фрилансеры могут

¹⁴² Уголовный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.12.2022) // Собрание законодательства РФ. 17.06.1996. № 25. Ст. 2954.

¹⁴³ Азаренко В.Е. Указ. соч.

столкнуться с проблемами на этапе оплаты – например, в виде уменьшения суммы или задержки выплаты¹⁴⁴.

Необходимо отметить и тот факт, что внештатные специалисты, не имеющие привязки к конкретному офису и государству, обязаны руководствоваться и нормами международного характера¹⁴⁵. Когда исполнитель и заказчик являются резидентами разных государств, появляются коллизии юридического плана. В данной ситуации следует руководствоваться принципом закона места работы. Однако что является местом работы, если индивид постоянно меняет место нахождения? Как считают авторы-юристы, в таком случае действуют или нормы государства фактического нахождения фрилансера, или места нахождения заказчика, от которого, собственно, и поступает задание. Вместе с тем, эта проблема остаётся сложной и не урегулированной¹⁴⁶.

Отдельно надо сказать и о правовом положении блогера. По факту, блогер (если блог приносит доход, а не становится исключительно частью процесса самореализации) является самостоятельным предпринимателем-журналистом. Чаще всего он достаточно субъективно выкладывает собственные мысли в открытом сетевом дневнике. При этом правоведы отмечают, что не стоит приравнивать блогера к средству массовой информации. В случае, когда портал получил официальную регистрацию как сетевое СМИ, владельца такого сайта называть блогером уже будет неверно. В рамках своей деятельности блогер может вступать в разные правоотношения (гражданские, трудовые, налоговые и др.). Но при этом те же исследователи-правоведы признают факт неопределённости, неурегулированности статуса блогера в отечественном законодательстве, хотя данный вид деятельности стал привычной частью существующей реальности¹⁴⁷.

¹⁴⁴ Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования.

¹⁴⁵ Canter L., Wilkinson E. Freelancing for journalists. London. Routledge. 2020. 222 с.

¹⁴⁶ Аллагулова Э.Р., Шагиева А.А. Указ. соч.

¹⁴⁷ Нестерова Е.М. Блогер как субъект информационных правоотношений // В сборнике: Тамбовские правовые чтения имени Ф.Н. Плевако. Материалы IV международной научно-практической конференции. В двух томах. Тамбов, 2020. С. 436-440.

Следует добавить, что в истории российского законодательства был краткий период, когда понятие блогера было официально определено. В ст. 10.2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»¹⁴⁸ с 2014 по 2017 годы было зафиксировано соответствующее определение. Под блогером понимался владелец сайта или Интернет-страницы, размещающий там общедоступную информацию, если количество ежедневных пользователей превышает 3 тыс. чел. Данная норма отменена с 30 июля 2017 года¹⁴⁹. Ведение реестра блогеров официально прекращено Роскомнадзором, а термин исчез из законодательной сферы, но в реальности, конечно, сохранился.

Невозможно не упомянуть в рамках настоящего вопроса и положения главы 49.1 Трудового кодекса РФ, регулирующие отношения с удалёнными (дистанционными) сотрудниками. Эти нормы стали особенно актуальными в период пандемии коронавируса. Однако, как верно отмечали другие исследователи, процитированные нами в параграфе 1.1 настоящей диссертации, невозможно однозначно и уверенно поставить знак равенства между понятием дистанционной (удалённой) работы и фрилансом. Действительно, исследователи иногда используют данные понятия как синонимы. Однако, если следовать букве российского закона, то удалённый сотрудник – это тот, кто:

- всегда оформлен в штат компании (иные варианты оформления, перечисленные выше и популярные у фрилансеров, в данном случае неприемлемы);
- всегда работает вне территории работодателя, используя сети связи, в частности Интернет (как показывает и наше исследование, и работы других авторов, в отношении фрилансеров это также не всегда верно, поскольку

¹⁴⁸ Об информации, информационных технологиях и о защите информации. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 18.06.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3448.

¹⁴⁹ О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Федеральный закон от 29.07.2017 № 276-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 31.07.2017. № 31 (Часть I). Ст. 4825.

фрилансер может придерживаться полуудалённого режима, с перманентным посещением офиса).

Ещё одной значимой проблемой остаётся факт разрозненности внештатных специалистов. В результате они становятся более слабой стороной сделки. Следует отметить, что на Западе профсоюзы журналистов получили активное развитие. Причём это касается как штатных, так и внештатных авторов. Так, в Швеции, как упоминает М. Norbäck, около 80% журналистов являются членами профсоюзных организаций. Это весьма высокий показатель по сравнению с другими странами. Шведским профсоюзным деятелям удаётся привлекать внештатных авторов, в отличие от многих государств. Профессиональные журналистские организации в Швеции предлагают целый ряд важных и полезных услуг для медиафрилансеров – таких как выдача пропусков для прессы, правовая поддержка, оформление страховки, обучение, защита прав автора и пр.¹⁵⁰

Преимущества объединения внештатных журналистов в профсоюзы видны и в следующем примере. Английский исследователь Е. Salamon, опубликовавший несколько работ на тему медиафриланса, сформулировал термин «rights-grabbing contracts» (что дословно можно перевести как «контракты с захватом прав»). С распространением Интернета, в 1993 году, внештатные журналисты обнаружили нарушения со стороны медиакомпаний: те массово повторно воспроизводили переданные им материалы онлайн, не выплачивая дополнительного гонорара автору. С участием профсоюзов, журналистам удалось выиграть судебные иски и получить миллионные суммы компенсации. Однако после этого редакции начали требовать от фрилансеров подписывать соглашения, по которым журналист передавал средству массовой информации право на повторное воспроизведение материала без

¹⁵⁰ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

дополнительной оплаты. С распространением данной практики фрилансеры начали борьбу за свои интересы¹⁵¹.

Шведский союз журналистов и другие профсоюзы сферы СМИ для авторов, фотографов и иллюстраторов тоже протестовали против таких сделок, утверждая, что они серьезно снижают вознаграждение за внештатную работу и тем самым угрожают существованию фрилансеров. Эти протесты проводились посредством участия в различных кампаниях, в том числе с использованием собственных социальных сетей изданий, на которых были нацелены протесты. И, конечно, профсоюзные организации призывали своих членов не подписывать эти контракты¹⁵².

В Канаде в 2009 и 2013 годах профсоюзные организации журналистов-фрилансеров сформировали коалиции и инициировали кампании с целью бойкота аналогичных контрактов издательского конгломерата TC Media. Согласно условиям контракта, фрилансеров вынуждали бессрочно передавать свои авторские права компании. Контракт давал бы TC Media право распространять работы фрилансеров любым способом, воспроизводить их работы на любом носителе и создавать производные работы (например, переводы или адаптации). При этом компания не должна платить фрилансерам гонорар и не позволяла им перепродавать свои работы. Подобные контракты появились в 1994 году, примерно в то время, когда доходы, тираж и прибыль газет и журналов начали значительно снижаться. С тех пор коммерческая бизнес-модель печатной журналистики, которая зависела от доходов от рекламы и подписки, серьезно ослабла. Эти контракты были предназначены для предотвращения судебных исков от фрилансеров и получения дополнительной прибыли от переиздания их работ. Олигополистический рынок сокращает количество СМИ, которым фрилансеры могут перепродавать свои материалы. Если фрилансеры не подпишут предлагаемый контракт, они потенциально могут

¹⁵¹ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

¹⁵² Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

попасть в «чёрный список» и потерять заказы вообще. Тем не менее, сложившаяся ситуация побудила фрилансеров сотрудничать и организовываться в профсоюзы.

В 2007 году Датский союз журналистов объявил забастовку в целях защиты прав фрилансеров, когда издательский конгломерат Aller Media попытался ввести новые условия в отношении платы фрилансерам за перепродажу их работ другим СМИ внутри компании. Во время забастовки фрилансеры – члены союза не соглашались принимать заказы от компании. В конце концов, Aller Media приняла требования журналистов и подписала коллективный договор, охватывающий фрилансеров.

Другая историческая победа принадлежит Национальному союзу журналистов Великобритании: в 1981 году он нанес удар по журнальному конгломерату IPC Media, организовав единственную забастовку профсоюзов до 1990-х годов¹⁵³.

Таким образом, современные фрилансеры используют три основные тактики борьбы: коллективные иски, бойкоты контрактов и забастовки. В наши дни они также успешно применяют цифровые коммуникации: в первую очередь почтовые рассылки и общение в социальных сетях и мессенджерах.

Зарубежные учёные отмечают возросшую роль профессиональных объединений в борьбе внештатных специалистов за достойный уровень оплаты труда, добавляя, что экономическое благосостояние медиафрилансеров должно улучшиться, иначе этот вид деятельности рискует трансформироваться в «роскошное хобби»¹⁵⁴. Так, к примеру, члены Австралийского союза средств массовой информации, развлечений и искусства занимается защитой прав внештатных журналистов в вопросах соблюдения редакциями коллективных договоров, в дополнение к созданию «хартии прав фрилансеров», включающей в себя стандарты по установлению ставок для внештатных авторов. Похожая

¹⁵³ Salamon E. E-Lancer Resistance.

¹⁵⁴ Norbäck M., Styhre A. Указ. соч.

деятельность ведётся и профессиональными союзами других стран – в частности, в Великобритании¹⁵⁵.

Однако российские медиафрилансеры часто дистанцированы от коллег. Прекратить с ними отношения, если потребность в услугах уходит, редакции гораздо легче, нежели уволить штатного сотрудника¹⁵⁶. Внештатные журналисты обычно оторваны от коллектива. Они весьма редко получают членство в каких-то профессиональных организациях. И тем более сложно представить медиафрилансера, являющегося членом профсоюза конкретного СМИ. В России существует многолетняя практика объединений журналистов в профессиональные организации. Например, действуют Союз журналистов России¹⁵⁷, Союз предприятий печатной индустрии (СППИ ГИПП)¹⁵⁸, Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ)¹⁵⁹ и пр. Но каких-либо обязательных решений данные организации не принимают. Они могут предоставить консультацию, помощь адвоката или выступить с законодательной инициативой. Однако наиболее актуальные, практические, повседневные проблемы журналист должен решать сам, особенно если речь про внештатного автора. Небольшое развитие в этом плане понемногу начинается в отдельных регионах и в группах в социальных сетях. Так, например, при Союзе журналистов в Санкт-Петербурге существует Гильдия медиафрилансеров¹⁶⁰. Рискнём предположить, что, ввиду общей тенденции к популяризации удалённой работы и фриланса, такие объединения будут появляться и в других регионах, а также инициировать более активные формы сотрудничества.

Вместе с тем, в целом российские внештатные журналисты остаются менее защищёнными и более разрозненными, чем их коллеги в западных странах. В итоге отечественные медиафрилансеры нередко являются слабой стороной

¹⁵⁵ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

¹⁵⁶ Квасова Ю.Р. Указ. соч.

¹⁵⁷ Союз журналистов России. URL: <https://ruj.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

¹⁵⁸ Союз предприятий печатной индустрии (СППИ ГИПП). URL: <https://gipp.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

¹⁵⁹ Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ). URL: <https://www.nat.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

¹⁶⁰ Гильдия медиафрилансеров. Союз журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. URL: <http://spbsj.ru/about/gildiia-miediafrilansierov> (дата обращения: 19.01.2023)

сделки, и недобросовестные заказчики пользуются этим, требуя от внештатного автора зарегистрироваться в качестве самозанятого или ИП. Тем самым редакция перекладывает на журналиста налоговое бремя и предпринимательские риски.

Но, одновременно с этим, внештатные авторы также научились защищать свои интересы. Как показало наше исследование, после коммуницирования с недобросовестным заказчиком (с потерей денег и/или времени в качестве результата) медиафрилансеры начинают требовать предоплату.

Руководствуясь собственным опытом включенного наблюдения, добавим также, что в ситуации правовой неопределённости все стороны данных отношений самостоятельно формируют правила для максимальной защиты своих интересов. Заказчики обычно предлагают выполнить тестовое задание, а также нередко требуют оформить самозанятость либо статус индивидуального предпринимателя. Журналисты же должны осуществлять качественную проверку каждого заказчика и (по крайней мере, в начале сотрудничества) приступать к работе только после получения предоплаты.

Однако защита прав индивидов является обязанностью государства. С этой целью следует внести в законодательство сам термин «фрилансер» (в этом смысле успешным представляется опыт Нью-Йорка, который имеет смысл принять за образец), зафиксировать права и обязанности заказчика и внештатного специалиста, а также ввести ответственность для заказчика, требующего оформление исполнителем самозанятости или регистрации в качестве ИП. Конкретно в медиасфере наиболее логичным вариантом в большинстве случаев является заключение гражданско-правового договора (с журналистом как с физическим лицом). Перекладывание на автора экономических рисков и налоговых обязанностей по факту является кабальной сделкой.

Вместе с тем, восприятие самих внештатных журналистов тоже следует менять. Они должны становиться коллегами, а не конкурентами. Нормой должно

быть и профессиональное объединение медиафрилансеров для решения конфликтных ситуаций и защиты прав.

На данный момент, к сожалению, медиафрилансеры чаще всего или добровольно отстраняются от журналистского сообщества, или выпадают из него из-за различных мнений относительно сущности медиадеятельности. Однако журналисты-фрилансеры, как и журналисты в целом, являются частью профессии с повышенной социальной ответственностью и потому должны соблюдать ряд морально-этических принципов. Они должны правдиво и объективно освещать новости и быть верными в первую очередь своим читателям, сохраняя независимость от любых третьих сил. Кроме того, журналистика должна быть сосредоточена на интересных и актуальных новостях, проверять информацию и служить форумом для публичной критики¹⁶¹. Сегодня журналистика входит в число многих социальных институтов, которые испытывают влияние новых технологий. Долгое время журналисты в западном обществе считались «сторожевыми псами демократии». Развитие сетевых коммуникаций не отменяет этой задачи, но, несомненно, требует переосмысления профессиональных практик и норм¹⁶².

Вместе с тем, некоторые исследователи считают журналистику полупрофессиональной деятельностью, которая удовлетворяет некоторым профессиональным критериям, таким как независимость, профессиональная организация и этические принципы, однако для того, чтобы стать журналистом, не требуется официального образования или диплома. Поэтому профессиональная этика используется как стратегия обозначения границ журналистики. Этот вопрос имеет особое значение для понимания профессиональной роли журналистов-фрилансеров, поскольку они предоставлены сами себе и зачастую устанавливают собственные морально-

¹⁶¹ What is Freelance Journalism? URL: <https://www.writersbureau.com/writing/what-is-freelance-journalism.htm> (дата обращения: 25.04.2021)

¹⁶² Brems C., Temmerman M., Graham T., Broersma M. Personal Branding on Twitter // Digital Journalism. 2017. № 5:4. С. 443-459.

этические границы. Так, например, многие из них совмещают журналистскую работу со сферой PR, хотя с точки зрения этики это неприемлемо¹⁶³.

Добавим, что в последние годы журналисты-фрилансеры изо всех сил старались освободиться от клейма любителя, дилетанта и аутсайдера, набирая силу благодаря коммуникации с редакторами СМИ и специалистами отделов новостей и отстаивая принципы журналистики, включая правдивость, объективность и другие классические нормы профессиональной этики. В свою очередь, и редакторы начали менять свои взгляды на фрилансеров, видя в них не столько удалённых временных авторов, сколько образцы журналистских инноваций¹⁶⁴.

Вместе с тем, проблема соблюдения журналистами-фрилансерами морально-этических норм профессии остаётся достаточно острой. Предоставленные сами себе и вынужденные совмещать творческие задачи с предпринимательскими, внештатные авторы зачастую создают собственные кодексы профессиональной этики. Исследователи отмечают, что с распространением фриланса индивидуальная этика заменила профессиональные принципы¹⁶⁵.

Для профессионального самосознания журналистов проблематично снижать качество своей работы или обращаться к сфере PR, что часто считается последним средством. Для многих журналистов-фрилансеров болезненно также выполнять работу для корпораций, вместо того чтобы заниматься настоящей журналистикой¹⁶⁶.

Традиционно журналистская профессия была внутренне регламентирована идеалами, принципами и нормами, которые играют важную роль в принятии повседневных решений. Однако на решения журналистов влияют и бизнес-ограничения, в частности общая коммерциализация медиаиндустрии. Стена между творческой и коммерческой сторонами

¹⁶³ Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists.

¹⁶⁴ Holton A.E. Указ. соч.

¹⁶⁵ Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists.

¹⁶⁶ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

журналистики всё больше разрушается. Все виды журналистики имеют двойственную природу, являясь одновременно товаром и демократическим благом. Однако фрилансеры могут испытывать двойственность между профессиональными идеалами журналистики и коммерческими требованиями на более личном уровне, чем штатные журналисты. Внештатные авторы ведут свой бизнес и несут ответственность за свой собственный доход. Поэтому они должны заниматься и профессиональными аспектами журналистики, и этическими вопросами, и финансовыми задачами¹⁶⁷.

Западные исследователи выделяют два типа фрилансеров: идеалистов и предпринимателей. Предпринимателей в большей степени волнует вопрос поиска новых заказов и увеличения дохода. Они говорят о своих редакторах как о клиентах и чаще используют экономический язык. Идеалистами движет возможность работать с темами, которые они считают важными, даже если это не всегда хорошо оплачивается. Идеалисты подчеркивают, что регулярная занятость предполагает меньшую самостоятельность в принятии решения о том, с какими сюжетами работать. Однако предприниматели и идеалисты не являются взаимоисключающими типами: это просто шкала, на которой некоторые фрилансеры ориентированы в большей степени идеалистически, а другие чаще руководствуются своими предпринимательскими задачами¹⁶⁸.

Вместе с тем, сам процесс передачи внештатным авторам правил, норм и ценностей профессиональной этики сферы медиа зачастую затруднён. Об этом свидетельствует и западный, и российский опыт создания концепции «этического журнализма»¹⁶⁹. Другой связанный с этим момент – факт объединения в деятельности журналиста-фрилансера творческих и предпринимательских задач. Фрилансеры воспринимают себя как предприятие: они ведут переговоры с изданиями и сами ответственны за свой успех и

¹⁶⁷ Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists.

¹⁶⁸ Там же.

¹⁶⁹ Кузьмич С.В. Европейский опыт формирования концепции «этического журнализма» в наши дни: актуальные проблемы и способы их решения // В сборнике: Филология, лингвистика, журналистика: актуальные вопросы и современные аспекты. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 53-56.

неудачу¹⁷⁰. Индивиды, работающие сами по себе и на себя, обязаны заниматься не только творческими задачами, но и совмещать с ними чисто предпринимательские цели по поиску заказов. И в случае неравномерных заработков, когда заказов не хватает, журналист может пойти на уступки, согласившись выполнить задание, которое он счёл бы неприемлемым для себя в иной ситуации из принципов профессиональной этики¹⁷¹.

На данный момент кодексами профессиональной этики журналистов специфика фриланса учитывается в недостаточной степени, и эта тенденция наблюдается во многих странах. Стоит согласиться с О.Ю. Чеботаревым, что кодексы включают основополагающие нормы, однако их воплощение на практике напрямую зависит от уровня развития общества и состояния нравов в нём¹⁷². Медиафриланс в России уже является объективно существующим феноменом, а не совокупностью единичных фактов. Но данная деятельность недостаточно урегулирована и правовыми нормами, и морально-этическими. Ввиду этого, необходимо изучать и обобщать мировой и зарубежный опыт.

С этой целью мы провели анализ одной из самых больших и известных баз кодексов профессиональной этики журналистов, которую формирует Институт журналистики Дональда Рейнольдса: «Accountable Journalism»¹⁷³. В базе собраны кодексы из разных стран и от различных организаций. Большая часть опубликованных на данном портале кодексов была выпущена конкретным средством массовой информации, ассоциацией, профессиональным союзом или другим журналистским объединением, или сектором медиаиндустрии (к примеру, радио или ТВ). Встречались также кодексы, разработанные правительствами государств, международными организациями и инициированные активистами.

¹⁷⁰ Salamon E. E-Lancer Resistance.

¹⁷¹ Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists.

¹⁷² Чеботарев О.Ю. Журналистская этика в цифровой среде: адаптация журналистских кодексов к новым медиа // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 341-349.

¹⁷³ Codes of Ethics // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes> (дата обращения: 10.01.2021)

Сайт содержит более 400 кодексов, однако в разрезе фриланса поиск выдал всего 38 документов, которые с разной степенью конкретики и понимания особенностей внештатной работы описывали профессиональные стандарты, применимые к медиафрилансерам. Так, особенности медиафриланса уже начали постепенно учитывать следующие страны и континенты: Австралия, Азия (Мьянма), Африка (Гана, Зимбабве, Свазиленд, Сенегал, Танзания), Европа (Великобритания, Испания, Молдова, Сербия, Франция), Северная Америка (Канада, США, Ямайка).

Многие кодексы разработаны конкретными средствами массовой информации, однако встречаются и достаточно универсальные документы, которые были приняты некоммерческими организациями (различными ассоциациями прессы, медиасоветами, советами по печати или по стандартам вещания и пр.) или на уровне государства.

Отдельно надо сказать про кодекс Frontline Freelance Register (FFR), что можно перевести как «Передовой фриланс-регистратор»¹⁷⁴. Он представляет особую значимость для нашего исследования, поскольку полностью посвящён именно внештатной журналистике.

Вместе с тем, из 38 обнаруженных документов лишь 15 включают выделенные разделы, посвящённые фрилансерам (помимо, разумеется, вышеупомянутого кодекса FFR, который отражает деятельность именно внештатных авторов). Остальные кодексы только кратко упоминают медиафрилансеров либо считают, что нормы должны равным образом относиться ко всем журналистам, вне зависимости от наличия трудоустройства в штат.

Следует добавить несколько слов и о блогерах, ведь, как уже говорилось, они априори являются медиафрилансерами и по факту уже составляют активную конкуренцию изданиям, вступая в борьбу за внимание аудитории. Надо сказать,

¹⁷⁴ Frontline Freelance Register: Frontline Freelance Register Code of Conduct // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/frontline-freelance-register-code-of-conduct> (дата обращения: 10.01.2021)

что многие кодексы приравнивают блогеров к журналистам и к обеим категориям относят свои морально-этические требования. Таков, к примеру, подход Европейского кодекса журналистской этики¹⁷⁵ и кодекса армянской организации «Журналисты для будущего»¹⁷⁶. Другие считают блогеров непрофессиональными журналистами, однако подчёркивают их значимость в процессе формирования современных конвергентных медиа¹⁷⁷.

Надо отметить и достижения российских исследователей и практиков в данном вопросе. Общественная коллегия по жалобам на прессу, Национальная ассоциация блогеров и сотрудники юридического факультета Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского представили «Этико-правовое пособие для блогеров». Правовая часть напоминает блогерам статьи нормативно-правовых актов, которые необходимо знать всем лицам, осуществляющим системную деятельность в сфере медиа. Этическая часть по своим положениям напоминает классические кодексы журналистской этики, однако интересна тем, что ориентирована на непрофессиональных авторов и достаточно подробно описывает каждую норму с предоставлением конкретных названий (например, фактчекинговых организаций) и ссылок. Учтены и особенности цифровой эпохи: так, пункт о необходимости ссылаться на источники добавляет, что предпочтительна гиперссылка, если есть техническая возможность¹⁷⁸.

Ещё один проект, на который стоит обратить внимание, инициировала Ассоциация онлайн-новостей. Идея появилась в 2013 году на конференции, которая ежегодно проводится в Атланте: представители журналистского

¹⁷⁵ European Code of Journalism Ethics: International Mechanisms for Promoting Freedom of Expression // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/international-mechanisms-for-promoting-freedom-of-expression> (дата обращения: 10.01.2021)

¹⁷⁶ Journalists for the Future (LDC): Online Journalist's Code Of Conduct // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/online-journalists-code-conduct> (дата обращения: 10.01.2021)

¹⁷⁷ Press Council and Commission of Sri Lanka: Colombo Declaration on Media Freedom and Social Responsibility // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/code-of-ethics-sri-lanka1> (дата обращения: 10.01.2021)

¹⁷⁸ Этико-правовое пособие для блогеров // Официальный сайт Общественной коллегии по жалобам на прессу. URL: <https://bloggers.presscouncil.ru/index.php/2-uncategorised/7-etiko-pravovoe-posobie-dlya-bloggerov> (дата обращения: 26.02.2023)

сообщества на открытом семинаре высказали пожелание создать кодекс профессиональной этики, адекватный современному цифровому миру. Для воплощения этого замысла организаторы проекта привлекли порядка двух десятков теоретиков и практиков медиасферы. Создатели проекта в качестве основы предлагают признать, что профессия журналиста претерпела серьёзные трансформации. Она включает в себя всё большее число различных специалистов, технологий и философий. Понятие «журналист» становится размытым, пора поставить вопрос о самоидентификации. Авторы признают наличие и актуальность нескольких фундаментальных принципов профессии, принять которые необходимо каждому, кто относит себя к сфере медиа, однако в остальном журналистике требуется достаточно гибкий подход, поэтому каждому желающему система предлагает сформировать свой собственный кодекс из имеющихся «кирпичиков»¹⁷⁹. О гибридизации журналистской профессии в нашу цифровую эру, кризисе системы принципов, которые были выработаны ранее и больше не являются универсальными, о новой интерпретации ценностей писал и Б.Н. Лозовский¹⁸⁰.

Проведя анализ найденных кодексов профессиональной этики, чьи положения можно отнести к медиафрилансерам, мы составили перечень следующих базовых норм:

- защищать свободу слова, соблюдать право социума на получение всесторонней и достоверной информации;
- предлагать аудитории мнения разных сторон, в том числе конфликтующих, а критикуя кого-либо, давать ему возможность высказаться;
- отделять факты от мнений;

¹⁷⁹ Kent T. A customized ethics code for every organization // ONAethics. URL: <https://ethics.journalists.org/about/> (дата обращения: 05.01.2021)

¹⁸⁰ Лозовский Б.Н. Журналистика: гибридизация принципов в эпоху цифровизации // В книге: Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций. Булатова Э.В., Выровцева Е.В., Глебович Т.А., Градюшко А.А., Даутова Р.В., Зиновьев И.В., Иванова Л.Д., Лозовский Б.Н., Мясникова М.А., Олешко В.Ф., Олешко Е.В., Симакова С.И., Сумская А.С., Щербакова Г.И. Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2020. С. 49-62.

- проверять полученную информацию и указывать её источник (их должно быть несколько), проверять его надёжность, а в случае неподтверждённых фактов честно это указывать;
- плагиат, а также манипулирование изображениями или цитатами недопустимы;
- в процессе поиска информации не лгать о своих целях, разве что обратное необходимо для объективного освещения социально значимой истории;
- не допускать влияния на свою работу личных предрассудков, касающихся национальности, гендерной принадлежности, вероисповедания, наличия инвалидности и иных факторов;
- проявлять уважение к каждому индивиду, не допускать навешивания ярлыков, клеветы и оскорблений;
- стараться дистанцироваться от личного субъективного мнения и избегать методов искусственного подстрекательства читателей/зрителей к комментированию публикации;
- заботиться о своих источниках: выполнять просьбу героя о конфиденциальности, не допускать публикации информации, которая поможет идентифицировать индивида, желающего остаться анонимным;
- не допускать конфликта интересов, а если подобное произошло – сообщать редактору;
- стараться не делать акцентов на деталях жестокости и насилия, если только журналист не уверен, что это необходимо в общественных интересах;
- в случае ошибок исправлять их явно, оперативно и в полном объёме;
- при публикации финансовой информации не получать от этого личной выгоды и не предоставлять эти данные иным лицам;
- при публикации промежуточных итогов исследований не показывать их как окончательные;

– не допускать, чтобы подарки или угрозы оказывали влияние на работу (во многих изданиях кодексы этики запрещают как штатным, так и внештатным журналистам принимать подарки, которые могут быть неоднозначно расценены);

– при публикации материалов на тему сексуального насилия не раскрывать личности жертв, если только они сами не требуют огласки;

– при освещении преступлений представлять подозреваемого невиновным, пока иное не докажет суд, и стараться не упоминать его родных;

– проявлять нетерпимость к издевательствам или сексуальным домогательствам по отношению к коллегам-журналистам;

– проявлять уважение к частной жизни и личной неприкосновенности, если только нет действительно серьёзных оснований для публичной ответственности;

– выполнять обещания, которые даны аудитории, источникам информации и обществу.

Блогеры, как владельцы собственных площадок, имеют дополнительные границы ответственности:

– помечать рекламу, подходить ответственно к выбору рекламодателя и не позволять ему оказывать влияние на основной контент;

– не допускать кибербуллинга/травли – как в собственных материалах, так и в комментариях;

– работать осторожно с чувствительными темами (блогеры нередко затрагивают именно их).

Таким образом, бо́льшая часть указанных выше норм давно известна традиционным медиа, хотя и добавлены некоторые особенности сетевых изданий. А вот кодексы конкретных СМИ могут выглядеть непривычно. Если кодексы стран и общественных объединений подходят скорее идеалистически, делая акценты на заботе об аудитории, свободе слова и ответственности перед

обществом, то кодексы различных изданий требуют от своих авторов в первую очередь заботиться о данном медиа, его доходах и репутации.

В качестве наиболее явного примера можно привести кодекс этики Los Angeles Times¹⁸¹, который прямо указывает, что главный долг всех его журналистов – перед их изданием, и к фрилансерам это также относится. Порой деятельность журналиста оказывает влияние на репутацию СМИ, его собственников и редакторов. Поэтому, работая над материалом, надо всегда думать о возможных последствиях для СМИ. Также, многие издания в обязательном порядке оформляют письменные соглашения с фрилансерами и запрещают им сотрудничать с конкурентами. Бывает и так, что сложно определить точный список конкурирующих изданий, и в таком случае вопрос решается индивидуально с редактором. Почти все средства массовой информации при этом предпочитают быть основными заказчиками для своих внештатных журналистов, требуя от них любую идею или материал в первую очередь предлагать данному изданию, а уже потом остальным. Разумеется, на практике это невыполнимо для медиафрилансеров, которые априори не имеют долгосрочных обязательств перед одним заказчиком.

В дополнение к перечисленным выше правилам, некоторые кодексы конкретных изданий акцентируют внимание также на других обязанностях медиафрилансеров:

- журналист не вправе сотрудничать с физическими или юридическими лицами, являющимися героями регулярных публикаций;
- авторы, состоящие в штате, в своё рабочее время не могут сотрудничать с другими СМИ как фрилансеры;
- если журналист планирует написать книгу или даже создать личный блог или аккаунт в социальной сети, он должен обсудить это с редактором,

¹⁸¹ United States of America: Ethics Guidelines // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/los-angeles-times-ethics-guidelines> (дата обращения: 10.01.2021)

поскольку аудитория может неосознанно связать эту деятельность с изданием, и личные публикации журналиста не должны противоречить позиции СМИ;

– в качестве подписи необходимо использовать настоящее имя или постоянный псевдоним, за исключением случаев, когда журналист затрагивает необходимую, но острую тему и хочет избежать огласки своего участия в этой истории.

Кодексы некоторых изданий включали и другие особенности – отметим их в качестве дополнения:

– сфера развлечений Южной Калифорнии требует более осторожного подхода, и все предлагаемые идеи необходимо обсуждать с редактором (Los Angeles Times);

– внештатные журналисты вправе представиться от имени СМИ, только выполняя конкретно его задание, и обязаны прямо указать на свой статус фрилансера (Sydney Morning Herald¹⁸², The Philadelphia Inquirer¹⁸³).

Вышеперечисленные нормы сгруппированы нами. Их полный перечень, именно в таком варианте, не использует ни один кодекс профессиональной этики. Вместе с тем, они демонстрируют общую тенденцию в современной медиасреде, и журналисту-фрилансеру следует учитывать их в своей деятельности, чтобы избежать негативных последствий и для себя лично, и для репутации издания. Нелишним было бы создать кодекс этики медиафрилансера с отражением вышеуказанных норм. При этом стоит взять за образец опыт российской Общественной коллегии по жалобам на прессу в плане доступности изложения для непрофессиональных авторов и акцента на особенностях цифровой среды. В понятие «фрилансер», как уже говорилось ранее, включено

¹⁸² Sydney Morning Herald Code of Ethics // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/Australia-Sydney-Morning-Herald> (дата обращения: 10.01.2021)

¹⁸³ The Philadelphia Inquirer: The Philadelphia Inquirer Code of Conflicts of Interest // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/usa-the-philadelphia-inquirer-code-of-conflicts-of-interest> (дата обращения: 10.01.2021)

слово «свободный», но, как верно отмечали исследователи, «статуя Свободы <...> должна быть дополнена статуей Ответственности»¹⁸⁴.

Таким образом, можно подытожить, что общество, сделав шаг в цифровую эпоху, пока не успело внести коррективы ни в законодательные, ни в этические положения. Некоторые организации и государства развиваются в этом направлении быстрее остальных, но большинству ещё только предстоит привести стандарты журналистики к новым реалиям. Учитывая высокую социальную ответственность и значимость журналистской профессии, важно сделать это в ближайшее время.

В целом необходимо добавить, что практика медиафриланса, несмотря на существование в Советском Союзе внештатных журналистов, изучена пока в недостаточной степени. В СССР был другой формат сотрудничества, который не относится к фрилансу в полной мере, поскольку такие авторы, пусть не в сфере медиа, но были трудоустроены в штат.

Западный опыт медиафриланса в этом смысле может быть успешным примером. Зарубежные страны не только отражают особенности деятельности внештатных журналистов в законодательстве и кодексах этики – профессиональные союзы и ассоциации занимаются объединением фрилансеров, помогая им отстаивать свои интересы и бороться с недобросовестными изданиями¹⁸⁵. Европейские исследователи приводят примеры того, как внештатные журналисты успешно борются за свои права и коллективно противостоят редакциям СМИ, когда те пытаются вносить в условия контракта невыгодные пункты¹⁸⁶. Необходимо признать, что отечественные внештатные журналисты чаще всего разобщены, находятся вне профессионального сообщества и вынуждены самостоятельно решать возникающие проблемы.

¹⁸⁴ Усольцева В.Е., Фотиева И.В. Проблемы соблюдения профессиональных стандартов в журналистской профессии: правовой и этический аспекты // Медиаисследования. 2019. № 6. С. 381-386. – С. 386.

¹⁸⁵ Norbäck M., Styhre A. Указ. соч.

¹⁸⁶ Salamon E. E-Lancer Resistance.

В заключение добавим, что младшее, цифровое поколение относится к фрилансу позитивно и лояльно, что (с естественным движением поколений) неизбежно повлечёт рост числа внештатных специалистов. В свою очередь, это должно привести к законодательному и морально-этическому урегулированию данной сферы. В настоящий момент мы, вероятно, наблюдаем последний этап некоторой анархии в сфере внештатной журналистики.

2.2. Практические аспекты деятельности медиафрилансеров

Отсутствие нормативного регулирования является, вместе с тем, не единственной проблемой современных медиафрилансеров. В своей практической деятельности они сталкиваются с целым рядом вызовов. Первыми и главными из них являются экономические: с одной стороны, это постоянный вопрос, где найти новый заказ, с другой – растущая конкуренция на рынке медиафриланса.

Многие исследователи фриланс-журналистики, особенно западные, отмечают в первую очередь негативные стороны фриланса, сосредотачиваясь на таком его качестве, как нестабильность. Отмечают и низкие заработки, в сравнении со штатными коллегами, говоря о том, что сдельная оплата предполагает наличие только одного способа увеличить доход – производить больше продукта (работая или быстрее, или дольше)¹⁸⁷.

Фриланс-журналистика действительно означает некоторую нестабильность из-за прерывистого характера работы и отсутствия социальной защиты. Большинство журналистов-фрилансеров (за исключением нескольких «звёзд») работают на рынках с жёсткой конкуренцией и дефицитом рабочих мест. Эта конкуренция в сочетании с экономическим кризисом в медиаиндустрии привела к снижению ставок фрилансеров. Западные исследователи указывают, что фриланс-журналистика, как правило,

¹⁸⁷ Hayes K., Silke H. Указ. соч.

низкооплачиваема, поскольку фрилансеры не могут выставить счета за полное время, необходимое для подготовки статьи. Они часто получают низкие доходы, имеют ограниченный доступ к социальной защите, сталкиваются с большим стрессом и проблемами эмоционального выгорания и часто вынуждены брать вторую работу, чтобы свести концы с концами¹⁸⁸.

Обосновывая факт нестабильности образа жизни журналиста-фрилансера, исследователи приводят четыре измерения нестабильности: заработная плата, стабильность занятости, возможность трудоустройства и социальное обеспечение. Используя эти четыре измерения, шведские исследователи отмечают, что журналисты-фрилансеры:

- 1) получают меньше минимальной заработной платы;
- 2) имеют более низкую стабильность занятости, чем нанятые в штат журналисты;
- 3) имеют меньший доступ к непрерывному профессиональному обучению, что является важным аспектом, ведущим к трудоустройству;
- 4) имеют меньший доступ к социальной защите (пенсиям, медицинским пособиям, пособиям по безработице и страхованию) по сравнению со штатными журналистами¹⁸⁹.

Канадские исследователи также отмечают, что, с одной стороны, фриланс даёт свободу творчества и удовлетворённость работой: он может предложить работникам уйти от трудовых отношений, для которых характерен жёсткий контроль. С другой стороны, у фрилансеров, как правило, нестабильный и низкий доход, и они не имеют никаких льгот¹⁹⁰.

Кроме того, внештатные авторы получают оплату за конкретный произведённый продукт, а не за процесс. В итоге огромная подготовительная работа зачастую остается «за кадром» и не оплачивается. Также, фрилансерам приходится вкладывать много времени в поиск новых заказов, питчинг (продажу

¹⁸⁸ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

¹⁸⁹ Там же.

¹⁹⁰ Salamon E. E-Lancer Resistance.

идей для будущих публикаций потенциальным клиентам) и переговоры с редакторами. А как только работа выполнена, необходимо контролировать вопрос оплаты счетов. Все перечисленное отнимает много времени, но не оплачивается¹⁹¹. В качестве борьбы с нестабильным образом жизни опытные журналисты-фрилансеры предпочитают сотрудничать с несколькими изданиями, не полагаясь на одного клиента. Однако при этом многие отмечают зависимость от супругов, работающих в штате¹⁹².

Вместе с тем, место фриланса в российской и общемировой экономических системах становится всё более значительным. Коронавирусная пандемия значительно ускорила этот процесс. Хотя и до появления COVID-19 кризис в сфере медиа отмечали многие исследователи. Традиционные средства массовой информации испытали падение уровня дохода вдвое из-за уменьшения потоков рекламы. Как результат, начались процессы сокращения. Многие штатные авторы вынуждены были перейти на фриланс и начать борьбу за заказы с опытными фрилансерами и молодыми выпускниками факультетов журналистики¹⁹³. И российские, и зарубежные учёные делают акцент на продолжающемся процессе «прекаризации» медиасферы, отмечая, что работа журналиста превращается во всё более нестабильную, неопределённую и ненадёжную¹⁹⁴. Исследователи подчёркивают, что постоянными проблемами становится низкий уровень дохода, безработица, повышенная ответственность исполнителей¹⁹⁵, отсутствие социальной защиты, отпусков и больничных¹⁹⁶.

Активный исследователь медиафриланса Е. Salamon определил три основных маркера нестабильности сферы журналистики:

¹⁹¹ Norbäck M., Styhre A. Указ. соч.

¹⁹² Там же.

¹⁹³ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work; Norbäck M., Styhre A. On the Precarity-Spectrum: Exploring Different Levels of Precariousness in Market-Mediated Professional Work // *Management Revue*. 2021. № 32 (3). С. 266-295.

¹⁹⁴ Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden; Макеенко М.И., Вырковский А.В. Основные характеристики трудовой биографии молодых выпускников факультетов журналистики в Москве в 2010-е годы // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2021. № 2. С. 49-92.

¹⁹⁵ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

¹⁹⁶ Квасова Ю.Р. Указ. соч.

1. Количество вакансий на рынке труда уменьшается.
2. Объём «нетипичной работы» (непостоянной или с частичной занятостью), напротив, увеличивается. Одним из таких вариантов нестандартных трудовых отношений считается и фриланс.
3. Доходы снижаются¹⁹⁷.

Зарубежные учёные нередко подчёркивают, что внештатные журналисты меньше зарабатывают, их доступ к социальным благам затруднён, эмоциональное выгорание и стресс становятся регулярным опытом медиафрилансеров, и они зачастую вынуждены брать заказы в смежных сферах, чтобы оплачивать счета¹⁹⁸. Некоторые исследователи даже используют такие высказывания в отношении жизни фрилансера, как «на задворках журналистики»¹⁹⁹ и «штраф за неопределённость»²⁰⁰. Имеется в виду, что для фрилансера нет минимальной границы по оплате – он может работать больше, чем его штатные коллеги, и при этом получать меньше денег.

Хотя имеющиеся исследования демонстрируют высокий уровень удовлетворённости фрилансеров, но этот образ жизни нередко связан с незащищённостью в финансовом плане и базируется на противоречии между свободой и нестабильностью²⁰¹. Многие внештатные специалисты имеют высокую степень свободы в плане выбора заказов и определения процесса работы, однако при этом вынуждены решать экономические проблемы, прежде всего связанные с нестабильностью финансовых потоков²⁰². Медиафрилансеры далеко не всегда мало зарабатывают – доходы многих из них выше рыночных. Однако экономическая неустойчивость проявляется в постоянной неуверенности в наличии будущих заказов. Вместе с тем, внештатные

¹⁹⁷ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

¹⁹⁸ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work; Josephi B., O'Donnell P. Указ. соч.

¹⁹⁹ Örnebring H., Möller C. Указ. соч.

²⁰⁰ Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists.

²⁰¹ Marín-Sanchiz C.-R., Carvajal M., González-Esteban J.-L. Survival Strategies in Freelance Journalism: An Empowering Toolkit to Improve Professionals' Working Conditions // Journalism Practice. 2021. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1929414> (дата обращения: 01.10.2022)

²⁰² Zhang X., Jenkins J.M. Journalism Idealists: Influences on Freelancers in the Foreign News-gathering Process // Journalism Practice. 2021. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981152> (дата обращения: 01.10.2022)

специалисты получают гибкость: они могут работать одновременно на нескольких заказчиков и регулировать процесс выполнения своей работы самостоятельно²⁰³.

В целях объективности необходимо добавить, что медиасфера традиционно предоставляла достаточно широкие границы свободы журналистам при непосредственном выполнении задания. Особенно в таких областях, как журналистские расследования, документальная журналистика или очерки²⁰⁴. Однако фриланс даёт, конечно, значительно более высокий уровень автономии.

Отмечая уровень заработков, западные исследователи отмечают, что медиафрилансеры за последние десять лет не улучшили своё материальное благосостояние, а некоторые даже снизили доходы²⁰⁵. Понятно, что нормы гонораров на Западе существенно превышают российские – и это касается как штатных журналистов, так и фрилансеров. Как верно отмечают зарубежные учёные, вне зависимости от кризиса в медиасфере, западные журналисты, разумеется, живут лучше, чем, к примеру, фермеры в Руанде. Но даже с учётом того, что большинство журналистов на Западе живёт в достатке, нельзя игнорировать факт нестабильности их доходов, напряжённости и стресса²⁰⁶. Необходимо учитывать и фактор расходов: Интернет зачастую уравнивает доходы специалистов из разных стран. Внештатный журналист, зарабатывающий, к примеру, тысяч сто рублей в месяц (что россиянину, проживающему не в столичном городе, будет представляться очень высоким доходом), в США, Канаде или европейской стране будет едва справляться с тем, чтобы вовремя оплачивать свои счета, не погружаясь в долги. Возможно, что именно из-за значительно меньших расходов отечественные внештатные журналисты чаще высказывают удовлетворённость уровнем своего дохода²⁰⁷.

²⁰³ Rosenkranz T. Указ. соч.

²⁰⁴ Hayes K. Указ. соч.

²⁰⁵ Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden.

²⁰⁶ Örnebring H., Möller C. Указ. соч.

²⁰⁷ Дяченко А.А., Сорокина А.С. Указ. соч.

Вместе с тем, помимо нестабильности в заработках, фрилансеры также приобретают и предпринимательские риски²⁰⁸. Возникают дополнительные проблемы в процессе поиска адекватных стратегий ввиду того, что доходы внештатных специалистов зависят от их умения в постоянном режиме находить очередной заказ²⁰⁹.

Западные исследователи нередко акцентируют внимание на важности процесса формирования коммуникации с редакторами изданий, наличия личных связей, а также ведении аккаунтов в соцсетях в целях самопрезентации и поиска и поддержания контактов²¹⁰. Хотя российские авторы отмечают, что создание собственного бренда не слишком популярная методика среди отечественных фрилансеров²¹¹, а вот личные связи важны²¹². В западных странах набирает популярность и такой метод получения дохода внештатными специалистами как краудфандинг – альтернативный способ получить финансирование для нового проекта и вести деятельность вне штата традиционного средства массовой информации. Кроме естественного желания создать контент, такие кампании нередко представляются как возможность сформировать некое «сообщество» либо «движение»²¹³.

Следует добавить, что особенно актуальной в сфере фриланса становится и установка «время – деньги», ведь внештатные авторы чаще всего получают вознаграждение за каждый опубликованный материал, а процесс его создания не оплачивается. В результате журналисты вынуждены постоянно ускоряться, минимизируя затраты времени, которые не подлежат оплате²¹⁴. И данный аспект медиафриланса, находящийся на стыке экономики и психологии, логически

²⁰⁸ Himma-Kadakas M., Möttus M. Указ. соч.

²⁰⁹ Nagar N., Wachs J., Horvát E.-Á. Writer movements between news outlets reflect political polarization in media // *New Media and Society*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/14614448211027173> (дата обращения: 01.10.2022)

²¹⁰ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work; Gollmitzer M. Указ. соч.; Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism; Canter L., Wilkinson E. Указ. соч.; Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists.

²¹¹ Капустина А.А. Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки.

²¹² Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования.

²¹³ Hunter A., Di Bartolomeo J. “We’re a movement”: crowdfunding, journalism, and feminism // *Feminist Media Studies*. 2019. № 19 (2). С. 273-287.

²¹⁴ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

подводит нас к следующему важному моменту. Многие учёные, особенно западные, подчёркивают растущую ненадёжность медиасферы. Традиционная карьера в журналистике сменяется краткими разовыми соглашениями, а стресс и эмоциональное выгорание становятся стандартным явлением²¹⁵.

Медиафриланс в современном мире превратился в популярную альтернативу заработка в журналистике. Редакции нередко начинают сотрудничество с внештатными авторами с целью уменьшить расходы. Имеющиеся исследования чаще демонстрируют высокий уровень удовлетворенности медиафрилансеров, однако им действительно бывает сложно соблюсти баланс между полученной автономией и экономической нестабильностью²¹⁶.

Думается, что и в данном вопросе, как и в целом при отнесении фрилансеров к классу прекариата, главным вопросом остаётся добровольность выбора индивидом своего пути и способа заработка. Многие исследователи отмечали, что фрилансеры представляют собой весьма неоднородную группу: некоторые выбрали этот способ заработка сами и говорят о высоком уровне удовлетворённости и ценной для них автономии, в то время как другие были вынуждены заниматься фрилансом из-за отсутствия вариантов²¹⁷.

В случае добровольного выбора специалистом образа жизни фрилансера (к примеру, в целях получения большей свободы творчества, в том числе контроля над непосредственным процессом выполнения заданий) уровень удовлетворённости, как правило, выше. Однако в ситуации «вынужденного фриланса» (если специалист был уволен, или не может иначе заработать в декрете, или в его регионе нет подходящих вакансий), такой журналист не проявляет позитива в отношении данного способа заработка. Часто фрилансеры данной категории испытывают нехватку социальной защиты (больничных, отпусков), страдают от непредсказуемых скачков в доходах и нагрузке,

²¹⁵ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

²¹⁶ Marín-Sanchiz C.-R., Carvajal M., González-Esteban J.-L. Указ. соч.

²¹⁷ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

одинокости и социальной отчуждённости, отсутствия коммуникации с коллегами по цеху, что влечёт невозможность проконсультироваться у опытных специалистов в рамках повседневной деятельности. Такое явление учёные называют «фрилансом поневоле» и «принудительным предпринимательством»²¹⁸.

Таким образом, с психологической точки зрения, деятельность внештатного специалиста включает целый ряд и положительных, и отрицательных моментов. В числе последних – отсутствие надёжности и стабильности. Некоторые исследователи говорят также про сложности в расчётах и низкие доходы. Но главное – фрилансер вынужден создавать заново то, что при работе в штате давно проверено и определено как готовый алгоритм. Вместе с тем, освоив все сложные проблемы и найдя решения, специалист находит собственный вариант стабильности и получает психологический комфорт²¹⁹. Добавляют стресса и неоднозначные дилеммы морально-этического плана, когда журналист, будучи не в состоянии обеспечить себя достаточным количеством заказов, соглашается на ранее неприемлемое для себя задание²²⁰. К профессиональному выгоранию, стрессам и депрессии могут привести и другие факторы: задания, как правило, имеют ограниченные дедлайны, иногда они накладываются друг на друга, появляются риски сотрудничества с недобросовестными заказчиками и шансы не получить оплату, нет общения с коллегами и возможности получить профессиональный совет, при работе на дому имеются также и отвлекающие факторы личного характера. Вместе с тем, фрилансеры обладают трудовой гибкостью, что способствует самоактуализации и даёт возможность находить задания по душе²²¹. Данный фактор особенно ценен для специалистов креативных профессий, к числу которых относятся и журналисты.

²¹⁸ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

²¹⁹ Варакина Г.В. Фриланс как форма занятости и образ жизни: социально-психологические аспекты (ред. Р.Е. Маркин, А.В. Проноза). Качество жизни в фокусе междисциплинарных исследований. Материалы национальной научно-практической конференции с международным участием. Москва, 2019. С. 28-32.

²²⁰ Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists.

²²¹ Тес Б.Р. Удаленная работа: психология трудовых отношений // Синергия Наук. 2019. № 37. С. 118-122.

Таким образом, бонусов в сфере медиафриланса, которые позитивно воздействуют на состояние психики, также достаточно много. В частности, исследователи отмечают такие преимущества работы онлайн на себя, как анонимность, регулярное саморазвитие, более тесная коммуникация с аудиторией, безграничные возможности в деятельности в плане географии заказчиков, более низкий уровень затрат, меньше опасений из-за неудач и меньше ответственности. Но главное – индивид ощущает вкус независимости и свободы, растёт его самооценка²²².

Вместе с тем, парадоксально, но фрилансеры, которых штатные сотрудники зачастую считают чуть ли не бездельниками, обычно работают больше своих штатных коллег. Респонденты западных исследователей отмечали, в частности, «необходимость казаться любезным»: неспособность отказаться от задания из-за опасения, что клиент обратится к другому автору. В итоге многие фрилансеры работают чуть ли не круглосуточно, даже когда они больны, или при уходе за новорожденным ребенком, чтобы выполнить работу и удержать клиента²²³.

Исследователи из Саратовского государственного университета организовали опрос в Интернете, по итогам которого пришли к выводу, что большая часть внештатных специалистов трудится больше обычной пятидневной рабочей недели. Почти треть работает по 6 дней и столько же – без выходных. При этом лишь треть респондентов оформляет контракт, а больше половины договариваются путём обмена письмами. Это формирует повышенные риски неоплаты. Но, несмотря на проблемы, в плане психологического состояния фрилансеров выводы достаточно позитивны: исследователи отмечают, что большинство таких специалистов обладают стрессоустойчивостью и весьма редко отмечают за собой эмоциональное опустошение и усталость. Лишь каждый десятый (11%) не удовлетворён своим

²²² Позняков В.П., Швайбович Л.В. Виртуальное предпринимательство как объект психологического исследования // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 5. С. 282-288. – С. 286.

²²³ Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden.

образом жизни. Остальные отмечали положительные эмоции и гармонию между личным и рабочим²²⁴.

Однако исследователи добавляют, что такой специалист нередко чувствует дистанцию между собой и коллективом СМИ. Но личные встречи имеют важное значение в коммуникации с коллегами, в том числе в целях создания и поддержания корпоративной культуры²²⁵. Некоторые авторы, опять же, подчёркивают увеличивающуюся прекаризацию медиаотрасли, отмечая, что внештатные авторы лишены правовой, социальной, моральной и психологической поддержки и защиты²²⁶.

В западных странах профессиональные союзы для фрилансеров и соответствующие паблики в социальных сетях предоставляют возможность внештатным журналистам получить не только юридическую защиту, но и профессиональную помощь, совет опытных коллег и психологическую поддержку²²⁷. Западные пишущие медиафрилансеры часто стараются работать в паре с фотографом, что позволяет им не только создавать отличные материалы с уникальными качественными фотографиями, но и показать заказчику, что они команда. Нередко внештатные журналисты передают коллегам заказы в случае большой загруженности (поскольку нагрузка фрилансера неравномерна) и видят в них именно коллег, а не конкурентов, зная, что те вернут услугу в аналогичной ситуации²²⁸.

Как отмечает М. Norbäck, отказ от первого импульса воспринимать других медиафрилансеров как конкурентов и вместо этого концептуализировать их как коллег – это возможность коллективных действий, как например, бойкотирование несправедливо навязываемых контрактов от изданий. Это

²²⁴ Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования. – С. 126-127.

²²⁵ Квасова Ю.Р. Указ. соч.; Лымарева О.А., Козловская А.А., Жукова Н.Е. Роль корпоративной культуры в системе управления дистанционными сотрудниками // Экономика устойчивого развития. 2020. № 1 (41). С. 114-116.

²²⁶ Черепанова Т.В. Журналистская профессиональная идентичность в условиях прекаризации медиаотрасли; Виноградова К.Е. Указ. соч.

²²⁷ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism.

²²⁸ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

может стать важной отправной точкой и для дальнейших актов сопротивления, как индивидуальных, так и коллективных²²⁹.

В России, ввиду недостаточной распространённости объединений медиафрилансеров, большинство из них работает в одиночестве и решает любые вопросы и проблемы самостоятельно.

Как подчёркивают исследователи, итогом экономической нестабильности и социальной незащищённости становится постоянная неуверенность в наличии будущих доходов, спешка при выполнении очередного заказа и отсутствие возможности строить планы на долгосрочную перспективу²³⁰. Нередко внештатные журналисты не могут провести строгую границу между личным и рабочим пространством и временем и в итоге даже не в состоянии сказать, какое количество часов в неделю они заняты работой²³¹. Смешение трудовой деятельности и отдыха – частая проблема в среде медиафрилансеров²³².

Зарубежные исследователи подчёркивают необходимость разделять личное и рабочее пространство (формируя привычку работать вне дома – к примеру, в кафе), а также пользу соблюдения графика и тайм-менеджмента²³³. M. Norbäck и A. Styhre, постоянно исследующие вопросы внештатной журналистики, делают парадоксальный вывод: удовлетворённые своим выбором и доходами фрилансеры чаще имеют меньший уровень автономии в традиционном смысле фриланса. Успешные внештатные специалисты нередко являются частью коллективов фрилансеров, совместно с коллегами снимая офис и объединяясь для обмена заказами и защиты прав. А вот классические фрилансеры, обладающие полной автономией, говорят о низком уровне дохода, дистанцировании и одиночестве²³⁴.

Однако российские внештатные специалисты, как свидетельствуют исследования, предпочитают выполнять работу из дома. При этом менее

²²⁹ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

²³⁰ Там же.

²³¹ Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden.

²³² Hayes K. Указ. соч.

²³³ Canter L., Wilkinson E. Указ. соч.

²³⁴ Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists.

половины перемещаются в целях разделения пространства в библиотеку, кафе или офис²³⁵.

Внештатные журналисты – специалисты не только креативной индустрии. В некотором роде они являются также предпринимателями. Их успех становится следствием не только профессионализма в сфере медиа, но, по большей части, зависит от их способностей как экономистов: обеспечить себе поток заказов и сформировать личный бренд. В рамках контроля за собственной эффективностью как предпринимателей журналисты-фрилансеры стараются сознательно контролировать свои эмоциональные состояния: например, страх не найти достаточное количество заказов или не суметь оплатить минимально необходимые для выживания расходы. В целях борьбы с негативными эмоциями и особенно с постоянной неуверенностью в будущем некоторые внештатные специалисты стараются подбодрить себя позитивными заметками, ставят себе цели по заработку на неделю или месяц, отслеживают новости по темам, которые не связаны с их работой²³⁶.

Добавим и личный опыт 10-летнего включенного наблюдения автора настоящей диссертации. Можно отметить, что удовлетворённость данным образом жизни или недовольство им напрямую зависит от предпринимательских способностей фрилансера, его способности найти заказы. В свою очередь, на это оказывает влияние характер и система ценностей. Российские исследователи В.Б. Орлов и Е.И. Бураншина делают интересный вывод: они определили, что меланхолики и холерики в большинстве своём более позитивно оценивают фриланс и в целом легче работают дистанционно, поскольку их темперамент предполагает тенденцию к дистанцированию от общества²³⁷. Добавим, что отнесение холериков к числу тех, кто предрасположен к фрилансу, представляется спорным. Если проанализировать один из классических тестов на темперамент – опросник Айзенка – то он включает две основные шкалы:

²³⁵ Дяченко А.А., Сорокина А.С. Указ. соч.

²³⁶ Gollmitzer M. Указ. соч.

²³⁷ Приводится по: Тес Б.Р. Указ. соч.

интроверсия/экстраверсия и нейротизм (плюс шкала искренности ответов). Две шкалы, расчерченные по вертикали и горизонтали, формируют четыре темперамента: сангвиники (уравновешенные экстраверты), холерики (неуравновешенные экстраверты), меланхолики (неуравновешенные интроверты) и флегматики (уравновешенные интроверты)²³⁸. Руководствуясь как личной практикой, так и результатами настоящего исследования, рискнём предположить, что экстравертам (сангвиникам и холерикам) как раз сложнее всего работать на фрилансе с точки зрения психологического комфорта. Это люди, которые, будучи фрилансерами, чаще других отмечают нехватку коммуникации. А вот меланхолики действительно могут быть склонными к дистанционной работе: в результате интроверсии они стремятся к уединению, а из-за неуравновешенности чаще других страдают от малейшего дискомфорта офисной жизни.

Если подытожить вопрос о психологических особенностях внештатной работы, то в целом российские исследователи чаще подчёркивают позитивное отношение фрилансеров к своему выбору, нежели западные²³⁹. Повторим, что, вероятно, это является следствием разницы в расходах, поскольку уровень доходов, полученных при работе онлайн, нередко уравнивается. Поэтому уровень экономического успеха фрилансера из европейской столицы, из Москвы или маленькой российской деревни будет разным.

Ещё один значимый аспект медиафриланса касается непосредственно творческой части работы. Новые медиа внесли существенные трансформации в журналистскую профессию. Её границы всё больше размываются, включая в себя самых разных специалистов, зачастую далёких от традиционной журналистики. Появляется проблема самоидентификации. Насколько современные цифровые медиафрилансеры сами себя считают журналистами? Как отмечают исследователи, намечается тенденция отказа от собственно

²³⁸ Феоктистова И.Д., Князева Е.С. Оценка темперамента личности студентов с использованием опросника МРІ (Айзенк) // Аллея науки. 2020. Т. 1. № 11 (50). С. 232-235.

²³⁹ Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования.

журналистских профессий и принятия различных ролей, во многом появившихся в результате развития Интернета и социальных сетей. К примеру, европейские исследователи в процессе опросов медиафрилансеров привлекали и авторов колонок в газетах и журналах, и пиарщиков, и создателей контента для бизнеса. Что примечательно, встречались респонденты, которые при этом называли себя словом «writer» (что дословно означает «писатель», но в данном случае включает в себя всех пишущих людей, а не только авторов художественной литературы), дистанцируясь от понятия «журналист», но одновременно являясь получателями различных престижных наград в сфере журналистики²⁴⁰.

Сферы медиа, признанные в качестве «настоящей журналистики» и обладающие наиболее уважаемым статусом (например, журналистские расследования или области искусства и культуры), часто хуже всего оплачиваются на фрилансе. Ввиду этого, медиафрилансеры порой вынуждены делать сложный выбор, заниматься ли им престижной работой, дающей профессиональное удовлетворение и самореализацию, или зарабатывать больше денег. В результате многие журналисты, увольняясь из штата, переходят в смежные виды деятельности с более высоким уровнем вознаграждения²⁴¹.

Одним из главных преимуществ фриланса зачастую называется автономия. Индивид получает непривычный ранее контроль собственной жизни и рабочего процесса. Хотя ряд исследователей делают оговорку, что действительность обычно включает в себя некоторые ограничения. Из-за неравномерных заработков и нестабильности доходов фрилансеры порой соглашаются выполнять любую предложенную им работу, и в итоге их независимость находится под угрозой²⁴². Важным навыком каждого фрилансера должна быть способность постоянно создавать новые идеи, чтобы получить очередное задание²⁴³.

²⁴⁰ Josephi B., O'Donnell P. Указ. соч.

²⁴¹ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

²⁴² Crete-Nishihata M., Oliver J., Parsons C., Walker D., Tsui L., Deibert R. The Information Security Cultures of Journalism // Digital Journalism. 2020. № 8 (8). С. 1068-1091.

²⁴³ Canter L., Wilkinson E. Указ. соч.

Однако исследователи отмечают и положительный творческий вклад внештатных журналистов. Редакции часто их используют в роли «заполнителей пробелов», когда штатных ресурсов недостаточно, но фрилансеры могут также оказаться отличными новаторами для развития перспективных идей и привлечения читателей. Таким образом, медиафриланс является не только образом жизни отдельных специалистов и видом заработка, но и способом обновлять журналистику как профессию²⁴⁴.

Общая тенденция в сфере медиафриланса часто заставляет внештатных журналистов генерировать самый разнообразный контент. Для развития своей карьеры и получения заказов в регулярном режиме им приходится писать практически на любую тему: от текстов про диабет до публикаций про распыление бетона. Нередко внештатные авторы становятся универсалами в плане выбора тем и не имеют специализаций, порой делая это осознанно, с целью поиска как можно большего количества оплачиваемых заданий²⁴⁵.

При этом проблема творческой самореализации остаётся значимой для большинства внештатных журналистов. Например, в опросах зарубежных исследователей респонденты отмечали, что готовы получать меньший доход ради работы, которая приносит удовлетворение и является значимой²⁴⁶.

Как отмечают исследователи, потребность в самореализации заложена самой природой в каждой личности. Если обратиться к классической иерархии потребностей А. Маслоу, то самореализация (самоактуализация) находится на вершине пирамиды как высшая потребность личности, желание реализовать свой потенциал²⁴⁷. Вопросы самореализации личности исследовали и другие известные учёные: Э. Фромм, К. Роджерс, А. Адлер, С.Л. Рубинштейн – последний определял самореализацию как потребность выявить и испытать

²⁴⁴ Himma-Kadakas M., Mõttus M. Указ. соч.

²⁴⁵ Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

²⁴⁶ Там же.

²⁴⁷ Чумакова С.П. Культура творческой самореализации личности: содержательный аспект // В сборнике: Философско-педагогические проблемы непрерывного образования. Сборник научных статей. Под ред. М.И. Вишневого, Е.И. Снопковой. 2018. С. 204-208.

собственные силы и возможности²⁴⁸. При этом творческая самореализация не ограничивается тем, что индивид наблюдает результат собственной работы. Творческая самореализация подразумевает несколько уровней:

- внутренний: вопрос самоидентификации, оправдание творчества внутри себя;
- внешний: признание творчества другими;
- бытийный: поддержание способа существования в социуме²⁴⁹.

Вместе с тем, фрилансеры зачастую испытывают давление, заставляющее их работать быстрее, а не качественнее. Хотя, с другой стороны, фриланс может предоставить журналистам время и пространство для производства расследовательской, критической работы, которую часто не удаётся выполнить в отделах новостей. В отличие от обычной поспешной новостной работы, внештатная жизнь предоставляет возможность работать над длинными, продуманными и тщательно изученными историями и документальными фильмами. Для многих журналистов-фрилансеров это является основной причиной, по которой они выбирают путь самозанятости. Такие авторы не согласны с тем, что работают над менее важной журналистикой: напротив, они считают, что кризис СМИ может привести к более поверхностному освещению событий. Фриланс же может дать журналистам больше времени и пространства для критической или исследовательской работы²⁵⁰.

Добавим, что фриланс-журналистика остаётся статусной работой, обеспечивающей социальный капитал и во многом привилегированную и востребованную профессиональную идентичность²⁵¹. Хотя, конечно, социальных проблем в сфере медиафриланса остается ещё немало. Возможно,

²⁴⁸ Базаева Ф.У. Научно-теоретические аспекты творческой самореализации личности // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 10-2 (100). С. 12-15.

²⁴⁹ Костюк А.А. Процесс творческой самореализации в условиях информационного общества // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. 2020. № 1 (35). С. 71-76.

²⁵⁰ Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists.

²⁵¹ Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work.

потому что сами внештатные журналисты, работая чаще всего в одиночестве, несколько отделены от социума.

Говоря о существующих проблемах фриланс-журналистики, отметим, что данная сфера, не являясь принципиально новой (как показал наш исторический экскурс), всё же только сейчас приобретает размах, требующий юридического, этического и социального регулирования. Поэтому неудивительно, что на этапе роста медиафриланса ещё встречаются пробелы.

По мнению социолога Мануэля Кастельса, технологические изменения, вызванные революцией в микроэлектронике и индустрии связи, привели к созданию новой парадигмы, которую он называет «веком информации». Для Кастельса это означало развитие нового типа социальной структуры. Индустриальное общество было преимущественно структурировано вокруг крупномасштабной вертикальной организации производства и иерархических государственных институтов. Новая информационная эпоха и связанное с ней сетевое общество – это общество, социальная структура которого строится вокруг социальных сетей, основой которых, в свою очередь, является информация²⁵².

Когда обсуждаются изменения в журналистской практике, вызванные эпохой Web 2.0, всегда выделяется один значимый момент: СМИ традиционно общались с аудиторией в одностороннем порядке, но теперь им приходится иметь дело с интерактивной и в некоторых случаях даже конкурирующей сетевой аудиторией²⁵³.

Социальные медиа трансформировали традиционные методы работы, связанные с поиском, хранением, проверкой и трансляцией новостей. Благодаря появлению сетевых платформ не только СМИ, но и отдельные журналисты имеют возможность стать популярными общеизвестными именами и создать личный бренд в социальных сетях. Штатные журналисты могут сделать это,

²⁵² Hayes K., Silke H. Указ. соч.

²⁵³ Brems C., Temmerman M., Graham T., Broersma M. Указ. соч.

чтобы поддержать свои СМИ, поскольку сетевые версии изданий сильно зависят от трафика из соцсетей. Журналисты-фрилансеры, с другой стороны, могут извлечь выгоду из социальных медиа-платформ, чтобы стать предпринимателями с собственным брендом и получать больше заказов. В эпоху социальных медиа отдельные журналисты стали более заметными, чем когда-либо. Их виртуальное присутствие в социальных медиа предлагает уникальную информацию об их привычках, мнениях и личной жизни. Раньше журналисты были фамилией и инициалами под статьей, а теперь превращаются в живых людей, с которыми можно пообщаться. Активность в соцсетях повышает стоимость журналиста, но прозрачность имеет и минусы: граница между профессиональным и личным стирается, и репутация журналиста (и издания) может пострадать из-за оговорки или публичных ссор²⁵⁴.

Вместе с тем, исследователи утверждают, что штатные журналисты традиционных СМИ зачастую не очень заинтересованы в общении с аудиторией. Даже журналисты, работающие в отделах новостей и активно использующие социальные сети для новостной работы, по-прежнему неохотно вступают в диалог с аудиторией за пределами своих основных обязанностей²⁵⁵. Это достаточно дискуссионный вопрос, поскольку в сегодняшней тотальной битве за внимание аудитории, лица, не заинтересованные в общении с ней, исчезают с рынка. Однако в СМИ за эту работу чаще отвечают отдельные специалисты (админы социальных сетей и др.). А вот фрилансеры чаще сами вовлекают аудиторию в разговор и видят в ней возможности для распространения своего бренда через публичное общение. Внештатные авторы также обладают преимуществом независимости, что даёт им больше свободы, в то время как штатные журналисты действуют в рамках политики издания²⁵⁶.

Технический прогресс трансформировал работу журналиста, и интерактивность, получение непосредственной и мгновенной обратной связи от

²⁵⁴ Brems C., Temmerman M., Graham T., Broersma M. Указ. соч.

²⁵⁵ Holton A.E. Указ. соч.

²⁵⁶ Там же.

читателей/зрителей и реагирование на неё становятся нормой. Издание, игнорирующее данную тенденцию, не продержится долго на современном медиарынке. Однако это весьма трудозатратно, но именно сотрудничество с авторами-фрилансерами в состоянии охватить эту возможность.

Подытоживая, отметим, что современный медиафрилансер сталкивается с рядом вызовов: он вынужден существовать в условиях правовой неопределённости, устанавливать собственные моральные-этические границы, но главное – совмещать свою основную профессию с работой менеджера, а журналистика довольно далека от экономики, что создаёт для многих внештатных журналистов проблемы. Они сталкиваются и с психологическими препонами, для решения которых имеет смысл обратиться к опыту западных коллег, имеющих более долгий опыт фриланса. В первую очередь, необходимо объединение медиафрилансеров. В России они разрозненны. Объединяясь в профсоюзы, снимая совместно офисы и постоянно коммуницируя, западные внештатные журналисты более сильны в противостоянии редакциям, а отношение друг к другу как к коллегам, а не конкурентам, позволяет создавать более качественный продукт (например, при объединении пишущего автора с фотографом), находить выгодные заказы и обмениваться ими, решая проблему нестабильной нагрузки, более равномерно распределяя её между собой.

Технический прогресс сделал путь фриланса как никогда реальным и значительно более простым, чем когда-либо прежде. Отдельный журналист, работающий сам по себе и на себя, в состоянии создать личный бренд и напрямую выйти к аудитории, что делает его также более привлекательным автором для редакций средств массовой информации. Несмотря на ещё существующие пробелы и проблемы, журналистика остаётся одной из самых популярных профессий для фрилансеров цифровой эпохи.

ГЛАВА 3. МЕДИАФРИЛАНС ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

3.1. Анализ ситуации в сфере современного медиафриланса

В рамках настоящего исследования для анализа ситуации в сфере современного медиафриланса было собрано 200 материалов из открытых источников в Интернете. Это были тексты, в которых внештатные журналисты делились собственным опытом перехода на фриланс, причинами такого выбора, его достоинствами и недостатками. Данные материалы представляли собой записи в блогах и соцсетях, эссе, реже интервью в различных изданиях.

В процессе поиска мы не ставили никаких жёстких критериев отбора, кроме собственно темы (история перехода журналиста на фриланс, его успех или неуспех на этом пути, проблемы, с которыми он столкнулся), собирая все тексты подряд, попадающие под данную категорию. При этом полученную выборку можно (с оговоркой) считать максимально полной, поскольку последние материалы были найдены с большим трудом. Хотя, разумеется, надо оговориться, что онлайн-пространство является бездонным и постоянно пополняемым, поэтому невозможно утверждать, что обнаружены все возможные тексты.

Мы осуществляли поиск с использованием соцсетей (мы проверяли все популярные социальные сети, но результат получили только из ВКонтакте), блоговых платформ Живой Журнал и Яндекс.Дзен, а также с помощью поисковиков (опять же, проверяли все актуальные для российских пользователей, но эффективными оказались лишь Google и Яндекс).

Время проведения поиска – с апреля по июль 2022 года. Мы обнаружили тексты, опубликованные в период с 2006 по 2022 годы, однако бóльшая часть материалов – от 2018 года и позже. Мы также учитывали только тексты последних пяти лет при анализе уровня доходов медиафрилансеров, поскольку

очевидно, что уровень инфляции сделал бы полученные выводы неадекватными современной ситуации.

В качестве преимущества выбранной для анализа методики отметим то, что респонденты находились в естественной для себя среде. Они не испытывали давления со стороны исследователя и не были ограничены какими-либо рамками. Они высказывались по темам, которые считали наиболее значимыми – к примеру, делая акцент на экономических вопросах, правовых коллизиях, творческих особенностях или необходимости выстраивать психологические границы.

В дополнение к материалам из Интернета мы также проанализировали результаты четырёх экспертных опросов, проведённых нами в 2020 году при помощи самозаполнения медиафрилансерами онлайн-анкеты (респонденты были найдены через биржи фриланса). Таким образом, при подведении итогов мы руководствовались выборкой из 204 индивидов.

Однако очевидно, что в результате отсутствия чётких рамок и установок, респонденты не освещали абсолютно все проблемы, интересовавшие нас в процессе данного исследования. В каждом вопросе выборка, в связи с этим, оказалась несколько меньше. Но чаще всего она была достаточной для формирования выводов.

Вместе с тем, некоторые проблемы, которые мы считаем значимыми, не были освещены (либо ответов оказалось недостаточно). Ввиду этого, мы также провели ряд дополнительных опросов в группе соцсети ВКонтакте «Подслушано Копирайтинг»²⁵⁷. Здесь необходимо добавить, что в наше время повсеместной цифровизации профессия журналиста приобретает всё более размытые границы, включая специалистов, зачастую весьма далёких от журналистики в традиционном смысле. Во-первых, даже по российскому законодательству понятие «журналист» имеет достаточно широкие границы: если отталкиваться от формулировки ст. 2 закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой

²⁵⁷ Подслушано Копирайтинг // ВКонтакте. URL: https://vk.com/pod_soru (дата обращения: 01.10.2022)

информации»²⁵⁸, то под журналистом понимается не только автор основного контента, но и другие сотрудники издания: дизайнеры, иллюстраторы, фотографы, редакторы и прочие специалисты. Говоря о специфике Интернет-пространства, в число современных медиафрилансеров стоит включать и стримеров с блогерами, которые уже давно являются достойными конкурентами для СМИ. Кроме того, многие внештатные авторы используют для обозначения своей профессии такие термины, как копирайтер, рерайтер, сторисмейкер, контент-мейкер и пр. А, к примеру, зарубежные медиафрилансеры, как уже упоминалось ранее, различают понятия «писатель» и «журналист»²⁵⁹. Руководствуясь указанными особенностями, мы также взяли за основу весьма широкий перечень медиафрилансеров. Что же касается группы «Подслушано Копирайтинг», то её содержание свидетельствует именно о журналистской деятельности её подписчиков.

Проанализировав имеющиеся материалы, мы выявили ряд особенностей медиафриланса в различных аспектах: экономических, правовых, психологических, творческих и др. Однако начать, на наш взгляд, следует с основополагающих социально-демографических характеристик, представленных нами в статье ВАК (Известия Уральского федерального университета)²⁶⁰.

Итак, первое – гендерная принадлежность, которая была ясна в 202 материалах из 204. Предсказуемым результатом стал существенный перевес в сторону женщин: их оказалось 79,21%. Данному фактору способствует как сама журналистская профессия, традиционно включающая, по крайней мере в России, большее число женщин, нежели мужчин, так и образ жизни фрилансера, на который, как показало наше исследование, многие переходят в период декрета или по причине других семейных обязанностей. Хотя в целях сравнения

²⁵⁸ О средствах массовой информации. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 29.12.2022) // Российская газета. 08.02.1992. №32.

²⁵⁹ Josephi B., O'Donnell P. Указ. соч.

²⁶⁰ Мухина О.С. Социально-демографический портрет медиафрилансера цифровой эпохи // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2023. Т. 29. № 1. С. 99-109.

повторим, что в европейских странах процент женщин в журналистике – 41,4-48%, но при этом уровень безработицы среди них выше, чем у мужчин, и достигает 62%²⁶¹.

Возраст автора мы смогли определить в 138 текстах. Две трети медиафрилансеров – это люди среднего возраста 30-50 лет. Каждый четвёртый – молодой человек, не относящийся к группе студентов (подробнее – в Приложении 1).

Другим значимым фактором является профессия (образование). Данный вопрос поднимали 115 человек. Медиафера в целом, и особенно в форме фриланса, остаётся видом деятельности, для которой наличие диплома по специальности «журналистика» не является принципиальным моментом. Многие СМИ даже отдают предпочтение авторам, которые имеют иные специальности и могут создавать профессиональный глубокий контент в данной теме. В процессе анализа мы обозначили наиболее популярные области, в которых внештатные авторы часто получают образование. В результате оказалось, что четверть респондентов являются журналистами, немногие – филологами и экономистами, но больше половины – имеют другие, самые разные профессии, от юристов до инженеров (Приложение 2). Отметим для сравнения, что в западных странах большинство медиафрилансеров имеют диплом по журналистике, а немногие оставшиеся – большой стаж в сфере медиа²⁶².

В 144 текстах было понятно и место жительства журналиста. Почти половина проживает в крупных городах, но не в Москве или Санкт-Петербурге. Прочие варианты (Москва/Санкт-Петербург, небольшие города, проживание вне России) распределились практически равномерно. Также небольшое число респондентов проживают в посёлках или деревнях (Приложение 3).

²⁶¹ Mayo-Cubero M. Указ. соч.

²⁶² Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work.

Как мы уже упоминали выше, высокие позиции в рейтинге причин перехода на фриланс занимают семейные обязанности. Как показало наше исследование, абсолютное большинство внештатных журналистов – в браке (81,94%) и имеет детей (86,84%). Конечно, необходимо сделать оговорку, что несемейные люди чаще всего просто не упоминают данный пункт. Однако около половины материалов были найдены нами в социальных сетях, где данный факт легко проверить. Так что (с учётом некоторых ограничений) рискнём сделать предположение, что большинство внештатных авторов (даже если не 80%) – это семейные люди.

В числе факторов, способствовавших переходу на фриланс (125 респондентов осветили данный вопрос), первое место занимает свобода. Она важна 38,4% медиафрилансеров – ради «жизни на острове» (Олеся Войтяхова), «выходных в середине недели» (Ксения Биткова), «путешествий и общения с людьми из других стран» (Андрей), свободы от «душного кабинета» (Алиса Ярошевич), «вредных начальников, от строгих рамок трудовых будней, от взрывающего мозг звонка будильника по утрам» (Ирина Климакина).

Добавим, что и другие исследователи отмечали именно свободу в качестве осевой ценности фрилансеров – как возможность самостоятельно выбирать проекты и заказчиков, время и режим работы, регулировать уровень доходов, как отсутствие начальства, корпоративных правил и привязки к конкретному рабочему месту²⁶³.

Вместе с тем, каждый четвёртый сделал данный выбор ради собственного проекта или работы мечты (которая, по разным причинам, часто из-за места проживания, была недоступна в виде традиционной штатной занятости).

Почти такой же процент фрилансеров выбрал данный путь в момент декрета: требовался источник дохода или переключение внимания на что-то

²⁶³ Харченко В.С. Образ жизни российских фрилансеров: социологический анализ // Социологические исследования. 2014. № 4 (360). С. 54-63.

кроме домашних обязанностей. В современной социологии даже введен термин «мамалансеры» для обозначения этой категории фрилансеров²⁶⁴.

Каждый десятый стал фрилансером в результате проблем при работе в штате (плохие отношения с коллегами или руководством, большая нагрузка и пр.). Почти столько же предпочли образ жизни фрилансера ради дохода, увидев в данном варианте финансовые возможности: эти респонденты просто начали зарабатывать на фрилансе больше, чем могли бы получать в штате. Прочие причины являются недостаточно распространёнными и скорее представляют собой индивидуальные особенности жизни конкретных индивидов (подробнее – в Приложении 4). Добавим, что были внештатные журналисты, отметившие несколько факторов, повлиявших на их выбор.

Следующий важный для нас пункт – стаж работы. Причём как в журналистике, так и на фрилансе. Оказалось, что большинство респондентов – опытные специалисты в обоих смыслах (Приложения 5 и 6). Дополнительно мы определяли, что было для индивида первостепенным: фриланс или журналистика. Этот пункт был понятен в 122 текстах. Более половины респондентов сначала поработали штатными журналистами, уже после перейдя на фриланс. Путь и журналиста и фрилансера одновременно выбрали 40,16% респондентов. Немногие оставшиеся в первую очередь предпочли фриланс, а уже затем выбрали специальность, подходящую для этого образа жизни (Приложение 7).

Добавим, что большинство внештатных авторов оценивали свой выбор и его результаты достаточно объективно и отмечали как плюсы, так и минусы. Вместе с тем, 86,99% – абсолютное большинство – не имеют намерений возвращаться на работу в штат: чаще всего из-за обретенной свободы, которую не готовы променять ни за какие выгодные условия. Хотя, объективности ради, отметим, что были и те, кто отметил вариант возвращения в штат как вероятный (в том числе, например, с частичной занятостью), а также те, кто искренне хочет

²⁶⁴ Кожевникова Е.В., Харченко В.С. Указ. соч.

в штат. Мы также включали в анализ тексты бывших медиафрилансеров – тех, кто рассказывал о своём прошлом выборе и его последствиях, однако уже вернулся в штат (конкретные цифры – в Приложении 8).

Необходимо добавить, что в числе респондентов, уверенно заявивших о намерении быть фрилансером, встречались и авторы, временно возвращавшиеся к офисной службе: некоторые называли это «заходом на зарплату», отмечая, что это «инерция», страх перед нестабильностью.

Мы проанализировали также вопрос о параллельных заработках, с совмещением офиса и фриланса. Многие даже опытные профессионалы с наличием личных связей не рискуют становиться фрилансерами из-за страха потерять доход. Распространённой надеждой начинающих внештатных специалистов является возможность найти фриланс-подработку, оставаясь при этом штатным сотрудником. Однако в такой ситуации индивид как минимум полностью лишает себя отдыха, теряя эффективность и в штате, и на фрилансе, и хоть сколько-нибудь длительное время это совмещать весьма сложно. Почти треть наших респондентов пыталась осуществить подобное с разной степенью успешности, однако 70,15% никогда этим не занимались, перейдя на фриланс в один день либо ни разу в жизни не нанимаясь в штат.

Последний момент, на котором хотелось бы остановиться при анализе общих моментов медиафриланса – вопрос об уровне нагрузки. Позиции многих комментаторов внештатной работы зачастую разнятся от описания фрилансеров как бездельников до рекламы данного образа жизни как возможности зимовать на Бали, работая по 2 часа в день под пальмами. Вместе с тем, как показал наш анализ, 55,1% медиафрилансеров работают более 8 часов в сутки (Приложение 9): дописывают «текст в час ночи» (Юля Сапункова), спят «не больше шести часов в день» (Анонимный автор), а рабочая смена других длится «до 16 часов» (Татьяна Демьяненко).

Однако на данном вопросе остановились всего 49 человек, и в целях увеличения выборки ради объективности мы дополнительно организовали опрос

в группе «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/wall-123495637_700019). Результаты были проверены нами 03.08.2022 года: на тот момент число респондентов составило 359 человек. По итогам нагрузка внештатных журналистов оказалась немного более умеренной: треть работает по 4-5 часов в день, четверть – по 6-8 часов. Лишь каждый шестой отметил, что трудится более 8 часов в сутки.

Возможно, что значительный «перекос» в сторону большой нагрузки в текстах медиафрилансеров объясняется тем, что именно работающие много хотели поделиться данными эмоциями. Хотя и другие исследователи отмечали, что внештатные сотрудники трудятся больше тех, кто принят в штат, а треть фрилансеров работает без выходных²⁶⁵.

Вместе с тем, несмотря на философские аспекты свободы и другие преимущества фриланса, он всё же должен приносить доход, в противном случае это уже действительно имеет смысл называть тунеядством (или роскошным хобби), а не фрилансом. Поэтому перейдём к экономическим аспектам внештатной журналистики.

Первый вопрос, на котором следует остановиться – имеет ли место экономический успех. Данный вопрос был понятен в текстах 130 респондентов, и больше 80% оценивают свою деятельность как успешную (Приложение 10).

Однако, оценивая данный момент, следует сделать две оговорки. В первую очередь, это внутренняя оценка специалиста. Одного вполне удовлетворяет доход в 10 тысяч рублей, а второй будет недоволен доходом в 100 тысяч. Часто это восприятие зависит от расходов и возможностей в рамках офисной работы в своём регионе.

Второй момент – сознательное или подсознательное нежелание большинства людей делиться историями собственных неудач. Одна из наших респондентов (Галия Алеева) назвала это «ошибкой выжившего», когда принимаются во внимание лишь позитивные истории. Поэтому неудивительно,

²⁶⁵ Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования.

что большинство найденных нами текстов представляли собой рассказы о своём опыте в положительном ракурсе. Хотя факты неудач также описывались в ряде материалов.

Предоставлять информацию о конкретных заработках по понятным причинам стали далеко не все. Только у 51 автора мы смогли найти более-менее точные цифры. Доходы, надо сказать, распределились почти равномерно (Приложение 11), т.е. полученные данные не имеют ярко выраженного большинства или меньшинства: примерно одинаковое количество медиафрилансеров отмечали и крайне низкие доходы (иногда в 8-10 тысяч рублей в месяц), и весьма высокие по российским меркам (до 200 тысяч), и средние суммы в 30-50 тысяч. Из этого можно сделать вывод, что доходы журналистов на фрилансе слабо предсказуемы.

Но при анализе данного пункта необходимо сделать ещё одну оговорку: заработок внештатного специалиста напрямую зависит от того, как много времени он тратит на выполнение заданий и как успешно умеет их искать. В этом плане было бы логичнее оценивать работу фрилансера в часах, а если говорить о пишущих журналистах, то в знаках, а не в форме заработка за месяц (как принято у штатных сотрудников).

При этом значительная разница в суммах доходов является, на наш взгляд, свидетельством отсутствия гарантий на фрилансе. Это мир без границ – причём как в бóльшую сторону, так и в меньшую. Как указала одна из наших респондентов (Юля Зайчикова), «у вашей зарплаты нет потолка, но и дна тоже нет».

Другой важный аспект фриланса – количество параллельных заказчиков. Многие опытные внештатные специалисты предпочитают одновременно сотрудничать с несколькими заказчиками. Западные исследователи называли это стратегией «не класть все яйца в одну корзину», чтобы не полагаться на один источник дохода²⁶⁶.

²⁶⁶ Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists.

В проанализированных текстах 80% индивидов рассказали о работе с тремя и более заказчиками параллельно. Но, поскольку выборка в данном вопросе составила всего 75 респондентов, мы также обратились к группе «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/wall-123495637_702496), где в нашем опросе поучаствовали 205 человек (проверено 05.08.2022). Надо сказать, что ответы опять распределились весьма равномерно, и таким образом можно отметить, что этот аспект фриланса слишком индивидуален и общепринятых границ нет (Приложение 12). Были те, кто отмечал, что важен доход, а число заказчиков – вопрос второстепенный, как и те, кто считает диверсификацию доходов важным фактором стабильности, а работу с одним заказчиком – уделом новичков на фрилансе.

На практике одной из главных проблем для начинающих внештатных специалистов является собственно поиск заказов. Этот аспект осветили 117 респондентов. Из них каждый второй использует соцсети, каждый третий – ищет заказы на фриланс-биржах. Хотя многие упоминают низкие гонорары на биржах, отмечая, что выполнять задание за такую оплату хороший профессионал не будет. Однако встречается и обратное мнение: тем, кто только начинает переход на фриланс, следует быть готовыми братья за любой заказ. Чуть менее трети подключают личные связи, добавляя при этом, что для такого варианта надо какое-то время поработать в штате в данной профессии. Каждый пятый считает удачным вариантом напрямую обращаться в редакцию и «прямо “проситься” на любимые сайты» (Ольга Акукина). Не таким популярным методом оказалось обращение к сайтам вакансий: только каждый 20-й использует данный способ. Встречались также разовые ответы про поиск через Авито и подачу заявок на гранты (Приложение 13).

Мы дополнительно провели несколько опросов в группе «Подслушано Копирайтинг», чтобы изучить ещё ряд тем, не освещённых авторами найденных нами в Интернете текстов.

Так, в частности, оказалось, что 73,63% медиафрилансеров получают оплату на карту банка (https://vk.com/wall-123495637_701647, 254 респондента на 05.08.2022), что является оптимальным вариантом в ситуации сотрудничества с заказчиками из разных стран. Виртуальные кошельки, криптовалюта, наличные и другие способы несколько менее популярны (Приложение 14).

Но вопрос о получении оплаты может и не встать перед специалистом, если заказов в принципе нет. Внештатные журналисты нередко отмечали такой недостаток фриланса, как нерегулярность доходов, в том числе в связи с сезонностью. В плане регулярности заработка, предсказуемости и стабильности мнения респондентов разделились почти поровну, отмечая как полную нестабильность, так и абсолютную предсказуемость, практически как в штате (Приложение 15). В данном опросе приняли участие 298 респондентов (проверено 05.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_700580).

В рамках сезонности, нестабильности и наличия нескольких источников дохода бывает полезным вести учёт, даже если этого не требуется по законодательству. Другие исследователи также указывали на необходимость таких навыков²⁶⁷. Это отметили и некоторые авторы текстов, проанализированных нами.

В паблике «Подслушано Копирайтинг» на данный вопрос ответили 234 респондента (проверено 05.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_701751). Более трети занимаются подсчётом доходов и расходов, что особенно важно тем, чьи заработки нестабильны. Четверть не ведут учёт, и почти столько же занимаются этим частично или изредка, отмечая, что если заработок достаточно регулярен, то необходимость учёта пропадает. Немногие отметили, что подсчитают только расходы или только доходы (Приложение 16). Добавим, что внештатные журналисты зачастую используют в целях бухучёта разные цифровые сервисы: например, приложения «Журнал расходов», «Деньги ОК», «Monefy», «Дзен-мани» и «Мой Налог».

²⁶⁷ Himma-Kadakas M., Mõttus M. Указ. соч.

Неожиданностью стали результаты опроса на тему того, за какой период внештатные авторы подсчитывают заработки в целях анализа эффективности своей работы. На основе 10-летнего включенного наблюдения, автор настоящей диссертации предположила, что медиафрилансеры оценивают доход за час работы или (если речь о пишущих журналистах) за тысячу знаков, поскольку доход фрилансера сильно разнится от того, сколько времени он тратит на работу. Однако опрос в паблике «Подслушано Копирайтинг» (414 респондентов на 05.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_702013) показал, что 77,78% оценивают свой уровень дохода, как и штатные сотрудники, за месяц, поскольку это «общепринятая мера» (Анастасия Домашнева), и люди «соображают месячными заработками» (Алия Валеева). Немногие выбрали другие варианты: за час, год, за количество знаков, а некоторые предлагали и иные способы – например, за день или неделю (Приложение 17).

В дополнение мы также провели анализ одной из популярных фриланс-бирж Freelance.ru²⁶⁸ и сайта вакансий HeadHunter²⁶⁹, чтобы ответить на вопрос о реальных суммах, на которые могут рассчитывать медиафрилансеры.

На дату проверки 06.08.2022 года мы обнаружили на бирже фриланса 18 заказов в разделе «Тексты», которые более-менее можно считать журналистской работой. Мы удаляли из выборки предложения, максимально далёкие от журналистики (к примеру, ставить на сайтах «лайки»). Таким образом, эти 18 заданий являются максимальной выборкой для медиафрилансера, желающего заработать на данном сайте в конкретный день. Предлагаемые суммы оплаты разнились от 30 руб. до 60 тыс. руб. Однако это тоже не показатель, поскольку, как уже упоминалось, это может быть оплата как за месяц, так и за знак (или тысячу знаков), или за небольшой текст, который профессионал создаст за 10 минут.

²⁶⁸ Freelance.ru. URL: <https://freelance.ru/> (дата обращения: 06.08.2022)

²⁶⁹ HeadHunter. URL: <https://hh.ru/> (дата обращения: 06.08.2022)

Общий анализ найденных заказов демонстрирует классический принцип «оптом дешевле». Т.е. при постоянном сотрудничестве с одним заказчиком фрилансер может получить тысяч 20, а в случае разовых заказов – около 300 рублей в час. При стандартной нагрузке 8 часов в сутки это составило бы более 50 тыс. руб., однако редкий внештатный специалист в состоянии обеспечить себя заказами на полный рабочий день. Большинство будет тратить две трети этого времени на поиск новых заказов, и таким образом данное время не будет оплачено. Так что перспектива получать в месяц около 18-20 тысяч – наиболее реальная для медиафрилансеров, готовых построить карьеру на фриланс-бирже. Ситуацию существенно портит и тот факт, что лучшие заказы там получают топовые авторы, а для попадания в этот рейтинг необходимо долгое время работать практически бесплатно ради отзыва.

Для анализа перспектив на сайтах вакансий мы изучили сайт HeadHunter, открыв расширенный поиск и указав там следующие данные:

- специализация – «Искусство, развлечения, масс-медиа» (подразделы «Журналист, корреспондент» и «Копирайтер, редактор, корректор»);
- сортировка – по убыванию зарплат;
- график – удалённая работа.

Мы вывели предложения за всё время. Прочие пункты отметили как несущественные.

На 06.08.2022 года по нашему поиску сайт нашёл вакансии с оплатой в диапазоне от 25 до 125 тыс. руб., что мы отразили на графике (Приложение 18). В целом же можно сделать предсказуемый вывод, что более высокий уровень квалификации позволяет специалисту рассчитывать на бóльшую зарплату. Если в поиске добавить ограничение по стажу – в 1-3 года, то можно заметить, что большинство работодателей ищут именно таких специалистов, а их минимальный уровень оплаты начинается уже от 30 тыс. руб. Внештатным авторам без опыта сайт предлагает всего 20 вариантов, причём половина из них включает обманчиво высокие размеры оплаты, которых в реальности не будет.

Таким образом, поиск фриланс-заказов через сайт вакансий действительно несколько более перспективен, нежели на бирже фриланса. Опытный внештатный журналист вполне может рассчитывать на доход около 50 тыс. руб. ежемесячно, а в случае наличия редкой и нужной специализации – от 80 тыс. руб. Поэтому данный метод поиска заказов автор настоящей диссертации, как медиафрилансер, считает лучшим, и удивительно, почему данный способ занял одно из последних мест в рейтинге других внештатных журналистов.

В заключение по данному пункту считаем важным добавить и несколько философский аспект, показательный для оценки финансовой стороны внештатной журналистики. Мы посчитали интересным изучить восприятие медиафрилансеров себя по шкале предпринимателей и исполнителей. В найденных нами текстах 197 индивидов в том или ином варианте продемонстрировали свою позицию по данному вопросу. И большинство (79,7%) оказалось исполнителями. Незначительно отличается результат и проведённого нами опроса в паблике «Подслушано Копирайтинг» (217 респондентов на 05.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_700902): 73,27% считают себя также исполнителями. Только каждый пятый считает себя предпринимателем: «Мы сотрудничаем, а не нанимаем друг друга», как отметила одна из фрилансеров (Катерина Рябинина).

Однако отдельные комментарии показали, что между этих крайностей существуют и иные варианты: например, кто-то ощущает себя писателем или частично и исполнителем, и бизнесменом.

Следующий значимый аспект медиафриланса – юридическое оформление отношений с заказчиком и проблемы неопределённости правового статуса внештатных специалистов, что неоднократно нами рассматривалось в различных публикациях²⁷⁰.

²⁷⁰ Олешко В.Ф., Мухина О.С. Этико-правовой аспект деятельности медиафрилансеров цифровой эпохи // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1 (39). С. 166-172; Oleshko V.F., Mukhina O.S. Media freelancers of the digital age: social, legal and ethical aspects // В сборнике: Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research. XXIV International Conference, named after professor L.N. Kogan. Yekaterinburg, 2021. С. 81-86; Олешко В.Ф., Мухина О.С. Этические принципы медиафриланса в цифровом пространстве // В сборнике: Журналистика – Медиалогия – Наставничество.

Фрилансеры, оставшись за пределами стандартного трудового договора, являются при этом зачастую людьми, плохо подкованными юридически (особенно если речь о творческой журналистской профессии), однако вынуждены решать правовые вопросы.

Надо сказать, что об используемых способах оформления отношений фрилансеры не спешат сообщать публично, как и афишировать размеры своих доходов. Мы суммировали информацию по этой проблеме из анализируемых текстов, четырёх проведённых экспертных опросов, а также комментариев к посту в паблице «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/wall-123495637_704650, проверено 20.08.2022), получив выборку из 49 индивидов. Самозанятость оформил каждый второй, зарегистрирован как ИП каждый четвёртый. Вместе с тем, следует добавить, что нередко на такую регистрацию фрилансеры соглашаются по требованию заказчика. Незначительное количество медиафрилансеров выбирают такие варианты, как гражданско-правовой или трудовой договор, или регистрируют предприятие (Приложение 19).

Другой распространённой на фрилансе проблемой является риск начать сотрудничество с недобросовестным заказчиком. Объединив, опять же, данные из всех источников, мы получили выборку из 52 медиафрилансеров (опрос в ВК был проверен 20.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_706535). По итогам собранной статистики мы выяснили, что больше половины (59,62%) внештатных авторов сталкивались с тем, что выполненная работа не была оплачена. Часто мошеннические схемы в медиасфере выливаются в форму «тестовых» заданий, по результатам которых заказчик исчезает. Хотя многие внештатные журналисты относятся безэмоционально и даже философски к такой ситуации, отмечая, что могут предложить свой текст другому СМИ, а недобросовестные

Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию проф. Б.В. Стрельцова и 100-летию Белорусского государственного университета. Под общей редакцией Н.А. Федотовой. Минск, 2021. С. 385-391; Мухина О.С. Тенденция перехода на фриланс в медиасреде: правовые и социальные проблемы // В сборнике: Цивилизационные перемены в России. Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции. Екатеринбург, 2021. С. 75-78; Мухина О.С. Правовой статус журналиста-фрилансера // Межпоколенческая трансформация медиакommunikации: сборник материалов Студенческих научных чтений (Екатеринбург, 23 апреля 2020 года). Екатеринбург, 2020. С. 76-80.

люди встречаются как среди редакторов, так и среди авторов. Вместе с тем, оставшиеся (40,38%) с нарушениями никогда не сталкивались, добавляя, что надо сотрудничать с профессионалами, и тогда вопрос о мошенничестве не возникнет.

Наиболее популярным методом защититься от недобросовестных заказчиков остаётся предоплата. Этот аспект затронули 37 респондентов. Почти две трети (70,27%) сотрудничают только после получения предоплаты (во всяком случае, с новыми заказчиками), считая это единственной 100%-ой гарантией избежать мошенников. Встречались и более творческие способы самозащиты: например, высылать статью по частям или делать скриншот, затемняя часть текста.

Однако практически каждый третий (29,73%) не ставит условий по предоплате. Порой специалисты не могут договориться об этом и не хотят терять заказчика, а некоторые осознанно выбирают только оплату после выполнения работы, поскольку не хотят чувствовать себя обязанными.

Ещё один пласт вызовов, стоящих перед медиафрилансерами, относится к психологическому аспекту данного образа жизни, что мы рассматривали в нескольких публикациях²⁷¹. Работа в домашних условиях теоретически может показаться максимально комфортной, но в реальной практике для многих это оказывается проблемой.

Однако начать стоит с достаточно глобального вопроса: насколько в целом медиафрилансеры удовлетворены своим выбором? Не в экономическом смысле (это мы анализировали выше) – в данном случае речь о психологическом аспекте. Здесь имеет значение не только уровень доходов, но и прочие преимущества и возможности: к примеру, творческая автономия, наличие времени для семьи или свобода передвижения.

²⁷¹ Олешко В.Ф., Мухина О.С. Психологические особенности работы медиафрилансеров цифровой эпохи // В книге: Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. М., 2022. С. 424-425; Мухина О.С. Психологические особенности гражданской и внештатной журналистики цифровой эпохи // В сборнике: От идеи к практике: социогуманитарное знание в цифровой среде. Сборник научных трудов Всероссийской научной конференции. Отв. редактор В.В. Петров. Новосибирск, 2021. С. 200-204.

В найденных текстах 157 внештатных авторов более или менее подробно оценивали свой уровень удовлетворённости фрилансом. Надо сказать, что ответы оставляют позитивное впечатление: 93,63% довольны этим выбором. Хотя, опять же, надо оговориться, что публично делиться историями своих неудач мало кто согласится. Так что неудивительно, что обнаруженные материалы отражают в основном успешный опыт.

Ещё один важный момент касается времени работы. Чаще всего фрилансеры могут себе позволить самостоятельно определять, по какому графику работать. Некоторые при этом даже переходят на практически ночной образ жизни.

Собрав данные из всех источников, мы получили по данному вопросу выборку из 94 респондентов (опрос в ВК проверен 18.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_704002). Результаты показали, что каждый пятый медиафрилансер слишком много работает (дописывает до глубокой ночи тексты и зачастую трудится без выходных), и говорить о графике в его случае бессмысленно. При этом предсказуемо, что почти каждый второй из тех, чей рабочий день всё же приближен к норме, не имеет границ и правил, предпочитая свободный график и отмечая неравномерную нагрузку. Однако есть и те, кто выстраивает для себя систему тайм-менеджмента или старается придерживаться стандартного офисного графика (Приложение 20).

Серьёзной проблемой для многих фрилансеров становится объединение личного и рабочего пространства и времени. Специалист не понимает, где заканчивается офис и начинается дом. Может появиться ощущение, что работа осуществляется в режиме 24/7.

Суммировав материалы из всех источников, мы получили выборку из 74 индивидов (опрос в ВК проверен 18.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_704879). Две трети респондентов указали, что работа на дому им не мешает, а некоторым даже помогает домашняя обстановка. Есть и те, кто намеренно отвлекается на семейные дела, считая это отдыхом от работы. Вместе

с тем, для одной трети данный момент является серьёзной проблемой. Как отмечали внештатные авторы, работа на дому включает в себя множество отвлекающих факторов, которые в совокупности могут отнять значительный пласт рабочего времени – до пяти часов ежедневно. Незначительное количество считает, что данная проблема имеет место, но она для них не слишком существенна (Приложение 21).

И западные, и российские внештатные журналисты знакомы с классическими способами решения данной проблемы. В российских условиях медиафрилансеры чаще выбирают кафе, библиотеки или коворкинги для работы, немногие снимают офисы. На Западе такие варианты действительно популярны²⁷², и это позволяет журналистам не только чётко разделять работу и дом, но и быть на связи с коллегами, делиться опытом и оставаться членом профессионального сообщества.

А вот в России подобное пока не является повсеместной практикой. Из всех источников (вышеуказанный опрос в ВК отразил и эту проблему) мы собрали по данному вопросу выборку из 63 индивидов, большинство из которых (84,13%) не используют площадки для работы вне дома.

Добавим, что в целях психологического комфорта фрилансер может выстроить лично-рабочие границы, разделяя не только территорию, но и время. Так, например, можно завести два адреса электронной почты и номера телефона (для личных контактов и рабочих), отключая те, что будут мешать в конкретное время суток.

Суммировав информацию из всех источников (опрос в ВК проверен 18.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_703905), мы получили выборку из 119 человек. Почти две трети медиафрилансеров предпочитают полностью свободный график, не разделяя личное и рабочее время. Однако каждый четвёртый ставит рамки по времени. Причём правила могут быть самыми

²⁷² Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work; Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists.

разными: от стандартного офисного графика до начала рабочего дня глубоким вечером или ночью. Каждый десятый формирует границы, разделяя рабочее и личное пространство: иногда непосредственно дома, выделяя там «рабочую зону», а порой уходя на другие площадки. Небольшая доля медиафрилансеров жёстко регулирует этот вопрос с помощью средств связи, отключая телефон и уходя в оффлайн (Приложение 22). Отметим, что некоторые объединяют несколько методов: например, разделяя и пространство, и время.

В найденных нами текстах отдельные реплики касались и другой проблемы фрилансеров: одиночество. Внештатные авторы чаще работают самостоятельно. Они дистанцированы от коммуникации с коллегами и лишены корпоративной жизни.

Однако ответов по данному вопросу оказалось слишком мало (всего 13 авторов коснулись этой темы). Поэтому мы дополнительно организовали опрос в ВК, собравший 116 комментариев (проверен 18.08.2022: https://vk.com/wall-123495637_703384). Суммировав ответы из этих двух источников и вычеркнув реплики, имеющие слабое отношение к теме, мы обнаружили, что большинство (77,36%) не чувствует себя одинокими, добавляя, что «вынужденное» общение с коллегами далеко не всегда приятно, и, в отличие от штатных сотрудников, фрилансер может выбирать, с кем коммуницировать – конечно, в этот круг попадают самые близкие: родные и друзья.

Однако для почти каждого четвёртого (22,64%) проблема одиночества серьёзна, и были те, кто хочет вернуться в офис именно по причине нехватки общения.

В дополнение к перечисленным психологическим аспектам внештатной журналистики, отметим и ряд других особенностей, которые упоминали авторы найденных нами текстов:

1. Чувство опасности и неопределённости, связанные чаще всего с неравномерностью заработков, а порой и с полной неспособностью фрилансера найти достаточное количество заказов.

2. Окружение считает фриланс формой тунеядства: внештатные журналисты отмечали, что, уйдя из офиса, столкнулись с волной осуждения, поскольку близкие не понимают, как можно существовать без записи в трудовой книжке и социального пакета.

3. Отсутствие больничных и отпусков. Несмотря на пренебрежительное отношение многих фрилансеров к социальному пакету, его отсутствие заставляет трансформировать отношение к отпускам и больничным. Фрилансер больше штатного сотрудника беспокоится о возможности заболеть, поскольку не сможет при этом зарабатывать. Однако отношение к отпускам у фрилансеров разное: некоторые с трудом освобождают несколько дней для отдыха, другие просто берут работу в путешествие, считая это частью своей свободы.

4. Нездоровый график сна, связанный не только с неспособностью или невозможностью придерживаться нормы, но и с естественной для фрилансеров работой вне государственных границ: внештатные журналисты сотрудничают с заказчиками из самых разных временных зон, что заставляет некоторых быть на связи и в ночные, и в дневные часы.

Наконец, рассмотрим один из важнейших аспектов фриланса именно для журналистов как представителей творческой профессии: вопрос творческой самореализации, который поднимался нами в журнале «Вопросы теории и практики журналистики» (входит в перечень ВАК и индексируется в базе WoS), а также на конференции²⁷³.

Начнём с базового: с самоидентификации. Как уже говорилось ранее, современные журналисты, особенно внештатные, зачастую охватывают своей деятельностью профессии, всё более далёкие от традиционной журналистики. Многие из них и сами себя называют не журналистами, используя более современные термины. В проанализированных нами текстах 193 индивида в большей или меньшей степени затронули данный вопрос. Чуть больше половины

²⁷³ Мухина О.С. Проблемы творческой самореализации медиафрилансеров цифровой эпохи // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 4. С. 813-824; Олешко В.Ф., Мухина О.С. Журналист-фрилансер цифровой эпохи: парадигма творческой деятельности // В сборнике: Медиаландшафт России и мира: прошлое, настоящее и будущее. Под редакцией Е.В. Мартыненко. Москва, 2021. С. 483-492.

(52,85%) для обозначения своей работы используют слово «копирайтер», однако значительное число медиафрилансеров всё же называют себя журналистами: 41,45%. Незначительные проценты приходятся на прочие варианты, такие как рерайтер, сторисмейкер, контент-мейкер, блогер, стример, редактор, оператор, иллюстратор, фотограф и др.

Многие медиафрилансеры отмечали, что сталкиваются с многозадачностью в своей повседневной работе, и границы различных смежных профессий всё больше размываются. Такие внештатные журналисты считают, что фрилансеру не стоит быть «излишне высокомерным», ему следует не избегать вариантов заработка через копирайтинг или наполнение блогов и сайтов корпораций. Есть смысл осваивать и смежные профессии, которые могут стать как прекрасным дополнением (например, SMM), так и основным заработком.

Однако следует отметить, что большинство авторов проанализированных нами текстов (86,67%) применяет в своей деятельности журналистские жанры (60 респондентов упоминали данный вопрос).

Следующий момент, также представляющий для нас интерес в рамках изучения творческого аспекта медиафриланса, это наличие у автора специализации. Пространство Интернета переполнено контентом довольно низкого качества. Соответственно, сайты, группы в соцсетях и каналы в мессенджерах сотрудничают с авторами, поставляющими данный контент. Большая часть этих авторов работает на фрилансе. Профессионал способен создать подобный текст за несколько минут, и такое задание не требует глубоких знаний или специализации в тематике материала. Ввиду этого, если медиафрилансер занимается данным видом деятельности, то часто берётся за любой заказ – от ремонта помещений до советов по отношениям.

В проанализированных текстах 103 фрилансера упомянули темы, в которых обычно создают контент. Специализацию имеют чуть больше половины респондентов (52,43%). Это не всегда одна тема, но они считают важным

разбираться в своей сфере, отмечая, что лучше быть профессионалом в одной-двух областях, чем любителем – в десяти.

Но не все медиафрилансеры согласны с данной установкой. Почти такое же их число (47,57%) готовы создать контент на любую предложенную им тему. Некоторые даже считают способность погрузиться в любую сферу знаний и практики своим достоинством.

Надо добавить, что медиафрилансеры в большинстве своём занимают нишу пишущих журналистов (таких 91,62% из 191 индивида, осветившего данный вопрос). Это, конечно, логично, поскольку является наиболее простым и естественным способом сотрудничества в удалённом формате. Мы обнаружили всего 7,85% фотографов и незначительные проценты специалистов, работающих с видео, создающих иллюстрации или сотрудничающих с радио.

Однако найденные нами тексты освещали не полный перечень вопросов, интересовавших нас в рамках настоящего исследования. Ввиду этого, мы инициировали ряд опросов, используя в качестве площадки группу «Подслушано Копирайтинг» в социальной сети ВКонтакте.

Одним из базовых вопросов стала проблема соотношения творчества и рутины в работе медиафрилансера. В опросе приняли участие 265 человек (https://vk.com/wall-123495637_700334, проверено 15.08.2022). Большая часть участников (76%) считает, что в их работе, к сожалению, больше рутины, поскольку техническое задание и дедлайн ограничивают любой творческий порыв. Хотя некоторые относятся к этому философски, отмечая, что рутины много даже в работе писателя.

Оставшиеся 24%, указавшие, что творчества в их работе больше, если судить по репликам под опросом, обладают достаточным уровнем квалификации, чтобы получить право выбора. Это профессионалы, имеющие солидные связи и широкий перечень постоянных клиентов. Они могут себе позволить отказаться от заказа, который им неинтересен или неприемлем по иным причинам.

Встречались также ответы с указанием на то, что бывают разные виды работ, без однозначного перевеса в сторону творчества или рутины.

Следующий важный вопрос – о свободе творчества. Многие практики и исследователи говорят о свободе на фрилансе, но чаще всего имеется ввиду бытовая свобода, классически описываемая как «свобода от понедельников, начальников и будильников». И действительно, руководствуясь как работами других авторов, так и проведённым нами анализом, можно сделать вывод, что свобода является одним из наиболее значимых факторов перехода на фриланс.

Однако есть и другой уровень свободы. Журналисты – это профессионалы креативной индустрии. И для многих из них намного более значимым является возможность самим выбирать интересные темы, проекты, самостоятельно регулировать процесс выполнения работы. Для творческих индивидов именно этот аспект автономии зачастую представляет главную ценность²⁷⁴. На это указывали и некоторые авторы текстов, проанализированных нами, отмечая ограничения штатного журналиста редакционной политикой конкретного издания, требованиями рекламодателей и пр. Фрилансер может выбирать, в какое СМИ отправить конкретный материал. Для некоторых именно этот аспект является возможностью чувствовать себя частью социально-значимой профессии, делать что-то важное. Шире и спектр возможных изданий (и, соответственно, их форматов), поскольку можно сотрудничать не только с местными СМИ, но и с федеральными, или с изданиями других регионов, или с зарубежными.

Вместе с тем, данный вопрос был освещён недостаточно, чтобы выводы были обоснованными. Поэтому проблема свободы творчества была также поднята нами в группе «Подслушано Копирайтинг». Количество респондентов – 166 (https://vk.com/wall-123495637_703329, проверено 15.08.2022). Результаты мы отразили в Приложении 23, и они достаточно нейтральны: 44% отметили

²⁷⁴ Виноградова К.Е. Указ. соч.; Капустина А.А. Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки; Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования; Davis M.P. Self-censorship: Foreign journalists' reportage of Turkey // Journalism. 2020. № 23 (9). С. 1995-2011; Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden.

средний уровень свободы творчества в своей деятельности. Каждый пятый (22%) более позитивен, отмечая, что свободы достаточно много, что позволяет общаться с интересными людьми и самостоятельно выбирать темы. Но чуть меньшее количество специалистов (19%) выбрали вариант низкого уровня свободы, а 15% считают, что её вообще нет в их работе.

В заключение поднимем и такой основополагающий вопрос, как творческая самореализация медиафрилансера. В найденных нами текстах вопроса самореализации касались 59 индивидов, и абсолютное большинство из них (94,92%) утверждали, что с творческой точки зрения полностью удовлетворены своей работой и жизнью, и редко кто из фрилансеров занимается тем, что ему не нравится. Авторы отмечали, что именно на фрилансе добились успеха – и в финансовом, и в моральном плане, именно сейчас гордятся своими достижениями и уверены, что вносят значимый социальный вклад.

Но, вспомнив ещё раз про «ошибку выжившего», мы, для дополнительной проверки этого позитивного утверждения, инициировали опрос в группе «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/wall-123495637_703702). Помимо этого, аналогичный вопрос был найден нами в ленте данной группы (https://vk.com/wall-123495637_702340). Указанные два поста в совокупности собрали 126 комментариев на дату проверки 15.08.2022.

Мы были готовы к существенному падению уровня позитивного отношения к вопросу самореализации, однако результаты подтвердили данные, полученные нами из анализа текстов. Абсолютное большинство респондентов говорили о значимости творческой самореализации, добавляя, что это является важным элементом их жизни и профессиональной деятельности. Респонденты отмечали и собственное удовлетворение от процесса работы, и ощущение приносимой пользы, которая заставляет гордиться собой и своими проектами.

Всего четыре индивида отметили противоположное, сосредоточившись на решающей функции денег, уровня оплаты, и отметив, что бесполезные задания раздражают, но занимают значительную часть деятельности.

Подытоживая настоящий параграф работы, отметим, что медиафриланс, если подходить к нему объективно, обладает рядом как преимуществ, так и недостатков. Несомненно, что свобода (как бытовая, так и творческая) является значимым бонусом для внештатных журналистов, благодаря чему абсолютное большинство из них удовлетворены фрилансом и не хотят возвращаться в штат, даже если их доходы недостаточны. Добавим, что успеха на данном пути чаще достигают те, кто ответственно подходит ко всем аспектам нового образа жизни и объективно оценивает возникающие проблемы, не позволяя себе погрузиться в эйфорию от свободы: формирует пространственно-временные границы работы, создаёт круг постоянного общения, осваивает экономические навыки по поиску клиентов, думает о юридических коллизиях, легализации своей работы с возможностью защищать свои интересы от недобросовестных заказчиков. Есть смысл согласиться с западными исследователями медиафриланса, отмечавшими, что наибольшего успеха на этом поприще достигают те, кто менее свободен в традиционном фрилансерском понимании и сам формирует определённые правила.

3.2. Трансформация системы медиафриланса: обретения и проблемы

Медиасистема в целом является довольно гибкой, особенно в нашу цифровую эпоху, когда меняются технологические и политические условия, а за ними возникают новые экономические и психологические вызовы, что влечёт необходимость пересмотра организационных отношений в редакциях и творческих подходов к работе. Появляются новые жанры, трансформируются старые, меняются правила в отношении стилистики текстов, расширяется спектр необходимых навыков журналиста. Ставятся под сомнения и морально-этические нормы профессии, требуют постоянной актуализации.

Но быстрее всех на эти нововведения зачастую реагируют фрилансеры. Во-первых, они ежедневно вступают в борьбу за выживание, за каждый заказ.

Они чувствуют конкуренцию значительно острее своих штатных коллег. Во-вторых, чем меньше индивидуумов задействовано в принятии решения, тем быстрее оно вводится в реальную деятельность. Необходимость многоэтапных утверждений в редакциях нередко тормозит процесс и усиливает сопротивление прогрессу.

Вместе с тем, как уже отмечалось выше, медиафриланс обладает как преимуществами, так и недостатками, и в последнем параграфе настоящей диссертации имеет смысл подытожить их.

В проанализированных нами текстах чаще всего в качестве однозначного достоинства медиафриланса респонденты отмечали свободу. Многие, конечно, сосредотачивались на бытовой свободе (возможность съездить днём в гипермаркет и не стоять в очередях, устроить выходной в середине рабочей недели, сходить в дневное время на тренировку и пр.). Однако даже в таких, сугубо материалистических ценностях, авторы чаще всего находили свою философию и сверхцель, подчёркивая, что жизнь на фрилансе изменила их мышление. Медиафрилансеры отмечали независимость и возможность распоряжаться своей жизнью.

Вместе с тем, значительное число внештатных журналистов в большей степени ценят право самостоятельно выбирать темы и героев, которые им интересны, свой формат работы, её график и скорость – с учётом того, что в мире избытка средств массовой информации на любой информационный продукт всегда найдётся желающий его опубликовать.

Особым подпунктом свободы можно выделить возможность путешествовать. Встречались ответы, в которых автор, напротив, испытывал недостаток отдыха и дискомфорт из-за невозможности отложить работу и выделить хотя бы несколько дней на отпуск. Однако большинство просто переносит свою работу в другой город или страну, путешествуя без отрыва от заработка. Для многих свобода передвижения даже стала одной из причин выбора данного образа жизни. Хотя некоторые медиафрилансеры при этом

отмечают, что как таковых отпусков у них нет: даже находясь у океана, приходится думать про наличие ноутбука и wi-fi и отдыхать без отрыва от работы. Вместе с тем, это возможность культурного обогащения с погружением в чужие традиции, круглогодичного лета, а также выбора более дешёвой страны для проживания.

Следующий бонус – существенная экономия финансов. Как отмечали фрилансеры, штатные сотрудники не представляют, какой значительный процент семейного бюджета уходит на поддержание дресс-кода, ежедневный транспорт, питание вне дома и пр. Многие специалисты, перейдя на фриланс, с удивлением обнаружили, что их прожиточный минимум снизился при том же уровне жизни.

Ещё одна экономия – времени. Стандартные 8 часов рабочего дня для большинства штатных сотрудников трансформируются в 11 часов (включая обед и по часу на проезд утром и вечером). Для тех же, кто живёт за городом или выбрал карьеру в более перспективном (но более дальнем в плане территориального расположения) издании, выгода от перехода на фриланс оказывается ещё более заметной. Если продолжать тратить освободившееся время на заработок, то можно его увеличить. С другой стороны – отсюда появляется другой популярный бонус: возможность посвящать больше времени семейным обязанностям.

В качестве преимущества медиафрилансеры отмечали и постоянное саморазвитие. Многие из них в постоянном режиме учатся, переходя с одних курсов и тренингов на другие, совершенствуя свои навыки, поскольку каждая дополнительная услуга, которую они могут оказать редакции, будь то SEO-оптимизированный текст, возможность самостоятельно разместить публикацию на сайте или писать на иностранном языке, монетизируется в конкретный и осязаемый доход.

Отмечали и чисто экономический бонус в виде потенциально бесконечного роста дохода, а также связанный с ним философский подход:

потребительские ценности у многих фрилансеров уходят на второй план, уступая целям обучения, саморазвития и путешествий.

Вместе с тем, экономические вопросы лидируют и в плане недостатков фриланса. Внештатным журналистам приходится в постоянном режиме искать новые заказы, осваивая (часто сложную и чуждую им) профессию менеджера. Уходит на это и часть рабочего времени (которая не оплачивается). Как отмечали респонденты, можно быть гениальным исполнителем, но для успеха на фрилансе этого мало. Существует также сезонность, что тоже становится причиной нестабильности заработков.

Выше мы уже отмечали экономические выгоды фриланса, однако надо учитывать и возросшие затраты: во-первых, счета за коммунальные услуги; во-вторых, саморазвиваться придётся за свой счёт.

В качестве недостатка, особенно значимого для журналистов, привыкших к постоянной коммуникации, надо отметить и «постоянный дистант», из-за которого уходит человеческое общение, возникает чувство отчуждённости и одиночества.

Фрилансеры, плохо способные к самоорганизации, со временем также обнаруживают себя в неподходящем для выхода в социум виде, в роли «заросшего бородатого фрика» в «заношенной одежде», а затем жизнь вне правил и графика сказывается и на здоровье.

В числе основных дополнительных навыков (так называемых soft skills) респонденты чаще всего отмечали следующие:

- экономические навыки по поиску заказов, добавляя, что любой фрилансер – это специалист двух профессий: по первой он может быть, к примеру, журналистом, а вторая для всех фрилансеров одна – продавец;
- смежные профессии (умение делать вёрстку, монтаж видео, обработку фотографий, навыки дизайна и программирования – шансы на получение выгодного заказа прямо пропорциональны количеству навыков фрилансера);

– организованность и соблюдение дедлайнов (большинство заказчиков предпочтут среднего, но ответственного и проверенного исполнителя, нежели гениального, но неизвестного им или неорганизованного).

Говоря о тенденциях и перспективах медиафриланса, невозможно обойти вниманием и эпоху пандемии коронавируса. Она трансформировала многие области жизни нашего социума и отдельных индивидуумов. Проблемы в экономике, локдаун, сложности в перемещении между странами, поток дезинформации и фейков – это стало частью жизни каждого человека. Учёные даже внесли в активный оборот такой термин как «инфодемия», под которой подразумевается слабо контролируемый поток фейков на тему вируса²⁷⁵. Западные авторы подчёркивают, что пандемия коронавируса ознаменовала собой начало серьёзного кризиса, который продолжает оказывать влияние на все страны мира²⁷⁶.

В период роста числа заражений журналисты попали в группу риска, поскольку, как и медики, они вынуждены постоянно коммуницировать с людьми. В результате журналисты большинства редакций были массово переведены на удалённую работу или фриланс.

В целом развитие гиг-экономики существенно ускорилось в результате пандемии. Однако некоторые исследователи высказывают достаточно позитивное мнение, считая, что, несмотря на проблемы, увеличилось количество

²⁷⁵ Ерофеева И.В., Толстокулакова Ю.В., Муравьёв А.В. Пандемия коронавируса в концептуальной сфере медиадискурса России и Китая: стратегия выживания // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 78-93. – С. 81; Землянский А.В. Причины возникновения инфодемии: сравнительный анализ освещения эпидемии SARS и пандемии COVID-19 // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 3. С. 570-579.

²⁷⁶ Simons G.J. Communicating memory of historical pandemics in digital media during the COVID-19 pandemic // Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19: Материалы Всеросс. науч.-практ. конф. с межд. уч., 19-20 апреля 2021 г., г. Екатеринбург / Составитель О.Ф. Автохутдинова. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2021. С. 143-146. – С. 143.

удалённых вакансий²⁷⁷. Другие добавляют, что качество работы в результате дистанционной занятости не падает²⁷⁸, как и производительность²⁷⁹.

При этом журналистика остаётся популярным видом деятельности для фрилансеров. Статистика исследователей говорит о том, что в рейтинге профессий, подходящих для удалённой работы, журналистика занимает четвертое место²⁸⁰.

Однако очень многие специалисты в период COVID-19 перешли на фриланс не по собственному желанию. К таким индивидуумам, несомненно, имеет смысл отнести понятие «прекариат»²⁸¹. Как мы уже отмечали в первой главе настоящей диссертации, мы считаем неверным относить всех фрилансеров к прекариату, однако сотрудники, не имевшие выбора и ставшие фрилансерами по принуждению, разумеется, относятся именно к этой группе. При этом, как добавляют учёные, по итогам коронавирусной пандемии миллионы людей оказались в числе прекариата²⁸².

Мы рассматривали вызовы эпохи пандемии в публикации журнала «Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология» (входит в перечень ВАК и индексируется в базах Scopus и WoS), а также на конференции в Уральском федеральном университете²⁸³. Осенью 2021

²⁷⁷ Вольф К.В., Бархатов И.В. Фриланс как форма адаптации молодежи к рынку труда в условиях пандемии // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. № 10 (6). С. 93-96. – С. 94.

²⁷⁸ Писаренко Д.О. Развитие сферы фриланса в условиях цифровизации и трансформации gig-экономики // В книге: Прогрессивные концепции развития отраслей народного хозяйства. Сборник докладов Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2020. С. 62-69. – С. 64-65.

²⁷⁹ Шестеркина Л.П., Перезовова О.В., Дмитренко Е.Л. Региональное телевидение: кто способен эффективно работать в условиях неопределенности и пандемии? // В книге: Медиация социальных и индивидуальных практик в цифровом обществе: журналистика и коммуникация в эпоху неопределенности. Abstracts the 13th International Media Readings in Moscow. 2021. С. 218-219.

²⁸⁰ Гордеева Е.В., Кононенко Д.С. Развитие фриланса в современной России // Лучший исследовательский проект 2020: Сборник статей II Международного научно-исследовательского конкурса. Петрозаводск, 2020. С. 153-159. – С. 155.

²⁸¹ Прекариат: становление нового класса: (коллективная монография).

²⁸² Кокшаров В.А., Агарков Г.А., Сущенко А.Д. Прекаризация труда, как растущая форма занятости молодых специалистов в условиях пандемии // Экономика региона. 2020. Т. 16. Вып. 4. С. 1061-1071. – С. 1062.

²⁸³ Олешко В.Ф., Мухина О.С. Журналистика периода COVID-19: актуальные вызовы, пути трансформации // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2022. Т. 21. № 6. С. 30-39; Мухина О.С. Проблема перехода журналистов на фриланс в период пандемии // В сборнике: Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Составитель О.Ф. Автохутдинова; Министерство науки и высшего образования РФ; Уральский федеральный университет

года мы организовали проведение экспертного опроса среди уральских журналистов. Мы привлекли в качестве помощников студентов-бакалавров факультета журналистики Уральского федерального университета. В общей сложности были получены комментарии от 87 практикующих журналистов из более чем 70 изданий УрФО. Респондентам был задан вопрос о том, как трансформировалась их профессиональная деятельность и жизнь в целом в результате пандемии, однако никаких конкретных координат задано не было, поэтому некоторые спикеры акцентировали внимание на экономической стороне, вторые – на технических новинках, третьи сосредоточились на медицинских особенностях, связанных с коронавирусом, как обязательная вакцинация, регулярные тесты на ковид или использование масок. Полученные ответы стали в некотором роде более объективными и искренними, ведь респонденты акцентировали внимание именно на том, что считали наиболее важным и что повлияло на их жизнь.

Мы также не обязывали респондентов представляться определённым образом. Разумеется, мы предпочитали вариант с указанием всех данных (издание, имя, фамилия, должность). Однако мы оставляли за экспертом право остаться анонимным, поэтому ряд комментариев не включает всю полноту сведений о спикере. Тем не менее, мы получили возможность составить общее представление о деятельности журналистов во время пандемии.

Добавим, что это не медиафрилансеры в полном смысле данного слова. Однако это взгляд на фриланс штатных журналистов, которые (чаще всего не по собственной воле) вынуждены были временно ощутить на себе данный образ жизни, и это мнение относительно медиафриланса также ценно для нас в рамках настоящей диссертации.

Большая часть респондентов (44%) указала, что время локдауна стало вполне обычным или, во всяком случае, в нём были свои достоинства и

недостатки. Этот период стал тяжёлым для 27% опрошенных. А пять журналистов даже отметили, что пандемия принесла им карьерный или финансовый успех (в основном это были специалисты, чья работа изначально фокусировалась онлайн). Встречались и ответы, указывавшие, что особых изменений не было – разве что необходимость носить маску.

Больше половины опрошенных (57%) коснулись вопроса перехода на фриланс или дистанционную работу. Из них 28% получили этот опыт в качестве временного, а 22% даже в период строгого локдауна испытали лишь частичный дистант. После отмены ограничений возврат к обычной работе в офисе не всем дался легко: как отметила Рада Боженко («Аргументы и факты Урал»), молодым коллегам иногда и сейчас приходится напоминать, что дистант отменён.

На полноценную удалённую работу перешли 18% из числа тех, кто акцентировал внимание на данной теме. Как добавил один из участников нашего опроса Павел Архипов, вся деятельность перешла в сетевое пространство, и внезапно оказалось, что физическое нахождение в офисе совершенно не обязательно.

Были и те, кто на протяжении всего времени пандемии оставался в офисе (16%). Ещё 14% и до локдауна коммуницировали с редакцией дистанционно. Интересный взгляд на «удалёнку» представил один из опрошенных: он посчитал формой дистанта деятельность исключительно в редакции, подразумевая, что журналисты лишись возможности выходить «в поле».

Несмотря на проблемы, время коронавируса стало толчком к развитию и для изданий, и для конкретных журналистов, и в целом для медиасферы. Об этом в том или ином варианте сказали 23 эксперта. Чуть более половины из них (52%) рассказали о появлении в их издании новых форматов. Как поделился главный редактор газеты «Золотая горка» Дмитрий Коршунов, они были вынуждены переключаться на новые направления: если раньше было большое количество репортажей и «событийки», то в период локдауна они обратили внимание на то, чего раньше не замечали в этом потоке.

Многие журналисты занимались и личным развитием. Об этом рассказали 48% опрошенных из числа тех, кто в целом подчёркивал ценность пандемии как триггера к трансформациям. Одни отмечали, что обнаружили новые темы, на которые можно создавать интересный контент, другие говорили об обретённых технических навыках в рамках необходимости осваивать новые методы коммуникации.

Интересным также является вопрос, насколько положительно или отрицательно восприняли данный формат работы журналисты, ранее работавшие в штате и не планировавшие уходить во фриланс.

Достоинства работы в удалённом режиме отметили 30 опрошенных. Из них две трети подчёркнули существенную выгоду от экономии времени. Так, редактор информационного портала «66.ru» Полина Дикушина рассказала о невероятной экономии времени авторов, поскольку после пресс-конференции можно информацию непосредственно выпускать в эфир.

Эти эксперты подчёркивали и другие бонусы в результате экономии времени. В частности, журналист получает возможность для дополнительного саморазвития, улучшения различных навыков – или же можно увеличить объём выпускаемого контента. Этот процесс стал возможным во многом благодаря таким новинкам эпохи пандемии как всевозможные онлайн-трансляции, онлайн-конференции, публикации судебных решений в соцсетях. Кроме того, даже такие, казалось бы, давно имевшиеся возможности, как интервью по телефону, мессенджеру или Zoom, наконец стали привычными для большинства людей (раньше, как поделились некоторые респонденты, герои чаще всего приглашали для интервью к себе, но на это никогда не было времени).

Один из экспертов рассказал, что, благодаря локдауну, произошла некоторая «легализация» дистанционной работы, но не в юридическом смысле, а в психологическом: до пандемии было нелегко договориться с редактором о работе вне офиса, приходилось приводить подробные объяснения.

Многие респонденты оценили преимущества коммуникации через технические средства. С некоторыми героями, которых раньше сложно было застать, внезапно оказалось легче связаться именно на дистанте. Кроме того, практика онлайн-совещаний коллектива привлекла к корпоративной жизни сотрудников из других городов и стран, которые прежде были отчуждены от совместной коммуникации.

Респонденты отмечали и простые удобства, касающиеся быта: отсутствие необходимости вставать по будильнику, пользоваться общественным транспортом, покупать обед в столовой или везти в офис контейнер с едой, и даже домашний wi-fi у многих оказался быстрее и стабильнее офисного, страдающего от регулярных перегрузок.

Вместе с тем, недостатки дистанта оказались более значимыми для 39 респондентов. В качестве одного из существенных минусов удалённой работы эксперты массово называли отсутствие живой коммуникации. Треть из числа тех, кто акцентировал внимание на недостатках, отметили, что общение с героем требует видеть выражение лица собеседника, мимики, жестов. «Задумчивое интервью, конечно, пострадало», – отметила редактор детско-юношеской газеты «Сами» Наталья Юмашева.

Другим недостатком дистанционной работы стало слияние рабочего и личного времени и пространства. Некоторые респонденты даже отмечали элементы психологического выгорания. Такой минус присутствовал в реплике каждого десятого. Многие добавляли, что перестали понимать, когда заканчивается рабочий день и начинается отдых – и это превращается в значительное количество переработок.

Два эксперта рассказали про возникновение некоторой апатии. Многие отмечали, что непросто сосредоточиться на работе, когда в этом же пространстве находятся дети, с трудом выстраивается система, и становится крайне сложно следить за работниками. Во многих редакциях срывались планы, отменялись интервью. Несмотря на удобство онлайн-мероприятий, некоторые опрошенные

отмечали, что там сложно (иногда невозможно) задавать вопросы, и возникают проблемы с тем, чтобы получить комментарий у эксперта. Ряд журналистов акцентировали внимание также на «некотором дисконнекте», который со временем появляется в отношениях с коллегами при работе в дистанционном режиме.

Таким образом, существует большой спектр как преимуществ, так и недостатков для журналистов в результате перехода на дистанционную форму работы. Некоторые издания получили значительное количество бонусов и дополнительный толчок для развития в период пандемии. Однако и эти нововведения вряд ли помогут медиасфере в борьбе с финансовым кризисом: несмотря на общий рост спроса на продукцию СМИ, потери медиаотрасли, по данным бывшего замминистра Минцифры России Алексея Волина, составят около 100 млрд рублей²⁸⁴. Хотя следует добавить, что кризис в журналистике остаётся общемировым явлением, о нём говорят и зарубежные учёные²⁸⁵.

Медиа относится к сфере креативных индустрий, но, несмотря на это, некоторые специалисты, особенно представители старшего («аналогового») поколения, как продемонстрировал анализ уральских учёных²⁸⁶, придерживаются стандартизированных рамок и подходов в своей повседневности деятельности. Но моменты острых кризисов (как пандемия COVID-19) вносят поток трансформаций, разрушая эти рамки и традиционные процедуры. Кризисные ситуации требуют гибкого и моментального реагирования, материальных вложений и перераспределения сотрудников²⁸⁷.

²⁸⁴ Саримова Л. Алексей Волин: «Потери медиаотрасли от пандемии коронавируса составят примерно 100 млрд рублей» // Реальное время. 22.04.2020. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/172542-aleksey-volin-rasskazal-osudbe-smi-v-usloviyah-pandemii> (дата обращения: 27.11.2021)

²⁸⁵ Finneman T., Thomas R.J. “You Had to be Reporting Constantly”: COVID-19’s impact on U.S. weekly newspapers’ journalistic routines // Newspaper Research Journal. 2021. № 42 (3). С. 330-345.

²⁸⁶ Олешко В.Ф., Олешко Е.В. К проблеме дисфункциональности информационной деятельности региональных массмедиа // Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. Материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. / Отв. ред. В.В. Касьянов. Краснодар: Изд-во Куб.ГУ, 2021. 398 с. – С. 209-216.

²⁸⁷ Hoak G. Covering COVID: Journalists’ Stress and Perceived Organizational Support While Reporting on the Pandemic // Journalism & Mass Communication Quarterly. 2021. № 98 (3). С. 854-874.

Чтобы решить возникшие проблемы, как свидетельствуют итоги и нашего исследования, журналистам было необходимо развивать новые форматы работы: инициировать онлайн-мероприятия, подключаться к онлайн-трансляциям, поддерживать коммуникацию в соцсетях и мессенджерах. Серьёзно усилилась в такой ситуации значимость всевозможных медиаплощадок, социальных сетей и агрегаторов²⁸⁸. И здесь крайне важным оказался вклад внештатных специалистов, способных работать вне офиса.

Исследования других учёных также подтверждают серьёзные трансформации в медиасфере в результате пандемии, которая «сравнила удалённую и очную работу», позволив региональным журналистам полноценно участвовать в деятельности центральных СМИ²⁸⁹.

Имеет смысл в рамках настоящего анализа изучить также и западную статистику. Особый интерес представляют страны, существенно пострадавшие от коронавирусной пандемии. Так, к примеру, большинство испанских журналистов (73%) хотят трудиться именно в офисе. Всего 5% выразили желание сотрудничать с редакцией удалённо. Однако 70% уверены, что в результате пандемии редакции СМИ трансформируются в менее централизованные. Ещё 13% прогнозируют массовый переход журналистов на дистанционный формат работы. С таким прогнозом солидарны и журналисты из Италии, подчёркивая, что «золотой век итальянской прессы прошёл»²⁹⁰.

Российские авторы также уверены, что социум не сможет игнорировать уроки пандемии, и часть областей нашей действительности станет развиваться в рамках того опыта, который приобрели индивиды всех стран, перейдя на

²⁸⁸ Коломийцева Е.Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1 (34). С. 144-152.

²⁸⁹ Распопова С.С. Пандемия COVID-19 как триггер для изменений СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). С. 88-93.

²⁹⁰ Каррерас Т., Дель Фрео А. Европейские журналисты о влиянии пандемии на профессию // Журналист. 09.08.2020. URL: <https://jrnlst.ru/pandemic> (дата обращения: 27.11.2021)

удалённый режим²⁹¹, и каждый пятый работник, переведённый на дистант или фриланс, уже не вернётся к традиционной офисной работе²⁹².

Период коронавирусной пандемии (который и по сей день, к сожалению, нельзя уверенно назвать завершённым) превратился в серьёзный вызов для каждого индивида и правительств всех стран. Люди были заперты в своих квартирах и вынуждены были углубиться в поиск новых смыслов жизни и методов заработка. Надо отметить, что у журналистов в этом плане есть преимущество, поскольку, в отличие от многих, они могут зарабатывать дома, оставаясь в своей профессии. Большинство средств массовой информации, как свидетельствует наш опрос, получило виток развития. Как отметила журналистка ТАСС Дина Веретельникова, она получила навыки работы и в обычном ритме, и в экстремальных условиях. Но, как верно добавил другой эксперт, Сергей Сивопляс, не хотелось бы это повторять, потому что хочется понимать собственные перспективы на будущее.

Другой стрессовой ситуацией стали известные события 2022 года. Они резко обострили конфронтацию экономического и политического характера между Россией и другими странами²⁹³. Многие государства ввели в отношении России беспрецедентный набор санкций, ударивший в первую очередь по обычным гражданам, в том числе и журналистам. Как добавляют зарубежные авторы, экономические санкции призваны быть альтернативой вооружённым конфликтам²⁹⁴, а в сложившейся ситуации уровень эмоционального резонанса на международном уровне имел решающее значение в трансформации курса сотрудничества главных держав Евросоюза и Соединённых Штатов²⁹⁵. Можно

²⁹¹ Кашепов А.В. Цифровизация и новые бизнес-технологии как факторы труда и занятости населения // *Modern Science*. 2020. № 8-1. С. 71-76. – С. 74-75.

²⁹² Беляков С.А., Степина И.О., Эйрих В.Е. Влияние пандемии covid-19 на рынок труда: социально-экономические изменения, цифровизация // *Казанский социально-гуманитарный вестник*. 2020. № 5 (46). С. 4-8. – С. 5.

²⁹³ Christen E., Felbermayr G.J. Sanctions policy against Russia [Sanktionspolitik gegen Russland] // *Wirtschaftsdienst*. 2022. № 102 (2). С. 70-71.

²⁹⁴ Meissner K. How to sanction international wrongdoing? The design of EU restrictive measures // *Review of International Organizations*. 2023. № 18. С. 61-85; Mulder N. The Economic Weapon: The Rise of Sanctions as a Tool of Modern War. United States: Cornell University. 2022. 434 с.

²⁹⁵ Beauregard P. International emotional resonance: Explaining transatlantic economic sanctions against Russia // *Cooperation and Conflict*. 2022. № 57 (1). С. 25-42.

добавить, что учёные обсуждают также и варианты воздействия ситуации на сферу науки²⁹⁶. В этой связи становятся ещё актуальнее исследования российских учёных о воздействии санкций со стороны Запада на жизнь в России²⁹⁷.

В конце марта 2022 года мы провели анализ сообщений в группе ВКонтакте «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/pod_soru, дата проверки: 27.03.2022). Главной целью мы ставили выявление основных проблем медиафрилансеров в первый кризисный месяц. Нами было обнаружено 65 постов за период с 24 февраля по 27 марта 2022 года на изучаемую тему. Мы провели анализ всех найденных постов – первый был опубликован уже днём 24 февраля. Главными проблемами, на тот момент волновавшими медиафрилансеров, были следующие:

1. Главным страхом стал риск полностью лишиться работы, заказов.

Данная тема поднималась подписчиками группы в указанный промежуток времени неоднократно. Первое упоминание нам встретилось 27 февраля – на тот момент конкретика ещё отсутствовала:

– 77% участников обсуждений старались сохранять позитивный и в некотором роде философский настрой, отмечая, что ни бизнес, ни Интернет не исчезнут – всегда будут направления, где нужны пишущие люди;

– другие 23% были настроены более негативно и говорили о состоянии удручающей неопределённости, неизбежной инфляции и проблемах с международными платежами, которые могут стать большим препятствием, даже если будут заказы.

²⁹⁶ Chumachenko D. Ukraine: thousands sign plea for scientific sanctions against Russia // Nature. 2022. № 603 (7901). С. 393; Pulverer B. Rubble to Rouble: how can science respond to war? // EMBO Reports. 2022. № 23 (4). URL: <https://www.embopress.org/doi/full/10.15252/embr.202255002> (дата обращения: 19.01.2023)

²⁹⁷ Анхель Х.Л.И., Линников А.С., Серeda А.В., Минаков А.С. Актуальные способы юридической защиты российских лиц в обстановке международных экономических санкций // Финансы: теория и практика. 2022. Т. 26. № 1. С. 198-214; Диасамидзе Ф., Мовсесян А.С., Степанян В.В., Цветаева А.Ю. Проблемы и вызовы экономических и санкционных отношений России и США // В сборнике: актуальные вопросы экономики. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. Пенза, 2022. С. 52-54; Казанцев С.В. Антироссийские санкции: оценка ущерба. Москва: Инфра М, 2022. 201 с.

Позже аналогичные вопросы участники группы поднимали 2, 4, 9, 11 и 22 марта. Статистика ответов демонстрирует полную нестабильность сложившейся ситуации (и это, разумеется, объяснимо). Другой вывод состоит в том, что медиафрилансеров, потерявших в уровне дохода или количестве заказчиков в каждом проведённом опросе оказалось больше, чем специалистов, чей уровень жизни улучшился.

В последнем из проведённых опросов, 22 марта, можно было отметить некоторый уровень стабилизации ситуации в сфере медиафриланса:

- 48% респондентов отметили, что доходы стабилизировались;
- 39% рассказали о возникших проблемах, которые ухудшили ситуацию: с одними заказчики прекратили сотрудничество, другим урезали ставки;
- 13% поделились успехом: эти медиафрилансеры поднимали цены, и при этом у них увеличилось число заказов.

2. Следующая проблема – оплата. Особенно остро с 2022 года и на момент написания настоящей диссертации стоит вопрос международных переводов. Следует добавить, что для фрилансеров никогда не существовало границ. На рынке фриланса совершенно естественной является работа на множество городов и даже стран. Единственным барьером может стать языковой, если индивид не знает конкретного языка. Весь русскоязычный сегмент Интернета существовал как единая площадка для работы всех русскоговорящих авторов. Журналисты и редакторы из всех стран бывшего СССР всегда коммуницировали, но только сейчас обнаружили проблему принадлежности к разным государствам. Значительное количество сообщений в данной группе ВКонтакте было посвящено проблеме осуществления переводов в другую страну. При этом с препятствиями столкнулись фрилансеры и всех государств, но если авторы из России и Украины не могли осуществить платёж чисто технически, то авторы, например, из Казахстана больше волновались о скачках курса доллара, от которого сильно зависят (что характерно для любых

фрилансеров, вне зависимости от страны). Многие отмечали состояние неопределённости и не могли решиться на конвертацию валют по текущему курсу.

В качестве дополнения мы проанализировали опрос, проведённый на альтернативной площадке для медиафрилансеров – создателями Telegram-канала «Freelance Choice. Вакансии по копирайтингу»²⁹⁸. Данный канал в основном публикует вакансии, и для нашего исследования там было недостаточно информации, однако 29 марта 2022 года владельцы канала решили уточнить у подписчиков, актуальна ли для них проблема с международными платежами. На момент проверки 30 марта в опросе поучаствовали 133 респондента. Статистика ответов продемонстрировала следующую картину:

- проблема не коснулась 47% медиафрилансеров;
- проблема существует и не решена для 26%;
- проблему решили 10% человек;
- затруднились с ответом 17%.

Возвращаясь к площадке социальной сети ВКонтакте, отметим, что медиафрилансеры дискутировали и о другой проблеме – имеет ли смысл увеличивать стоимость своей работы в текущей ситуации:

- ровно половина респондентов предпочла не вносить никаких изменений до стабилизации ситуации, многие отмечали, что главная цель – удержаться;
- 43% уверены, что надо поднимать цены (часто добавляли, что «соответственно доллару»), однако в основном указывали, что будут делать это позже;
- один респондент поделился, что даже пошёл на снижение цен ради постоянного заказчика.

²⁹⁸ Freelance Choice. Вакансии по копирайтингу // Telegram. URL: <https://t.me/freelancechoice/2636> (дата обращения: 30.03.2022)

3. Третья проблема, вызывающая у многих медиафрилансеров беспокойство, касается отключения популярных социальных сетей Instagram и Facebook, которые запрещены на территории России с 21 марта, после того, как московский суд признал Meta экстремистской организацией. Многие внештатные журналисты были вынуждены переместить свою деятельность на альтернативные площадки, однако это сопровождается потерей подписчиков и, соответственно, заработка. Возникают проблемы и технического плана с переносом уже опубликованного контента. Наиболее популярными вариантами замены стали Яндекс.Дзен и Telegram.

4. Страх, что Интернет в целом будет отключён. Такая перспектива особенно сильно пугает фрилансеров, чья деятельность чаще всего полностью зависит от Сети.

5. Опасения появления потока авторов-конкурентов, потерявших штатную работу.

6. Страх, что запретят сервисы Google. Из-за этих опасений фрилансеры начали массово консультироваться относительно возможности удобного варианта скачивания своих Google-документов.

7. У многих появились проблемы с привычным способом платить налоги через приложение, поскольку в России перестал работать Google Pay.

8. Фрилансеры, имеющие собственный сайт, озаботились его переездом на российский хостинг.

9. Возникали также вопросы относительно того, как трансформируется тематика материалов, которые передают в работу фрилансерам.

Неоднократно поднимались вопросы от специалистов, желающих перейти на фриланс: многие из них колебались, имеет ли смысл вносить изменения в свою жизнь в столь нестабильный момент. Были сомнения и у опытных медиафрилансеров, задумавшихся о возвращении на работу в штат. Однако, несмотря на все проблемы, 100% комментаторов голосовали исключительно за внештатный заработок.

Несколько раз в ленте группы появлялись сообщения общего плана. Порой авторы демонстрировали следы паники – другие, наоборот, пытались дать коллегам психологическую поддержку. Почти в каждом проанализированном сообщении были переходы на политические дискуссии, что естественно в ситуации острого кризиса, однако споры быстро прерывались замечанием от других участников о том, что цели группы несколько иные.

Руководство группы также опубликовало за проанализированный период ряд инструкций о том, как работать в текущей ситуации. В частности, можно выделить следующие рекомендации, данные медиафрилансерам:

- не браться за большие материалы, которые в любой момент могут перестать быть актуальными;
- упрощать, концентрируясь на конкретных простых проблемах, а не общемировых;
- отслеживать нужды своей аудитории и сосредоточиться на этих темах.

Добавим, что данный анализ был проведён в целях понять первые последствия. На момент написания настоящей диссертации, к сожалению, ситуацию нельзя назвать завершённой. Внештатные журналисты, помимо проблем, с которыми столкнулись все, серьёзно зависят от международных отношений, курсов валют, возможности осуществить перевод в другую страну, социальных сетей и пр. Медиафрилансеры всегда коммуницировали без границ, а теперь вынуждены учитывать новые реалии.

Также ещё раз подчеркнём, что фриланс – это не только способ получения дохода. Всё большее число внештатных специалистов относятся к нему как к философии жизни. Особенно это верно для представителей креативных индустрий, в том числе журналистов²⁹⁹, что мы не раз отмечали на конференциях и в научных статьях³⁰⁰. В сфере медиа различные авторские проекты внештатных

²⁹⁹ Тихомирова О.Г., Севостьянова А.А. Указ. соч.

³⁰⁰ Олешко В.Ф., Мухина О.С. Медиафриланс как новая реальность. И не только экономическая // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 1.

журналистов (фильмы, блоги, программы) являются актуальной формой независимой журналистики. Фрилансеры не сдержаны рамками редакций и могут позволить себе более творческий, уникальный и авторский подход в работе³⁰¹. Конечно, встречаются и иные мнения. К примеру, в числе минусов внештатной журналистики учёные отмечают отчуждённость от профессионального журналистского сообщества и проблемы с профессиональной идентификацией³⁰².

Подытоживая настоящий параграф, отметим, что, несмотря на некоторые проблемы, фриланс ещё и до пандемии коронавируса занимал всё более уверенные позиции в редакциях современных СМИ. Время, когда внештатная работа считалась нетипичной и вызывала опасения работодателей, прошло. Современные технологии позволяют постоянно быть на связи с удалённым сотрудником, вне зависимости от территории его проживания, и даже контролировать процесс работы, если необходимо. При этом и редакции, и журналисты успели оценить получаемые выгоды от такого сотрудничества.

Вместе с тем, несомненно, что коронавирусная пандемия значительно ускорила процессы гиг-экономики. Даже наиболее традиционно настроенные издания попробовали формат удалённой работы, освоили дистанционные технологии и теперь не видят препятствий для сотрудничества с фрилансерами. Хотя штатные журналисты, насильно переведённые на удалённую работу и фриланс, выделяли больше отрицательных последствий, нежели положительных. Не имея, по-видимому, склонности и желания к данному образу жизни, они не так ценили преимущества фриланса, как те, кто стал фрилансером по собственной инициативе.

С. 32-39; Мухина О.С. Медиа цифровой эпохи: характерные особенности и закономерные тенденции в форме гражданской журналистики и фриланса // В сборнике: Студенческая наука, искусство, творчество: от идеи к результату. Сборник материалов VIII Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар, 2021. С. 219-224.

³⁰¹ Щербаль С.С., Степанова И.Д. Указ. соч. – С. 250.

³⁰² Черепанова Т.В. Профессиональная идентичность журналиста в контексте фриланса // В сборнике: Инновации в бизнесе, науке и образовании. Сборник статей по материалам III ежегодной научно-практической конференции. 2018. С. 196-199.

События 2022 года и последовавшие для России санкции также, с одной стороны, способствовали увеличению числа фрилансеров, но, с другой, создали значительное число препятствий для международного сотрудничества – привычного фрилансерам. Хотя на момент написания настоящей диссертации опыт внештатных специалистов говорит о том, что существующие проблемы пока решаемы.

Количество фрилансеров серьёзно увеличилось, что означает возросшую конкуренцию на рынке внештатной журналистики, однако также требует решить правовые неопределённости в статусе медиафрилансеров. Вероятно, повлечёт это и коллективный поиск решений психологических, этических и творческих дилемм. Рискнём предположить, что текущий момент является последним этапом неопределённости в сфере фриланса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на активное распространение фриланса, на сегодняшний день этот способ заработка и образ жизни всё же остаётся уделом меньшинства. Как показывают соцопросы, далеко не все могут даже примерно сформулировать понятие фрилансера на бытовом уровне.

Впрочем, было бы странно ожидать этого от неспециалистов, чьи мнения собирают социологи на улицах в рамках общественных опросов, поскольку и в настоящей диссертации, углубившись в законодательство, словари и научные работы, мы пришли к выводу, что понятие фрилансера не определено, и нет даже минимального перечня общепризнанных характеристик данного термина.

Но даже имеющееся меньшинство фрилансеров представляет собой уже довольно значительный процент населения, что требует и регулирования на законодательном и морально-этическом уровне, и социального объединения для решения повседневных вызовов, и научного осмысления данного феномена.

Следует отметить, что фриланс в целом и медиафриланс в частности отнюдь не является новым явлением. Собственно, история привычного большинству трудового контракта с социальными гарантиями охватывается в основном XX веком. Мы привыкли относиться к фрилансу как к нетипичной форме занятости (хотя данное отношение стремительно меняется), однако в историческом ракурсе фриланс является гораздо более типичным, нежели актуальный сегодня формат трудового договора.

Ещё одним интересным выводом является некоторый возврат к истокам. Медиафрилансеры начинали в XVI-XVII веках как писатели-халтурщики на Грабской улице, которые выдавали поверхностные тексты за крайне низкую оплату и не пользовались уважением в социуме. В настоящий момент огромное количество медиафрилансеров трудится на виртуальной метафорической «Грабской улице» в Интернете, выдавая такой же поверхностный контент (обычно рерайты), больше нацеленный на роботов поисковиков, нежели на

настоящую аудиторию. Как и их предшественники с Граб-стрит, современные рерайтеры-халтурщики получают крайне мало и также не пользуются уважением ни в обществе в целом, ни в медиасреде.

Вместе с тем, как показывают и актуальные исследования, и наш анализ, для большинства современных медиафрилансеров важен вопрос творческой самореализации. Внештатные авторы в массе своей не готовы мириться с неинтересными и бессмысленными заданиями, а наиболее опытные из них, имеющие связи и возможность выбирать заказы, концентрируют усилия на том, что считают действительно значимым для себя – как для человека, гражданина, журналиста и пр. Многие из них уверены, что своей работой вносят важный вклад в развитие социума и гордятся результатами своего труда.

Однако до сих пор российское законодательство не содержит понятий «фриланс» или «фрилансер». Существуют смежные термины: например, дистанционная (удалённая) работа и самозанятость. Но, как демонстрируют и результаты нашего исследования, и 10-летний опыт включенного наблюдения автора настоящей диссертации в качестве медиафрилансера, на рынке активно используются и другие варианты оформления отношений между внештатным автором и редакцией СМИ: в частности, трудовой договор, гражданско-правовой договор, регистрация ИП или ООО (следует добавить, что последние две опции нередко осуществляются по принуждению со стороны заказчика – таким образом, на журналиста фактически перекладываются предпринимательские риски и налоговые обязательства, что можно считать кабальной сделкой, а фрилансеров, попавших в такую ситуацию, – прекариатом).

Хотя наше исследование показало, что половина медиафрилансеров зарегистрированы в качестве самозанятых, невозможно отрицать тот факт, что на глобальном рынке фриланса, несмотря на рост числа самозанятых, большинство внештатных специалистов избегает данной регистрации, поскольку опасается ужесточения предлагаемого сегодня режима. Кроме того, необходимо делать поправку и на естественное нежелание представителей

теневой экономики отвечать на подобные вопросы, даже анонимные. Поэтому неудивительно, что большинство респондентов – зарегистрированы официально.

В большинстве ситуаций наиболее логичным в медиасфере является заключение гражданско-правового договора между редакцией и внештатным журналистом как физическим лицом. Требование регистрации в качестве самозанятого, ИП или оформления предприятия со стороны заказчика должно считаться кабальной сделкой и влечь ответственность при наличии доказательств.

С другой стороны, трудовой договор, напротив, является повышенной социальной защитой для специалиста. Наличие трудового контракта вызывает закономерные вопросы, можно ли считать данного индивида фрилансером, однако на практике это не редкость. Предлагаем следующую концепцию: сотрудник, имеющий трудовой договор, может считаться фрилансером в случае, если уделяет данной работе не полный рабочий день и преимущественно находится вне территории работодателя. Такой формат отношений позволит специалисту иметь несколько источников дохода, не зависеть от конкретного работодателя и, таким образом, фактически оставаться свободным – а ведь именно свобода является частью самого термина *freelancer*.

Возникает уже и необходимость регулирования труда медиафрилансеров на уровне кодексов профессиональной этики. Журналистика была и остаётся профессией с повышенным уровнем социальной ответственности. Однако именно фрилансеры, часто оторванные от коммуникации с коллегами и, в ситуации нестабильных заработков, порой вынужденные братья за любые заказы, являются группой риска в плане нарушения морально-этических основ журналистики. К примеру, внештатные авторы могут взяться за работу в сфере рекламы или PR, что, согласно канонам, недопустимо совмещать с журналистским трудом.

Проанализированные нами кодексы профессиональной этики чаще всего, если и включают фрилансеров, то редко учитывают особенности их труда. Интересно, что кодексы, принятые на уровне государств и международных или общественных организаций чаще всего носят идеалистический характер и делают акцент на ответственности журналиста перед аудиторией. А кодексы отдельных изданий сосредотачиваются на ответственности автора перед этим конкретным СМИ, его собственниками и редакцией.

Важной проблемой медиафрилансеров является постоянный поиск заказов. Они должны в непрерывном режиме генерировать новые идеи. Как верно отмечали и разные исследователи, и практикующие медиафрилансеры, каждый специалист, работающий внештатно, должен быть профессионалом в двух сферах: во-первых, по своей основной специальности; во-вторых, в сфере продаж. Нередко это является большой проблемой для журналистов – как представители креативной индустрии, многие из них далеки от решения экономических задач. Неудивительно, что диаграмма доходов, представленная в итогах нашего исследования, говорит о полной непредсказуемости уровня заработков для медиафрилансера: невозможно констатировать, что большинство из них зарабатывают больше, меньше или на уровне штатных коллег. Как свидетельствуют и актуальные исследования, и наш анализ, и опыт включенного наблюдения автора, доход фрилансера сильно зависит от его навыков менеджера, способностей продать свои услуги и в целом найти заказчика.

Однако это во многом способствует постоянному профессиональному росту. Большинство медиафрилансеров регулярно проходит всевозможные семинары, тренинги, курсы повышения квалификации – поскольку каждый новый навык, будь то умение работать с SEO или с админ-панелью сайта, превращается в дополнительную услугу и монетизируется во вполне ощутимый доход. По этой же причине фрилансеров можно считать первопроходцами и основными двигателями прогресса. Во-первых, они острее ощущают конкуренцию. Во-вторых, не будучи зажатыми рамками многоступенчатых

иерархий редакций, они имеют возможность более быстро и гибко реагировать на любые трансформации и нововведения. С другой стороны, и СМИ, подгоняемые конкурентами-блогерами, вынуждены быстрее рассматривать любые новые предложения рынка. Так что, благодаря фрилансерам, происходит более оперативное обновление профессии.

Как показал наш анализ, при поиске заказчиков в медиасфере лидируют такие методы, как использование социальных сетей и самопрезентация себя в них, участие в торгах на биржах фриланса, подключение личных связей (для этого варианта чаще всего приходится какое-то время поработать в штате, но многие медиафрилансеры действительно переходят на этот способ заработка после нескольких лет штатной работы в редакциях) и отправка предложений напрямую в интересующие средства массовой информации. Удивительно, но один из лучших способов по мнению автора настоящей диссертации как медиафрилансера со стажем (поиск на сайтах вакансий) пользуется незначительным спросом.

Следует добавить, что весьма спорным методом является работа на биржах фриланса. Как показал и наш анализ этих бирж, и мнения многих медиафрилансеров, и исследования разных авторов, труд на этих биржах оплачивается на крайне низком уровне. Однако реплики медиафрилансеров разнятся от «новичкам следует братья за любые заказы» до «уважающий себя специалист не будет работать за такую оплату». И, как можно увидеть на нашем графике, биржи остаются одним из популярных способов заработка на фрилансе.

Значимым элементом стабильности для многих является сотрудничество с несколькими заказчиками одновременно. Наличие только одного источника дохода нередко считается признаком новичка в сфере фриланса.

Неожиданным открытием для автора настоящей диссертации стал тот факт, что большинство фрилансеров при оценке своего уровня дохода оперируют месячными заработками, как и штатные специалисты. Как медиафрилансер, автор оценивает исключительно свой заработок за час

(популярным вариантом для пишущих медиафрилансеров является также оценка заработка за тысячу знаков), поскольку доход фрилансера напрямую зависит от количества потраченного времени. Однако наши респонденты чаще всего придерживались позиции, что традиционно индивиды оперируют месячным доходом, и не видели оснований менять это.

Значимой проблемой для современных фрилансеров являются психологические вопросы: необходимость выстраивания лично-рабочих границ, социальная отчуждённость, отсутствие коммуникации с коллегами. В этом смысле интересен вывод западных исследователей, утверждающих, что, как ни парадоксально, наиболее успешными медиафрилансерами становятся те, кто наименее свободен в традиционном понимании фриланса: снимает офис с другими фрилансерами, имеет постоянное сотрудничество с фотографом (если это пишущий автор), придерживается в работе стандартного офисного графика, официально оформляет доход. Зарубежные исследователи также призывают фрилансеров воспринимать друг друга как коллег, а не конкурентов. Тем более, что взаимозаменяемость и возможность передачи заказа в случае пересечения дедлайнов является важным пунктом стабильности и равномерности заработков.

Однако, как показало наше исследование, большинство российских медиафрилансеров работает из дома и редко коммуницирует с коллегами, но чаще всего не испытывает из-за этого проблем, считая общение с семьёй и друзьями достаточным для социализации. Немногие из них выбирают библиотеки или коворкинги при острой необходимости выстраивания лично-рабочих границ.

Препятствием для успешного фриланса может стать и юридическая неграмотность. Больше половины наших респондентов сталкивались с мошенниками и неоплатой выполненной работы. Классической схемой борьбы с недобросовестными заказчиками является требование предоплаты. Некоторые придумывают и собственные методы: например, высылают часть текста или скриншот с затемнением части материала.

Однако многие российские медиафрилансеры относятся философски к данному недостатку, отмечая, что и среди авторов бывают недобросовестные исполнители. Кроме того, чаще всего можно неоплаченный материал отправить в другую редакцию. Встречались и реплики успешных востребованных специалистов, которые добавляли, что надо сотрудничать с профессионалами, и таких проблем не возникнет.

Однако заниматься защитой индивидов должно государство. Главной проблемой фрилансеров является то, что они вынуждены сами разрабатывать правила, которые при работе в штате даны как готовый алгоритм.

Но, несмотря на все проблемы и вызовы фриланса, большинство наших респондентов удовлетворены своим выбором – как психологически, так и экономически. В массе своей они также уверены, что выполняют социально значимую работу и приносят пользу обществу.

Надо отметить, что в плане наличия конкретной специализации мнения наших респондентов разделились почти поровну: многие считают, что специализация необходима, и лучше качественно погрузиться в одну-две темы, чем быть любителем в десяти. Однако другие медиафрилансеры готовы создавать контент по любой тематике и даже гордятся тем, что в состоянии разобраться в любой сфере. Правда, на наш взгляд, именно эта вторая категория представляет собой новый виток развития писателей-халтурщиков с метафорической виртуальной «Габской улицы».

Оценивая современное состояние медиафриланса и актуальные вызовы, нельзя не отметить и итоги коронавирусной пандемии (до сих пор, к сожалению, не завершённой). Пандемия COVID-19 существенно трансформировала многие стороны нашей жизнедеятельности. Не исключением стала и журналистика. Многие журналисты были переведены на удалённую работу или фриланс – зачастую вынужденно, что превращает их в прекариат.

Интересно, что штатные журналисты, временно оценившие образ жизни удалённого работника и фрилансера, отметили, конечно, и достоинства данного

формата отношений с редакцией, но выделили гораздо больше недостатков. Вероятно, это является следствием того, что данные специалисты делали этот выбор не по собственной инициативе и не имели склонности к данному образу жизни. В результате основные (по мнению настоящих фрилансеров) преимущества внештатной работы – такие как свобода, экономия времени, возможность уделять больше внимания личным и семейным делам – стали для них не настолько существенными, чтобы перевесить недостатки (прежде всего, отсутствие коммуникации и нестабильность).

Тем не менее, часть журналистов в результате пандемии не вернулась к обычной штатной работе. Редакции оценили финансовые выгоды, а сотрудники – экономию времени. Появились и новые механизмы, упрощающие дистанционную коммуникацию (онлайн-трансляции, онлайн-встречи и планёрки, приток новых пользователей в мессенджеры и программы для онлайн-связи). Для опытных медиафрилансеров это стало, с одной стороны, минусом (увеличение числа конкурентов), но, с другой, многие ранее консервативно настроенные редакции стали соглашаться на сотрудничество с фрилансерами – появилось и больше вакансий.

Существенным вызовом для фрилансеров стали события 2022 года. Внештатные специалисты всегда работали вне государственных границ, и международная повестка серьёзно сказывается на работе фрилансеров. Многие из них столкнулись с проблемами с международными платежами. Другие вынуждены были переместить свою деятельность на альтернативные платформы после закрытия популярных социальных сетей – что означало потерю подписчиков и, как следствие, падение уровня доходов. Испытывают кризис многие сферы деятельности, закрываются СМИ и другие предприятия, а это значит, что и медиафрилансеры получают меньше заказов. Интересно, что, несмотря на проблемы, медиафрилансеры продолжают рекомендовать этот образ жизни и не собираются возвращаться в штат.

В целом же общая тенденция на рынке свидетельствует о неизменном росте числа фрилансеров. Меняется и отношение к ним: если ещё недавно их воспринимали как лиц, не сумевших найти работу в штате, то сейчас они превратились в партнёров-предпринимателей, которые поставляют регулярный и порой уникальный контент.

Добавим, что фриланс – это не только способ заработка, но для многих и философия жизни. Особенно для представителей креативных индустрий, включая журналистов. Зарубежные исследователи среди фрилансеров выделяют предпринимателей и идеалистов. Впрочем, это не две разрозненные группы, а шкала, на которой некоторые внештатные авторы настроены более идеалистически, другие – скорее прагматически.

Полученная автономия является не только бытовой («свобода от понедельников, начальников и будильников»), но и творческой. Как отмечали наши респонденты, они не зависят от политики конкретной редакции (поскольку почти всегда можно найти покупателя на материал), от региона (они могут заниматься повесткой своего города или любого другого), они сами формируют свой график и последовательность работы и выбирают интересные для себя темы. Впрочем, позволить себе это могут чаще всего те, кто решил базовые проблемы с обеспечением себя необходимым количеством заказов.

В заключение добавим из личного опыта медиафриланса, что обратной стороной свободы является ответственность. Автор настоящей диссертации по шкале идеалистов/предпринимателей является, конечно, крайне выраженным идеалистом. Однако успеха на данном пути достигает тот, кто осознаёт и принимает обратную сторону этой автономии. Редкий штатный сотрудник понимает, сколько обязанностей берёт на себя работодатель. Когда все эти – экономические, юридические, организационные и другие – нюансы вынужден решать один специалист, неудивительно, что он чаще всего не проходит испытание первого года фриланса (классический срок борьбы начинающего фрилансера за существование) и возвращается в штат.

Однако фриланс как явление нашей действительности занимает всё более уверенные позиции и охватывает всё большее число индивидов. Разумеется, есть сферы, плохо подходящие или совсем не приспособленные для фриланса. Но журналистика не относится к их числу и даже по статистике занимает четвёртое место в рейтинге фриланс-профессий. Некоторые исследователи в связи с этим резюмируют, что прошёл «золотой век» прессы. Другие видят в данной тенденции новые возможности как лично для себя и профессиональной самореализации, так и для обновления журналистики как профессии и значимой социальной сферы нашей жизни.

Перспективы дальнейшей разработки темы видятся как в осмыслении этих весьма вероятных будущих нововведений, так и в расширении спектра возможных исследований. Так, например, было бы интересно сравнить отношение к фрилансу среди начинающих и опытных внештатных журналистов. В своей диссертации мы делали акцент на медиафрилансерах со стажем, поскольку именно они были готовы поделиться опытом. Однако первый кризисный год фриланса – это особый период, который также важно изучить. Другими возможными направлениями исследований может стать анализ редакторских практик по коммуникации и сотрудничеству с внештатными авторами, а также тенденции медиаобразования в ракурсе обучения будущих журналистов работе в условиях фриланса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*Нормативно-правовые акты*

1. Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 19.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.01.2023) // Собрание законодательства РФ. 07.01.2002. № 1 (ч. 1). Ст. 3.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) // Собрание законодательства РФ. 07.08.2000. № 32. Ст. 3340.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) // Собрание законодательства РФ. № 31. 03.08.1998. Ст. 3824.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.12.2022) // Собрание законодательства РФ. 17.06.1996. № 25. Ст. 2954.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. № 5. Ст. 410.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.04.2022) // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. Ст. 3301.
7. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход». Федеральный закон от 27.11.2018 № 422-ФЗ (ред. от 28.12.2022) // Собрание законодательства РФ. 03.12.2018. № 49 (часть I). Ст. 7494.

8. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Федеральный закон от 29.07.2017 № 276-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 31.07.2017. № 31 (Часть I). Ст. 4825.

9. Об информации, информационных технологиях и о защите информации. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 18.06.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3448.

10. О средствах массовой информации. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 29.12.2022) // Российская газета. 08.02.1992. №32.

11. Об утверждении Методики расчета показателя «Количество самозанятых граждан, зафиксировавших свой статус и применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (НПД)» федерального проекта «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами», входящего в национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Приказ ФНС России от 02.07.2021 № ЕД-7-20/620@ (ред. от 07.04.2022) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_390984/ (дата обращения: 19.01.2023)

12. О Программе развития сферы культуры в Санкт-Петербурге «Культурная столица» на 2012-2014 годы. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 07.02.2012 № 113 (ред. от 19.12.2014) // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/35364212/> (дата обращения: 19.01.2023)

13. Согласованный список подтверждающих документов, предоставляемых заявителями для получения Шенгенской визы в Российской Федерации (Документ не применяется) // Ваше право. 2013. №3.

14. Freelance Isn't Free Act. Local Law 140 of 2016 // NYC Government. URL: <https://www1.nyc.gov/site/dca/about/freelance-isnt-free-act.page> (дата обращения: 01.10.2022)

Кодексы профессиональной этики

15. Этико-правовое пособие для блогеров // Официальный сайт Общественной коллегии по жалобам на прессу. URL: <https://bloggers.presscouncil.ru/index.php/2-uncategorised/7-etiko-pravovoe-posobie-dlya-blogerov> (дата обращения: 26.02.2023)

16. European Code of Journalism Ethics: International Mechanisms for Promoting Freedom of Expression // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/international-mechanisms-for-promoting-freedom-of-expression> (дата обращения: 10.01.2021)

17. Frontline Freelance Register: Frontline Freelance Register Code of Conduct // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/frontline-freelance-register-code-of-conduct> (дата обращения: 10.01.2021)

18. Journalists for the Future (LDC): Online Journalist's Code Of Conduct // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/online-journalists-code-conduct> (дата обращения: 10.01.2021)

19. Press Council and Commission of Sri Lanka: Colombo Declaration on Media Freedom and Social Responsibility // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/code-of-ethics-sri-lanka1> (дата обращения: 10.01.2021)

20. Sydney Morning Herald Code of Ethics // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/Australia-Sydney-Morning-Herald> (дата обращения: 10.01.2021)

21. The Philadelphia Inquirer: The Philadelphia Inquirer Code of Conflicts of Interest // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/usa-the-philadelphia-inquirer-code-of-conflicts-of-interest> (дата обращения: 10.01.2021)

22. United States of America: Ethics Guidelines // Accountable Journalism.
URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/los-angeles-times-ethics-guidelines> (дата обращения: 10.01.2021)

Научная и учебная литература

23. Абашев В.В. Блогеры-урбанисты: медиаактивность как политическое действие // Век информации. 2020. Т. 8. № 1. С. 21-32.

24. Азаренко В.Е. Проблема внедрения института самозанятых граждан в законодательство Российской Федерации // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 7 (41). С. 210-212.

25. Аллагулова Э.Р., Шагиева А.А. Аспекты правового регулирования фриланса в международном частном праве // Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Пенза, 2021. С. 156-158.

26. Амиров В.М. «Материнские» блоги: классификация и стратегии реализации // В сборнике: Пользовательский контент в современной коммуникации. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 107-109.

27. Аникин В.А. Социальные классы новой России – неравные и разные // Социологические исследования. 2020. № 2. С. 31-42.

28. Антошин А.В. Что важнее – технологии или смыслы? Размышления о конвергентной журналистике // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28. № 1. С. 209-214.

29. Анхель Х.Л.И., Линников А.С., Серeda А.В., Минаков А.С. Актуальные способы юридической защиты российских лиц в обстановке международных экономических санкций // Финансы: теория и практика. 2022. Т. 26, № 1. С. 198-214.

30. Афанасов Н.Б. Переопределяя свободу. Цифровой капитализм и частная собственность // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2022. Т. 7. № 1. С. 74-83.

31. 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.

32. Багирова А.П., Ильвес Э.В. Параметры состояния социально-трудовой сферы общества как индикаторы роста прекаризации труда // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. Т. 12. № 12 (345). С. 85-93.

33. Багирова А.П., Ильвес Э.В. Прекаризация родительского труда в России: анализ и система регуляторов // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2018. № 4 (64). С. 102-110.

34. Базаева Ф.У. Научно-теоретические аспекты творческой самореализации личности // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 10-2 (100). С. 12-15.

35. Бахтин Е.Л. Роль высшего образования в формировании ориентаций студентов и выпускников вузов на прекарную занятость. Автореферат дис. ... кандидата социологических наук / Ур. федер. ун-т имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2023. 17 с.

36. Беляков С.А., Степина И.О., Эйрих В.Е. Влияние пандемии covid-19 на рынок труда: социально-экономические изменения, цифровизация // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2020. № 5 (46). С. 4-8.

37. Бессонов С.И. Роль журналистского образования в формировании профессиональной культуры «непрофессионалов» // В сборнике: Профессиональная культура журналиста в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы. сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский федеральный университет имени первого

Президента России Б.Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, Департамент «Факультет журналистики». 2020. С. 183-185.

38. Бондарева И.Ю. Возможности и ограничения практик социологического анализа самозанятости // В книге: Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии». Отв. ред. А.В. Кулешова. 2018. С. 277-281.

39. Варакина Г.В. Фриланс как форма занятости и образ жизни: социально-психологические аспекты (ред. Р.Е. Маркин, А.В. Проноза). Качество жизни в фокусе междисциплинарных исследований. Материалы национальной научно-практической конференции с международным участием. Москва, 2019. С. 28-32.

40. Виноградова К.Е. Журналистская деятельность в дистанционном формате: трансформация внутрифирменной коммуникации в период пандемии // В сборнике: Управление коммуникациями. Сборник статей Первой международной научно-практической конференции. Под редакцией А.Н. Чумикова, Э.Э. Шульца. Москва. 2022. С. 78-86.

41. Вольф К.В., Бархатов И.В. Фриланс как форма адаптации молодежи к рынку труда в условиях пандемии // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. № 10 (6). С. 93-96.

42. Вохмянина А.С. Правовое регулирование гиг-экономики в России // Аллея науки. 2022. Т. 1. № 4 (67). С. 732-736.

43. Гавриленко А.В. Самозанятость населения московского региона: потенциал и риски // Социальная политика и социология. 2022. Т. 21. № 1 (142). С. 89-96.

44. Гавриленко А.В. Самозанятость населения Московского региона: социологическое измерение // Социальная политика и социология. 2021. Т. 20. № 4 (141). С. 53-63.

45. Гордеева Е.В., Кононенко Д.С. Развитие фриланса в современной России // Лучший исследовательский проект 2020: Сборник статей

II Международного научно-исследовательского конкурса. Петрозаводск, 2020. С. 153-159.

46. Гостилова Л.Д. Современные тенденции развития фриланса в России // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Информационные технологии. 2021. № 2 (18). С. 72-76.

47. Диасамидзе Ф., Мовсесян А.С., Степанян В.В., Цветаева А.Ю. Проблемы и вызовы экономических и санкционных отношений России и США // В сборнике: актуальные вопросы экономики. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. Пенза, 2022. С. 52-54.

48. Долженко Р.А. Формирование и использование новых форм трудовых отношений в условиях становления инновационной экономики. Автореферат дис. ... доктора экономических наук / Ом. гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского. Омск, 2016. 22 с.

49. Долженко Р.А., Пикунова М.Н. Фриланс как новая форма трудовых отношений: перспективы использования на рынке труда // Вестник алтайской науки. 2015. № 3-4 (25-26). С. 214-221.

50. Дяченко А.А., Сорокина А.С. Фриланс как альтернативная форма занятости в период пандемии // Молодежный научный форум. сборник статей по материалам СХХIX студенческой международной научно-практической конференции. Москва, 2021. С. 59-65.

51. Ерофеева И.В., Толстокулакова Ю.В., Муравьев А.В. Пандемия коронавируса в концептуальной сфере медиадискурса России и Китая: стратегия выживания // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 78-93.

52. Загидуллина М.В. Брендинг в условиях медиатизации: социокультурные факторы // Челябинский гуманитарий. 2019. № 3 (48). С. 25-33.

53. Землянский А.В. Причины возникновения инфодемии: сравнительный анализ освещения эпидемии SARS и пандемии COVID-19 //

Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 3. С. 570-579.

54. Исхаков Р.Л. Историко-теоретические основания научного изучения журналистских практик в XXI веке // В сборнике: Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. Материалы международной научно-практической конференции. К 80-летию журналистского образования на Урале и 75-летию факультета журналистики Уральского университета. Министерство образования и науки РФ, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Департамент «Факультет журналистики». 2016. С. 43-46.

55. Казанцев С.В. Антироссийские санкции: оценка ущерба. М.: Инфра-М, 2022. 201 с.

56. Камарова Т.А. Социально-экономическая оценка развития нестандартных форм занятости на региональном рынке труда : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург, 2021. 31 с.

57. Камарова Т.А. Фриланс: проблемы правового регулирования социально-трудовых отношений // В сборнике: Проблемы взаимодействия публичного и частного права при регулировании цифровизации экономических отношений. Материалы III Международной научно-практической конференции. Отв. за выпуск М.А. Задорина, отв. редактор Г.З. Мансуров. 2020. С. 128-132.

58. Камарова Т.А., Тонких Н.В. Цифровая занятость: классификация и гендерная специфика // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 22-30.

59. Капустина А. А. Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки // Век информации. 2019. Т. 7. № 1. С. 119-125.

60. Капустина А.А. Фриланс-журналистика в XXI веке: недостатки и преимущества // В сборнике: Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей. Межвузовский сборник

научных работ студентов, магистрантов и аспирантов 18-й международной конференции студентов и аспирантов «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» и финалистов XII международного «Конкурса научных работ студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей» Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. науч. ред. А.А. Малышев. 2019. С. 73-78.

61. Кашепов А.В. Цифровизация и новые бизнес-технологии как факторы труда и занятости населения // Modern Science. 2020. № 8-1. С. 71-76.

62. Квасова Ю.Р. Современные технологии трудовых отношений // Научное и образовательное пространство: перспективы развития. Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции. 2020. С. 98-99.

63. Кириллова Н.Б. Цифровая культура глобализованного мира и творческое развитие личности // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. 2022. № 8. С. 12-17.

64. Киуру К.В. «Цифровое поколение» студентов факультетов журналистики: проблемы и вызовы в условиях современной медиакommunikации // В сборнике: Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института. сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2-х частях. Министерство науки и высшего образования РФ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина; Уральский гуманитарный институт, Департамент «Факультет журналистики». 2019. С. 43-46.

65. Кожевникова Е.В., Харченко В.С. Стиль жизни современных мамалансеров // Женщина в российском обществе. 2020. № 3. С. 92-102.

66. Кокшаров В.А., Агарков Г.А., Сущенко А.Д. Прекаризация труда, как растущая форма занятости молодых специалистов в условиях пандемии // Экономика региона. 2020. Т. 16. Вып. 4. С. 1061-1071.

67. Коломийцева Е.Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1 (34). С. 144-152.

68. Костюк А.А. Процесс творческой самореализации в условиях информационного общества // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. 2020. № 1 (35). С. 71-76.

69. Кошелев А.А. Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 63-5. С. 126-128.

70. Кошелев А.А. История развития фриланс и причины отказа от традиционных форм занятости // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 60-4. С. 72-74.

71. Кошелев А.А. Перспективы развития фриланса в современном социуме: теоретико-методологический анализ // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 62-7. С. 83-85.

72. Крылова Н.В. Писатель-журналист в отечественном информационном пространстве: исторический аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2017. № 2. С. 92-95.

73. Кузьмич С.В. Европейский опыт формирования концепции «этического журнализма» в наши дни: актуальные проблемы и способы их решения // В сборнике: Филология, лингвистика, журналистика: актуальные вопросы и современные аспекты. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 53-56.

74. Кукса И.Ю. Коммуникативная специфика первой отечественной печатной газеты «Ведомости Петра Великого» // Научный диалог. 2019. № 8. С. 135-148.

75. Лигидов Р.М., Шапсигов А.Х., Шадова З.Х., Тхамитлокова Ю.О., Хатухова Д.В. Фриланс как новая форма занятости в условиях цифровой экономики // Синергия Наук. 2020. № 44. С. 195-204.

76. Лозовский Б.Н. Журналистика: гибридизация принципов в эпоху цифровизации // В книге: Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций. Булатова Э.В., Выровцева Е.В., Глебович Т.А., Градюшко А.А., Даутова Р.В., Зиновьев И.В., Иванова Л.Д., Лозовский Б.Н., Мясникова М.А., Олешко В.Ф., Олешко Е.В., Симакова С.И., Сумская А.С., Щербакова Г.И. Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2020. С. 49-62.

77. Лымарева О.А., Козловская А.А., Жукова Н.Е. Роль корпоративной культуры в системе управления дистанционными сотрудниками // Экономика устойчивого развития. 2020. № 1 (41). С. 114-116.

78. Макеенко М.И., Вырковский А.В. Основные характеристики трудовой биографии молодых выпускников факультетов журналистики в Москве в 2010-е годы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 2. С. 49-92.

79. Мясникова М.А. Театральное блогерство и традиционная театральная критика: конфликты поколений и инструментария // В сборнике: Пользовательский контент в современной коммуникации. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 191-195.

80. Нестерова Е.М. Блогер как субъект информационных правоотношений // В сборнике: Тамбовские правовые чтения имени Ф.Н. Плевако. Материалы IV международной научно-практической конференции. В двух томах. Тамбов, 2020. С. 436-440.

81. Никитин О.В. «Ведомости» времени Петра Великого // Русская речь. 2004. № 2. С. 73-77.

82. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 119-129.

83. Олешко В.Ф., Олешко Е.В. К проблеме дисфункциональности информационной деятельности региональных массмедиа // Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. Материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. / Отв. ред. В.В. Касьянов. Краснодар: Изд-во Куб.ГУ, 2021. 398 с.

84. Олешко В.Ф., Олешко Е.В. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. СПб: Издательство Алетейя, 2021. 472 с.

85. Осадчая Е.В. Исторический аспект правового статуса фриланса и удаленной работы в зарубежных странах // Юридический форум. Пенза, 2022. С. 59-61.

86. Панас Е.В. О правовом регулировании фриланса в странах Европейского союза // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Минск: Четыре четверти, 2014. С. 142-144.

87. Пешкова В.В. Тунеядство: опыт прошлого и проблема настоящего // Синергия Наук. 2017. № 15. С. 649-658.

88. Писаренко Д.О. Развитие сферы фриланса в условиях цифровизации и трансформации gig-экономики // В книге: Прогрессивные концепции развития отраслей народного хозяйства. Сборник докладов Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2020. С. 62-69.

89. Позняков В.П., Швайбович Л.В. Виртуальное предпринимательство как объект психологического исследования // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 5. С. 282-288.

90. Полетаева О.В. Социальные факторы появления фрилансеров в структуре занятого населения // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2017. № 1 (41). С. 119-129.

91. Полетаева О.В. Фрилансеры в составе класса наемных работников : профессиональные характеристики и статусные позиции : автореферат дис. ... кандидата социологических наук : 22.00.04 / Пенз. гос. ун-т. Пенза, 2017. 27 с.
92. Прекариат: становление нового класса: (коллективная монография) / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2020. 400 с.
93. Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Весь Мир, 2021. 400 с.
94. Распопова С.С. Пандемия COVID-19 как триггер для изменений СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). С. 88-93.
95. Распопова С.С. Субъекты информационной деятельности в медиатическом поле // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 4 (34). С. 185-189.
96. Рассадина Д.С. Фриланс как вид трудовой деятельности в цифровом обществе // Власть. 2021. № 5. С. 195-201.
97. Русина Ю.А. Самиздат в СССР: тексты и судьбы: монография. С-Пб; Екатеринбург: Издательство Алетейя, 2019. 204 с.
98. Саймонс Г.Д., Мухин М.Ю., Олешко В.Ф., Олешко Е.В., Лозовский Б.Н., Сумская А.С., Лозовская А.И., Свердлов С.А., Соломеина В.Г., Мухина О.С. Межпоколенческая трансляция коммуникативно-культурной памяти в эпоху цифровизации. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2021. 204 с.
99. 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.
100. Сергачев В.Я. Фриланс в журналистике как тренд времени // В сборнике: Неделя науки и творчества. материалы Межвузовского научно-практического форума студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященного

Году российского кино: в 5 частях. Ответственный редактор А.Д. Евменов. 2016. С. 48.

101. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Ловушка гибкой занятости: как нестандартный график работы влияет на баланс между работой и жизнью фрилансеров // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 3 (151). С. 86-102.

102. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров): Препринт WP4/2009/02. М.: Изд. дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2009. 76 с.

103. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Что мы знаем о фрилансерах? Социология свободной занятости. М.: НИУ ВШЭ, 2022. 528 с.

104. Тараненко Д.В. Удаленная работа как нестандартная форма занятости // Вопросы устойчивого развития общества. 2021. № 7. С. 67-74.

105. Тедеев А.А. Развитие информационных технологий, информационной экономики и правовое регулирование дистанционного труда в России (некоторые проблемы) // Российская юстиция. 2014. №6. С. 25-29.

106. Тес Б.Р. Удаленная работа: психология трудовых отношений // Синергия Наук. 2019. № 37. С. 118-122.

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

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

109. Тощенко Ж.Т. Новое социально-экономическое явление: прекариат // Ноономика и нообщество. Альманах трудов ИНИР им. С.Ю. Витте. 2020. Т. 1. № 1. С. 146-161.

110. Тощенко Ж.Т. Прекариат – новый социальный класс // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 3-13.

111. Тощенко Ж.Т. Прекариат: от протокласса к новому классу. М.: Наука, 2018. 350 с.

112. Усольцева В.Е., Фотиева И.В. Проблемы соблюдения профессиональных стандартов в журналистской профессии: правовой и этический аспекты // Медиаисследования. 2019. № 6. С. 381-386.

113. Феоктистова И.Д., Князева Е.С. Оценка темперамента личности студентов с использованием опросника МРІ (Айзенк) // Аллея науки. 2020. Т. 1. № 11 (50). С. 232-235.

114. Харченко В.С. Образ жизни российских фрилансеров: социологический анализ // Социологические исследования. 2014. № 4 (360). С. 54-63.

115. Харченко В.С. Социальное самочувствие российских фрилансеров // В сборнике: Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий. материалы II Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. 2016. С. 213-217.

116. Харченко В.С. Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе. Автореферат дис. ... кандидата социологических наук / Ур. федер. ун-т имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2013. 22 с.

117. Харченко В.С. Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе. Диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 / Ур. федер. ун-т имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, 2013. 179 с.

118. Чеботарев О.Ю. Журналистская этика в цифровой среде: адаптация журналистских кодексов к новым медиа // Социально–гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 341-349.

119. Черепанова Т.В. Журналистская профессиональная идентичность в условиях прекаризации медиаотрасли // В книге: Ломоносовские чтения-2019. Материалы ежегодной научной конференции МГУ. Под ред. О.А. Шпырко, В.В. Хапаева, С.И. Рубцовой. 2019. С. 8.

120. Черепанова Т.В. Профессиональная идентичность журналиста в контексте фриланса // В сборнике: Инновации в бизнесе, науке и образовании. Сборник статей по материалам III ежегодной научно-практической конференции. 2018. С. 196-199.

121. Черепанова Т.В. Суть и значение прекариатизации журналистской практики // В книге: Черноморская конференция-2019. Сборник материалов III Черноморской международной научно-практической конференции Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Под редакцией О.А. Шпырко, В.В. Хапаева, С.И. Рубцовой, Ю.Л. Ситько. 2019. С. 78.

122. Чумакова С.П. Культура творческой самореализации личности: содержательный аспект // В сборнике: Философско-педагогические проблемы непрерывного образования. Сборник научных статей. Под ред. М.И. Вишневого, Е.И. Снопковой. 2018. С. 204-208.

123. Шестеркина Л.П., Перезовова О.В., Дмитренко Е.Л. Региональное телевидение: кто способен эффективно работать в условиях неопределенности и пандемии? // В книге: Медиация социальных и индивидуальных практик в цифровом обществе: журналистика и коммуникация в эпоху неопределенности. Abstracts the 13th International Media Readings in Moscow. 2021. С. 218-219.

124. Шилина М.Г. Nomadism vs. knowmadism: новые императивы современного общества? // В сборнике: Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд. Сборник материалов III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции. 2017. С. 296-300.

125. Шкаратан О.И. Социология неравенства. Теория и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 526 с.

126. Щербаль С.С., Степанова И.Д. Фриланс как новое явление в российской журналистике // В сборнике: Журналистика, мультимедиа: информационный и социокультурный потенциал. Материалы

III Международной научно-практической конференции, посвященной памяти Г.М. Соловьева. Краснодар, 2020. С. 246-256.

127. Эмирова Г.А. Общественно-политические предпосылки развития рынка фриланса в условиях роста безработицы в индустрии масс-медиа // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 11-6. С. 1277-1281.

128. Яковлева А.В., Сараева М.В. Правовое регулирование фриланса в США // *Вопросы российского и международного права*. 2020. Т. 10. № 3-1. С. 167-181.

129. Antunovic D., Grzeslo J., Hoag A. "Ice Cream is Worse, and Joblessness is Not an Option": Gendered experiences of freelancing // *Journalism Practice*. 2019. № 13 (1). С. 52-67.

130. Baines S. Servicing the media: freelancing, teleworking and 'enterprising' careers // *New Technology, Work and Employment*. 1999. № 14 (1). С. 18-31.

131. Beauregard P. International emotional resonance: Explaining transatlantic economic sanctions against Russia // *Cooperation and Conflict*. 2022. № 57 (1). С. 25-42.

132. Brems C., Temmerman M., Graham T., Broersma M. Personal Branding on Twitter // *Digital Journalism*. 2017. № 5:4. С. 443-459.

133. Burke A., Cowling M. On the critical role of freelancers in agile economies // *Small Business Economics*. 2020. № 55. С. 393-398.

134. Canter L., Wilkinson E. *Freelancing for journalists*. London. Routledge. 2020. 222 с.

135. Christen E., Felbermayr G.J. Sanctions policy against Russia [Sanktionspolitik gegen Russland] // *Wirtschaftsdienst*. 2022. № 102 (2). С. 70-71.

136. Chumachenko D. Ukraine: thousands sign plea for scientific sanctions against Russia // *Nature*. 2022. № 603 (7901). С. 393.

137. Crete-Nishihata M., Oliver J., Parsons C., Walker D., Tsui L., Deibert R. The Information Security Cultures of Journalism // *Digital Journalism*. 2020. № 8 (8). С. 1068-1091.

138. Davis M.P. Self-censorship: Foreign journalists' reportage of Turkey // *Journalism*. 2020. № 23 (9). С. 1995-2011.
139. De Vuyst S., Raeymaeckers K. Gender as a multi-layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian newsrooms // *European Journal of Women's Studies*. 2019. № 26 (1). С. 23-38.
140. Finneman T., Thomas R.J. "You Had to be Reporting Constantly": COVID-19's impact on U.S. weekly newspapers' journalistic routines // *Newspaper Research Journal*. 2021. № 42 (3). С. 330-345.
141. Gollmitzer M. Journalism ethics with Foucault: Casually employed journalists' constructions of professional integrity // *Journalism*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/14648849211036301> (дата обращения: 01.10.2022)
142. Hagar N., Wachs J., Horvát E.-Á. Writer movements between news outlets reflect political polarization in media // *New Media and Society*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/14614448211027173> (дата обращения: 01.10.2022)
143. Hayes K. The Networked Newsroom: Navigating New Boundaries of Work // *Journalism Practice*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1949627> (дата обращения: 06.08.2022)
144. Hayes K., Silke H. The Networked Freelancer? // *Digital Journalism*, 2018. № 6:8. С. 1018-1028.
145. Himma-Kadakas M., Mõttus M. Ready to Hire a Freelance Journalist: the Change in Estonian Newsrooms' Willingness to Outsource Journalistic Content Production // *Central European Journal of Communication*. 2021. № 14(1(28)). С. 27-43.
146. Hoak G. Covering COVID: Journalists' Stress and Perceived Organizational Support While Reporting on the Pandemic // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2021. № 98 (3). С. 854-874.
147. Holton A.E. Intrapreneurial Informants // *Journalism Practice*. 2016. № 10:7. С. 917-927.

148. Hunter A., Di Bartolomeo J. “We’re a movement”: crowdfunding, journalism, and feminism // *Feminist Media Studies*. 2019. № 19 (2). С. 273-287.
149. Josephi B., O’Donnell P. The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers // *Journalism*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1177/14648849221086806> (дата обращения: 06.12.2022)
150. Kazi A.G., Yusoff R.M., Khan A., Kazi S. The Freelancer: A Conceptual Review // *Sains Humanika*. 2014. № 2:3. С. 1-7. <https://sainshumanika.utm.my/index.php/sainshumanika/article/view/428/392> (дата обращения: 01.10.2022)
151. Koch T., Obermaier M. Blurred lines. German freelance journalists with secondary employment in public relations // *Public Relations Review*. 2014. № 40. С. 473-482.
152. Koch T., Obermaier M. Mind the gap: Consequences of inter-role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of public relations // *Journalism*. 2015. № 16 (5). С. 615-629.
153. Lobodenko L., Shesterkina L., Cheredniakova A., Perevozova O., Kharitonova O. Erception of environmental information materials by youth audiences: results of a neuromarketing study // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2022. № 3. С. 5-44.
154. Marín-Sanchiz C.-R., Carvajal M., González-Esteban J.-L. Survival Strategies in Freelance Journalism: An Empowering Toolkit to Improve Professionals’ Working Conditions // *Journalism Practice*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1929414> (дата обращения: 01.10.2022)
155. Massey B.L., Elmore C. Freelancing in Journalism // *Journalism Studies*, 2018. URL: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.818> (дата обращения: 06.04.2021)
156. Mathisen B.R. Entrepreneurs and Idealists — Freelance Journalists at the Intersection of Autonomy and Constraints // *Journalism Practice*. 2019. № 13 (8). С. 1003-1007.

157. Mathisen B.R. Ethical Boundaries among Freelance Journalists // *Journalism Practice*. 2019. № 13:6. С. 639-656.

158. Mayo-Cubero M. A multivariate analysis on news production in Spain: digital newsroom profile, polyvalent journalists and gender perspective // *Communication and Society*. 2022. № 35 (3). С. 1-14.

159. Meissner K. How to sanction international wrongdoing? The design of EU restrictive measures // *Review of International Organizations*. 2023. № 18. С. 61-85.

160. Mulder N. *The Economic Weapon: The Rise of Sanctions as a Tool of Modern War*. United States: Cornell University. 2022. 434 с.

161. Norbäck M. Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden // *Journalism*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/14648849211033131> (дата обращения: 01.12.2022)

162. Norbäck M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work // *Organization*. 2021. № 28 (3). С. 426-448.

163. Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work // *Journalism Studies*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2073257> (дата обращения: 01.12.2022)

164. Norbäck M., Styhre A. Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists // *Scandinavian Journal of Management*. 2019. № 35 (4). С. 101076.

165. Norbäck M., Styhre A. On the Precarity-Spectrum: Exploring Different Levels of Precariousness in Market-Mediated Professional Work // *Management Revue*. 2021. № 32 (3). С. 266-295.

166. Örnebring H., Möller C. In the Margins of Journalism: Gender and livelihood among local (ex-)journalists in Sweden // *Journalism Practice*. 2018. № 12 (8). С. 1051-1060.

167. Pulverer B. Rubble to Rouble: how can science respond to war? // *EMBO Reports*. 2022. № 23 (4). URL:

<https://www.embopress.org/doi/full/10.15252/embr.202255002> (дата обращения: 19.01.2023)

168. Rosenkranz T. From Contract to Speculation: New Relations of Work and Production in Freelance Travel Journalism // *Work, Employment and Society*. 2019. № 33 (4). С. 613-630.

169. Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism // *New Media and Society*. 2020. № 22 (1). С. 105-122.

170. Salamon E. E-Lancer Resistance // *Digital Journalism*. 2016. № 4:8. С. 980-1000.

171. Simons G.J. Communicating memory of historical pandemics in digital media during the COVID-19 pandemic // Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19: Материалы Всеросс. науч.-практ. конф. с межд. уч., 19-20 апреля 2021 г., г. Екатеринбург / Составитель О.Ф. Автохутдинова. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2021. С. 143-146.

172. Yanardağoğlu E. Restructuring of the Media System and New Media Convergence // *Global Transformations in Media and Communication Research*. 2021. С. 151-189.

173. Zhang X., Jenkins J.M. Journalism Idealists: Influences on Freelancers in the Foreign News-gathering Process // *Journalism Practice*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981152> (дата обращения: 01.10.2022)

Материалы СМИ

174. Агеева О. Счетная палата перешла на самозанятость // РБК. 10.12.2020. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/12/10/5fd0b2179a79474c2b46121c> (дата обращения: 21.12.2020)

175. Каррерас Т., Дель Фрео А. Европейские журналисты о влиянии пандемии на профессию // Журналист. 09.08.2020. URL: <https://jrnlst.ru/pandemic> (дата обращения: 27.11.2021)

176. Котова М. Всем выйти из тени: суммарный доход самозанятых увеличился вчетверо. Сколько россиян продолжает работать на себя неофициально // Известия. 15.06.2022. URL: <https://iz.ru/1349398/mariia-kotova/vsem-vyiti-iz-teni-summarnyi-dokhod-samozaniatykh-velichilsia-vchetvero> (дата обращения: 04.09.2022)

177. Мануйлова А. Самозанятость вошла во вкус // Коммерсантъ. 10.02.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5813293> (дата обращения: 26.02.2023)

178. Саримова Л. Алексей Волин: «Потери медиаотрасли от пандемии коронавируса составят примерно 100 млрд рублей» // Реальное время. 22.04.2020. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/172542-aleksey-volin-rasskazal-o-sudbe-smi-v-usloviyah-pandemii> (дата обращения: 27.11.2021)

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

180. What is Freelance Journalism? URL: <https://www.writersbureau.com/writing/what-is-freelance-journalism.htm> (дата обращения: 25.04.2021)

Официальные сайты органов власти и организаций

181. Более 850 тысяч человек в России зарегистрировались в качестве самозанятых // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. 23.07.2020. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/bolee_850_tysyach_chelovek_v_rossii_zaregistririvalis_v_kachestve_samozanyatyh.html (дата обращения: 21.12.2020)

182. Гильдия медиафрилансеров. Союз журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. URL: <http://spbsj.ru/about/gildiia-miediafrilansierov> (дата обращения: 19.01.2023)

183. Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ). URL: <https://www.nat.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

184. Союз журналистов России. URL: <https://ruj.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

185. Союз предприятий печатной индустрии (СППИ ГИПП). URL: <https://gipp.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)

186. Специальный налоговый режим для самозанятых граждан. Налог на профессиональный доход // Официальный сайт ФНС РФ. URL: <https://npd.nalog.ru/> (дата обращения: 27.11.2022)

187. Kent T. A customized ethics code for every organization // ONAethics. URL: <https://ethics.journalists.org/about/> (дата обращения: 05.01.2021)

188. SOLVE: integrating health promotion into workplace OSH policies: trainer's guide / International Labour Office. Geneva: ILO, 2012. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---safework/documents/instructionalmaterial/wcms_178397.pdf (дата обращения: 18.12.2020)

Социальные сети и мессенджеры

189. Подслушано Копирайтинг // ВКонтакте. URL: https://vk.com/pod_soru (дата обращения: 01.10.2022)

190. Freelance Choice. Вакансии по копирайтингу // Telegram. URL: <https://t.me/freelancechoice/2636> (дата обращения: 30.03.2022)

Биржи фриланса и сайты вакансий

191. Freelance.ru. URL: <https://freelance.ru/> (дата обращения: 06.08.2022)

192. HeadHunter. URL: <https://hh.ru/> (дата обращения: 06.08.2022)

Справочные ресурсы и сервисы аналитики

193. Блогеры или СМИ: кому доверяют больше? // Анкетолог. Институт общественного мнения. 15.06.2020. URL: <https://iom.anketolog.ru/2020/06/15/blogery> (дата обращения: 21.12.2020)
194. Толковый словарь Ожегова. URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 03.09.2022)
195. Толковый словарь русского языка Ефремовой. URL: <https://www.efremova.info/> (дата обращения: 03.09.2022)
196. Словарь синонимов Тришина. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/synonyms-trishin/index.htm> (дата обращения: 03.09.2022)
197. Словари онлайн. URL: <https://slovaronline.com/> (дата обращения: 03.09.2022)
198. КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)
199. Россияне полюбили фриланс // ВЦИОМ. 04.03.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-polyubili-frilans> (дата обращения: 17.12.2020)
200. Удаленная работа по-русски: плюсы и минусы // ВЦИОМ. 16.02.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/udalennaja-rabota-po-russki-pljusy-i-minusy> (дата обращения: 17.12.2022)
201. Фриланс в России – больше, чем фриланс? // ВЦИОМ. 26.07.2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/frilans-v-rossii-bolshe-chem-frilans> (дата обращения: 17.12.2022)
202. Гарант. URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 19.01.2023)
203. Codes of Ethics // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes> (дата обращения: 10.01.2021)

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Основные положения диссертации отражены в 33 научных публикациях общим объёмом 9,15 п.л.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ

1. Мухина О.С. Социально-демографический портрет медиафрилансера цифровой эпохи // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2023. Т. 29. № 1. С. 99-109. (0,68 п.л.).

2. Мухина О.С. Проблемы творческой самореализации медиафрилансеров цифровой эпохи // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 4. С. 813-824. (0,75 п.л.).

3. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Журналистика периода COVID-19: актуальные вызовы, пути трансформации // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2022. Т. 21. № 6. С. 30-39. (0,62 п.л. / 0,31 п.л.). (Scopus).

4. Мухина О.С. Стрим как новый жанр современной журналистики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2021. № 4. С. 146-147. (0,12 п.л.).

5. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Медиафриланс как новая реальность. И не только экономическая // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 1. С. 32-39. (0,5 п.л. / 0,25 п.л.).

6. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Роль новых медиа в установлении повестки дня (на примере темы коронавируса) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 4. С. 5-12. (0,5 п.л. / 0,25 п.л.).

7. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Этико-правовой аспект деятельности медиафрилансеров цифровой эпохи // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1 (39). С. 166-172. (0,43 п.л. / 0,21 п.л.).

8. Олешко В.Ф., Олешко Е.В., Мухина О.С. Проблема самоидентификации студентов-журналистов цифровой эпохи // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 4. С. 135-157. (1,43 п.л. / 0,47 п.л.). (Scopus, Web of Science).

9. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Медиаграмотность как метод противодействия манипуляциям СМИ на бытовом уровне // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 2 (36). С. 35-44. (0,62 п.л. / 0,31 п.л.).

Монографии

10. Олешко В.Ф., Свердлов С.А., Мухина О.С. Методические рекомендации по организации межпоколенческой коммуникации диалогового характера в цифровой медиасреде // Межпоколенческая трансляция коммуникативно-культурной памяти в эпоху цифровизации: монография. Отв. ред. М.Ю. Мухин, Г.Д. Саймонс. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. 204 с. – Глава 3.4. – С. 182-197. (1 п.л. / 0,33 п.л.).

Другие публикации

11. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Психологические особенности работы медиафрилансеров цифровой эпохи // В книге: Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. М., 2022. С. 424-425. (0,12 п.л. / 0,06 п.л.).

12. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Ценностные ориентиры медиафрилансеров цифровой эпохи // В сборнике: Журналистика и общественные коммуникации в цифровом пространстве: создавая смыслы. Материалы конференции. Владивосток, 2022. С. 88-93. (0,37 п.л. / 0,18 п.л.).

13. Мухина О.С. К вопросу об истории медиафриланса в России // В книге: Коммуникация в современном мире. Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей массовой коммуникации. Воронеж, 2021. С. 154-156. (0,18 п.л.).

14. Мухина О.С. Медиа цифровой эпохи: характерные особенности и закономерные тенденции в форме гражданской журналистики и фриланса // В сборнике: Студенческая наука, искусство, творчество: от идеи к результату. сборник материалов VIII Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар, 2021. С. 219-224. (0,37 п.л.).

15. Мухина О.С. Проблема перехода журналистов на фриланс в период пандемии // В сборнике: Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19. сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Составитель О. Ф. Автохутдинова; Министерство науки и высшего образования РФ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, Департамент «Факультет журналистики». Екатеринбург, 2021. С. 74-76. (0,18 п.л.).

16. Мухина О.С. Психологические особенности гражданской и внештатной журналистики цифровой эпохи // В сборнике: От идеи к практике: социогуманитарное знание в цифровой среде. Сборник научных трудов Всероссийской научной конференции. Отв. ред. В.В. Петров. Новосибирск, 2021. С. 200-204. (0,31 п.л.).

17. Мухина О.С. Тенденция перехода на фриланс в медиасреде: правовые и социальные проблемы // В сборнике: Цивилизационные перемены в России. Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции. Екатеринбург, 2021. С. 75-78. (0,25 п.л.).

18. Мухина О.С. Установление повестки дня как актуальная теория влияния медиа на общественно-политические процессы // В сборнике: Возможности и угрозы цифрового общества. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под ред. А.В. Соколова, А.А. Фролова. Ярославль, 2021. С. 188-192. (0,31 п.л.).

19. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Журналист-фрилансер цифровой эпохи: парадигма творческой деятельности // В сборнике: Медиа ландшафт России и

мира: прошлое, настоящее и будущее. Под ред. Е.В. Мартыненко. Москва, 2021. С. 483-492. (0,62 п.л. / 0,31 п.л.).

20. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Психологические особенности молодежной аудитории медиа в контексте исследования пользовательских реакций // В сборнике: Пользовательский контент в современной коммуникации. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 410-413. (0,25 п.л. / 0,12 п.л.).

21. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Этические принципы медиафриланса в цифровом пространстве // В сборнике: Журналистика – Медиалогия – Наставничество. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию проф. Б.В. Стрельцова и 100-летию Белорусского государственного университета. Под ред. Н.А. Федотовой. Минск, 2021. С. 385-391. (0,43 п.л. / 0,21 п.л.).

22. Oleshko V.F., Mukhina O.S. Media freelancers of the digital age: social, legal and ethical aspects // В сборнике: Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research. XXIV International Conference, named after professor L.N. Kogan. Yekaterinburg, 2021. С. 81-86. (0,37 п.л. / 0,18 п.л.).

23. Мухина О.С. Возможности для мультимедийной трансформации классических жанров периодики в сетевых изданиях // В сборнике: Студенческая наука, искусство, творчество: от идеи к результату. Сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции студентов. Краснодар, 2020. С. 56-59. (0,25 п.л.).

24. Мухина О.С. Журналистика, копирайтерство, контент: соотношение понятий в эпоху цифровизации // В книге: Мир культуры глазами молодых исследователей. Тезисы XLV научно-практической конференции студентов. Пермь, 2020. С. 213-216. (0,25 п.л.).

25. Мухина О.С. Правовой статус журналиста-фрилансера // Межпоколенческая трансформация медиакommunikации: сборник материалов

Студенческих научных чтений (Екатеринбург, 23 апреля 2020 года). Екатеринбург, 2020. С. 76-80. (0,31 п.л.).

26. Мухина О.С. Тема коронавируса в контексте теории установления повестки дня // В сборнике: Проблемы массовой коммуникации. Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Под ред. В.В. Тулупова. Воронеж, 2020. С. 35-37. (0,18 п.л.).

27. Мухина О.С. Тенденции сетевых изданий в эпоху WEB 2.0 // В книге: Мир культуры глазами молодых исследователей. Тезисы XLV научно-практической конференции студентов. Пермь, 2020. С. 216-219. (0,25 п.л.).

28. Мухина О.С. Теория поколений при анализе восприятия информации // Тезисы VI Межвузовской научно-практической конференции бакалавров, магистрантов и аспирантов «Исследования медиа и коммуникаций: теории, практики, исследовательские перспективы». Под ред. С.Г. Давыдова. М: Факультет коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, 2020. С. 128-131. (0,25 п.л.).

29. Мухина О.С. Технические вызовы в сетевых изданиях // В сборнике: Гуманитарное знание и искусственный интеллект: стратегии и инновации. материалы международной конференции. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург, 2020. С. 34-37. (0,25 п.л.).

30. Мухина О.С. Трансляция информации для аудитории разных поколений (на примере темы коронавируса) // Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов 23 октября 2020 г. Факультет журналистики ВГУ. Воронеж, 2020. С. 26-28. (0,18 п.л.).

31. Мухина О.С., Фокин Н.К. Журналистика и смежные виды деятельности как формы отражения действительности: объективное и субъективное в цифровом пространстве // Межпоколенческая трансформация

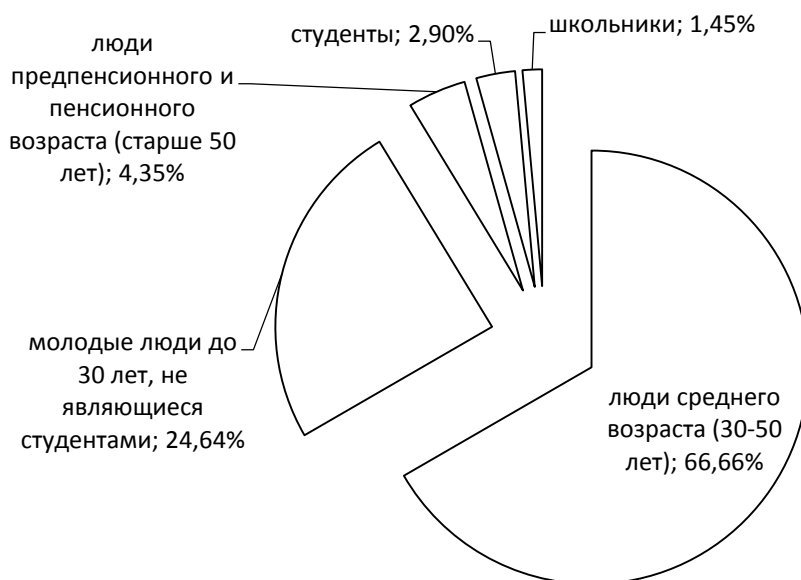
медиакоммуникации: сборник материалов Студенческих научных чтений (Екатеринбург, 23 апреля 2020 года). Екатеринбург, 2020. С. 80-84. (0,31 п.л. / 0,15 п.л.).

32. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Медиаграмотность как стратегия противодействия манипуляциям в эпоху цифровых медиа (на примере темы коронавирусной пандемии) // В сборнике: Гуманитарное знание и духовная безопасность. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Грозный – Махачкала, 2020. С. 287-292. (0,37 п.л. / 0,18 п.л.).

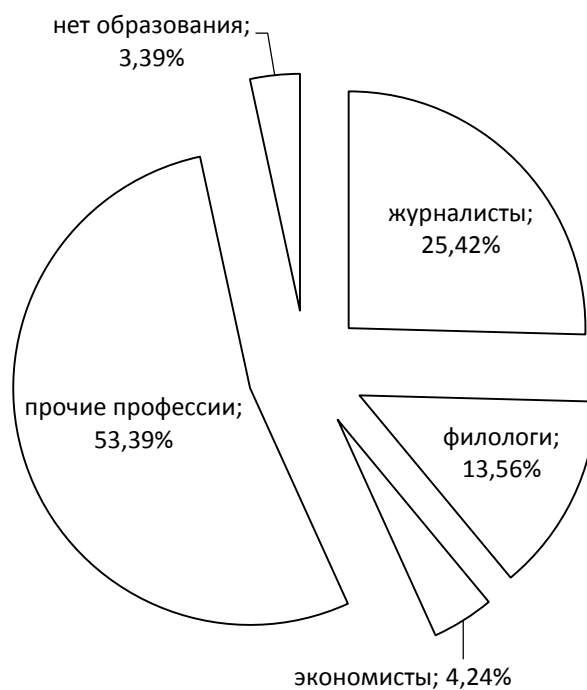
33. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Поколенческие различия в восприятии информации современных массмедиа // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5. № 1. С. 125-142. (1,12 п.л. / 0,56 п.л.).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Возраст медиафрилансеров



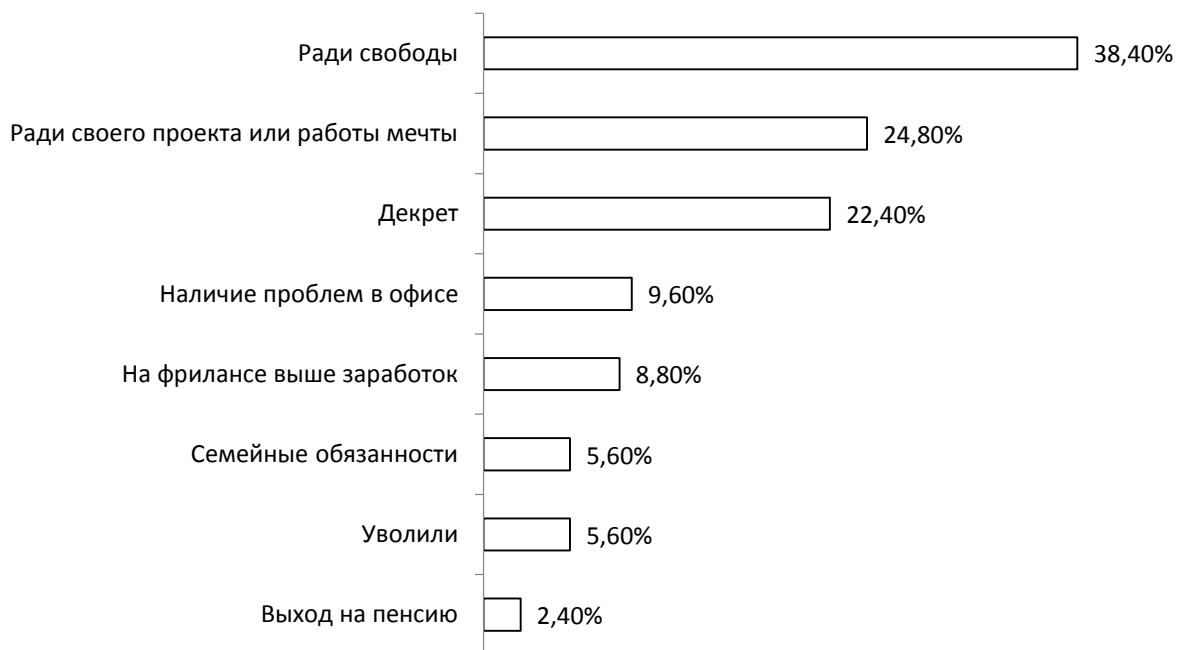
Приложение 2. Образование медиафрилансеров



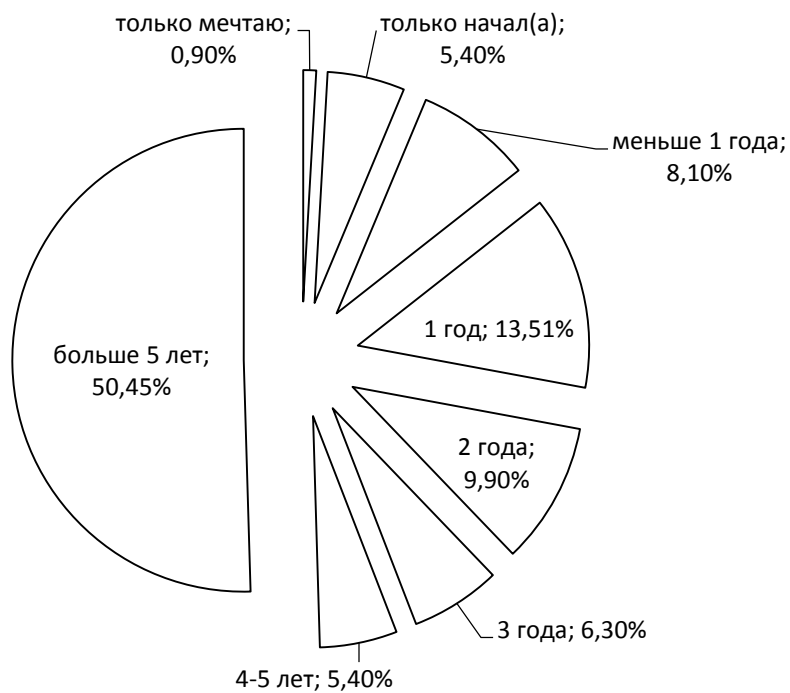
Приложение 3. Место жительства медиафрилансеров



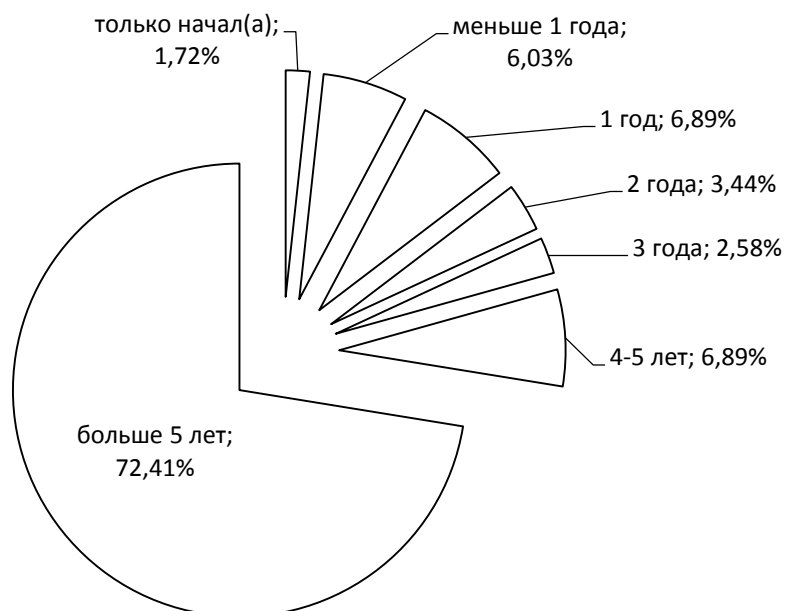
Приложение 4. Причины перехода журналистов на фриланс

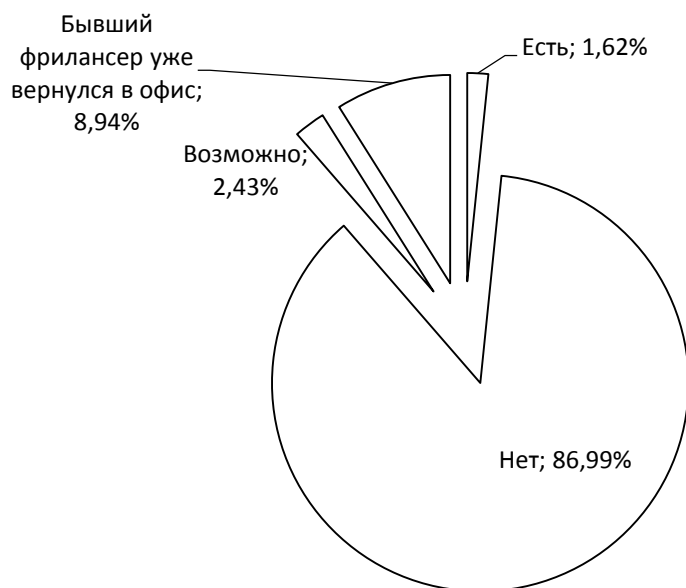


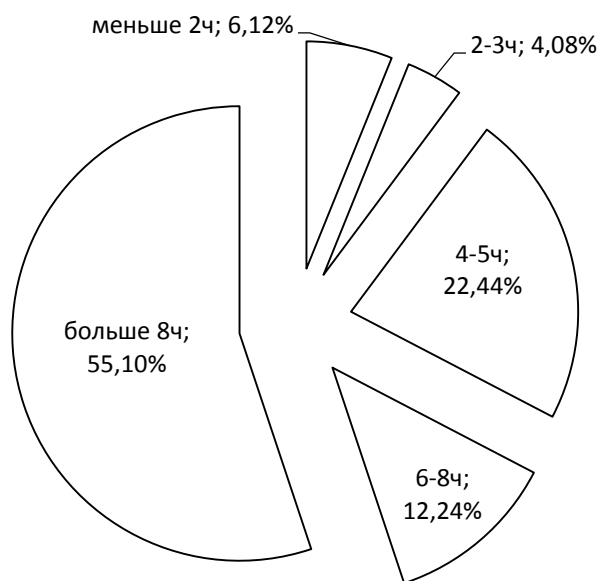
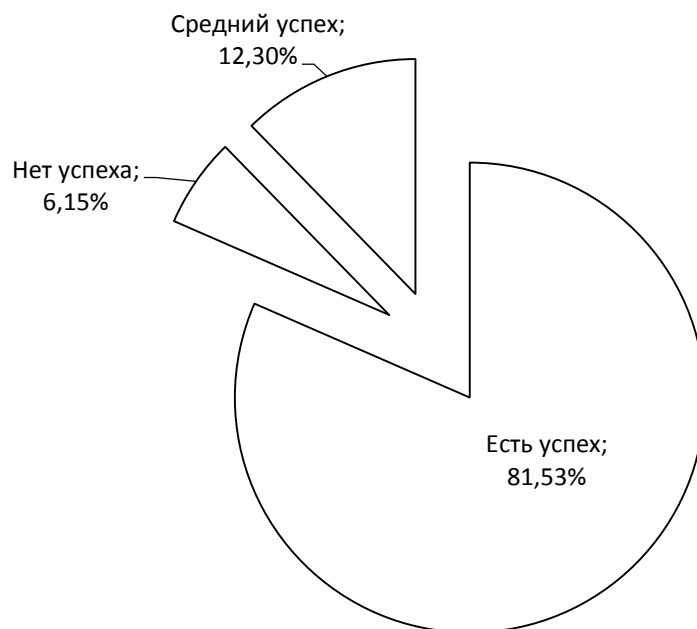
Приложение 5. Стаж фриланса

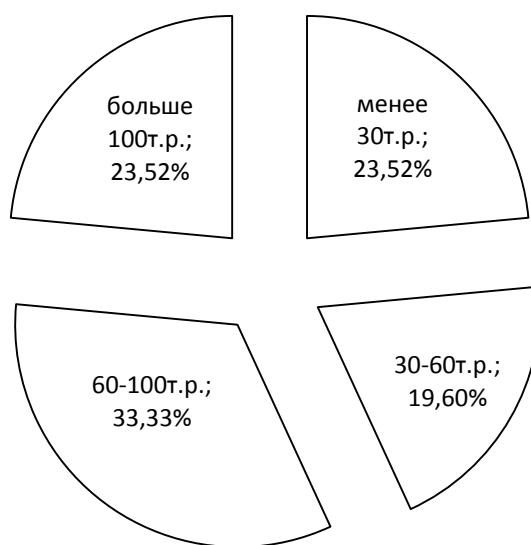


Приложение 6. Стаж в журналистике

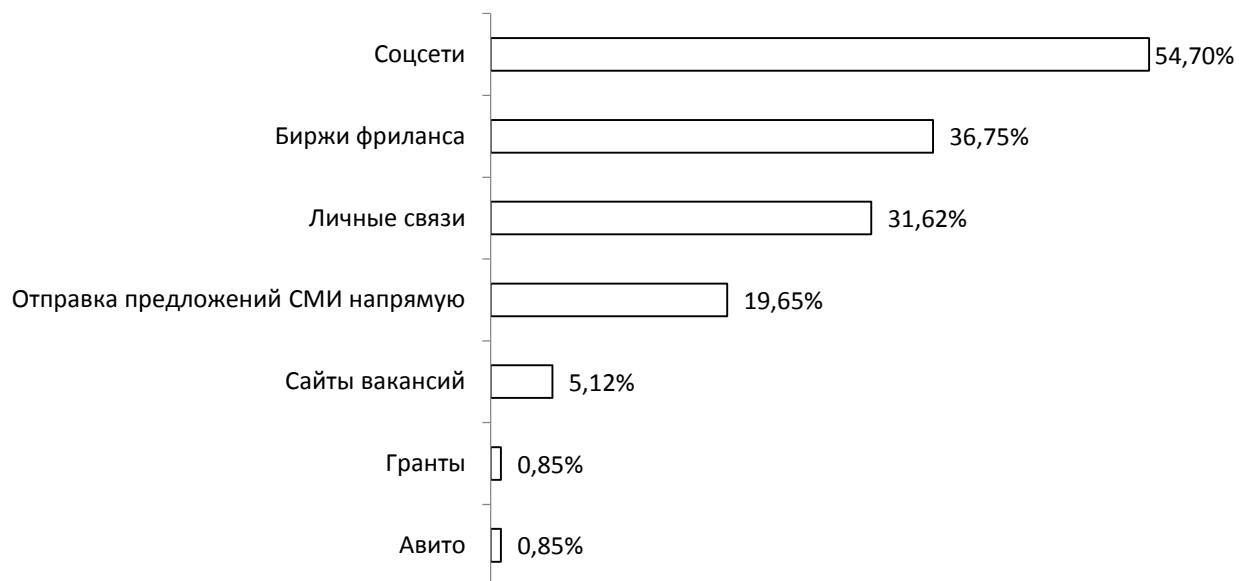


Приложение 7. Что первично: журналистика или фриланс?**Приложение 8. Наличие желания работать в офисе**

Приложение 9. Количество рабочих часов в день**Приложение 10. Субъективная оценка медиафрилансерами своего экономического успеха**

Приложение 11. Уровень ежемесячного дохода медиафрилансеров**Приложение 12. Количество источников дохода (заказчиков) одновременно**

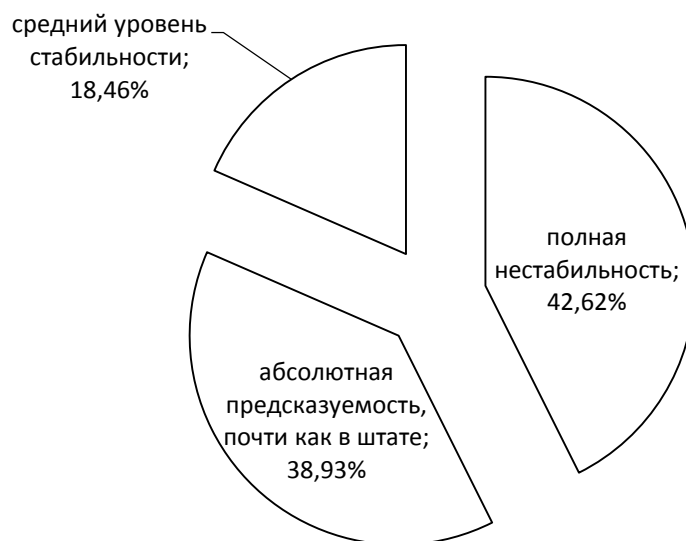
Приложение 13. Методы поиска заказчиков



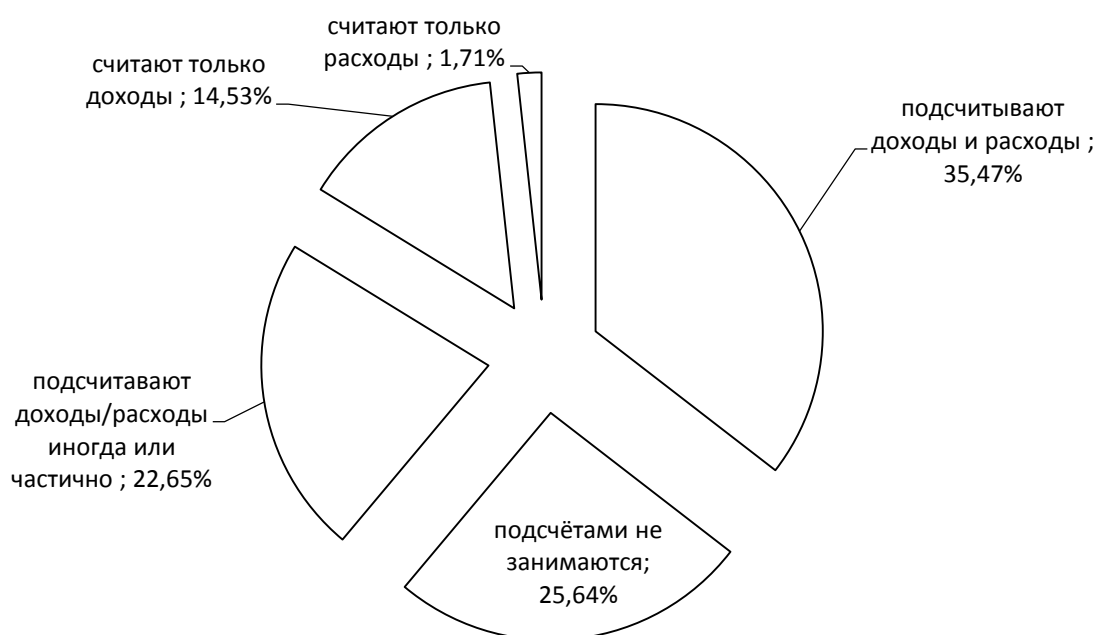
Приложение 14. Способы оплаты, используемые медиафрилансерами

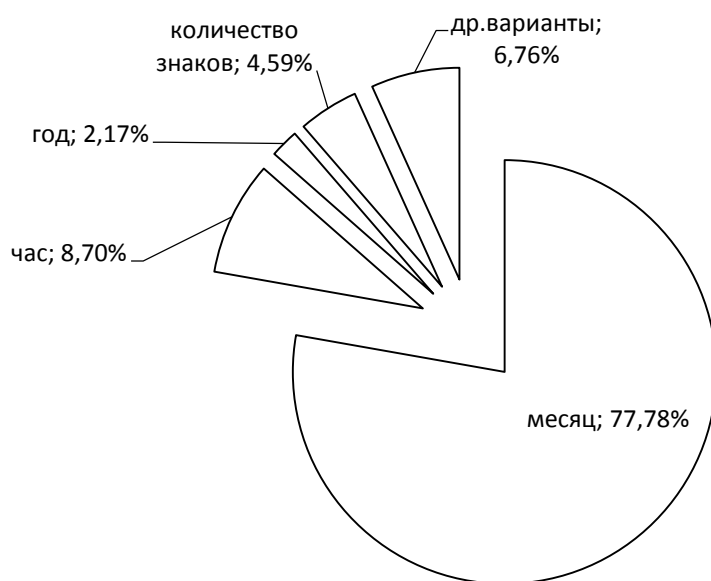
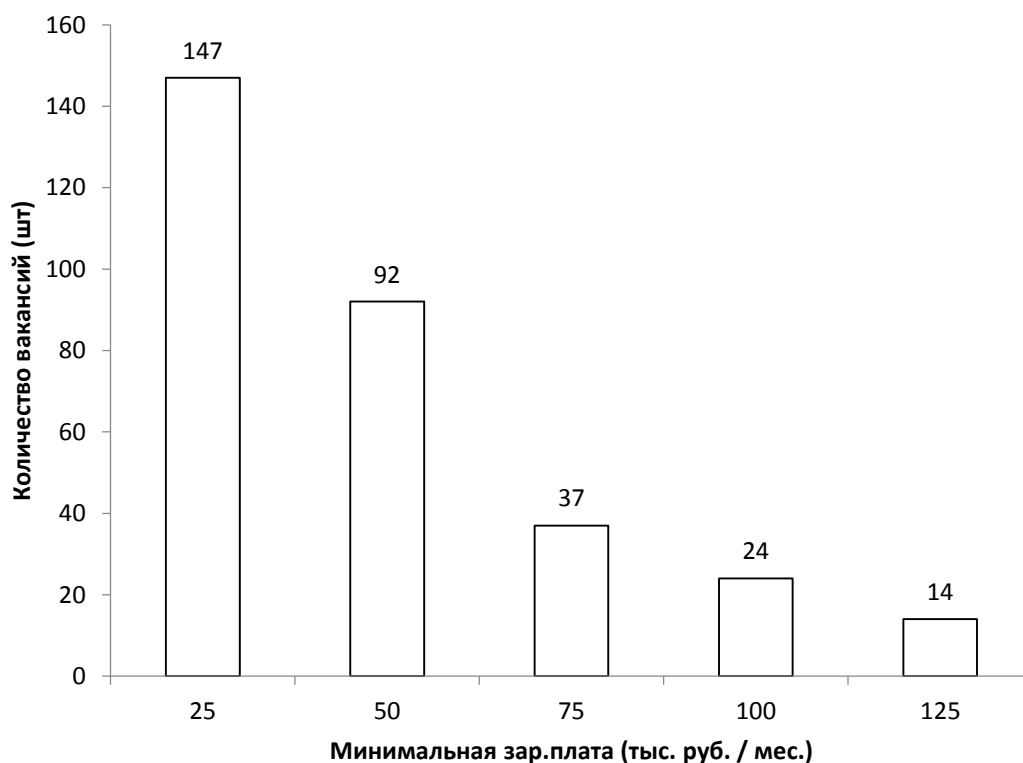


Приложение 15. Оценка медиафрилансерами уровня своей финансовой стабильности (предсказуемости доходов)

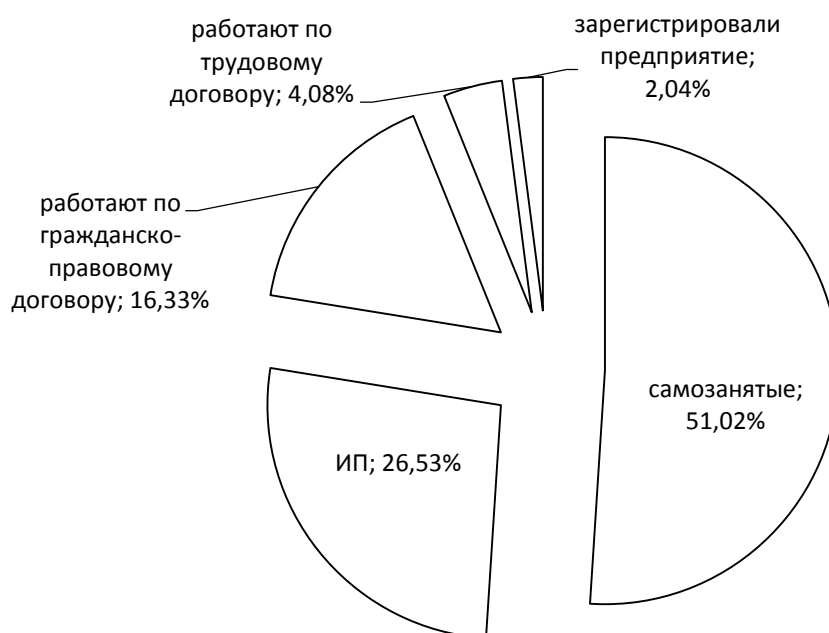


Приложение 16. Ведение медиафрилансерами учёта доходов и расходов



Приложение 17. Основание для расчёта своего уровня дохода**Приложение 18. Предложения вакансий для медиафрилансеров на сайте HeadHunter**

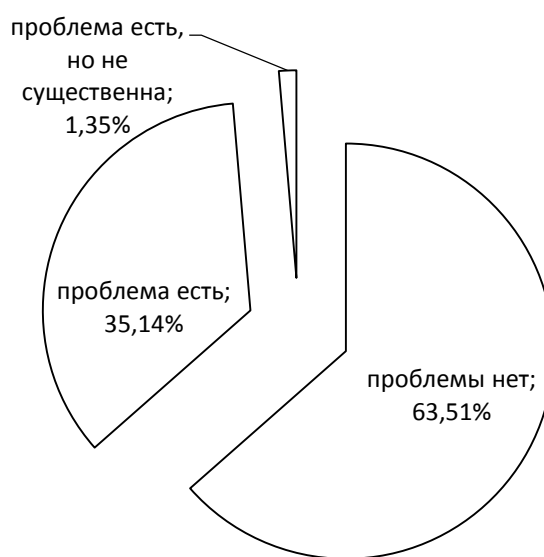
Приложение 19. Варианты оформления отношений, используемые медиафрилансерами



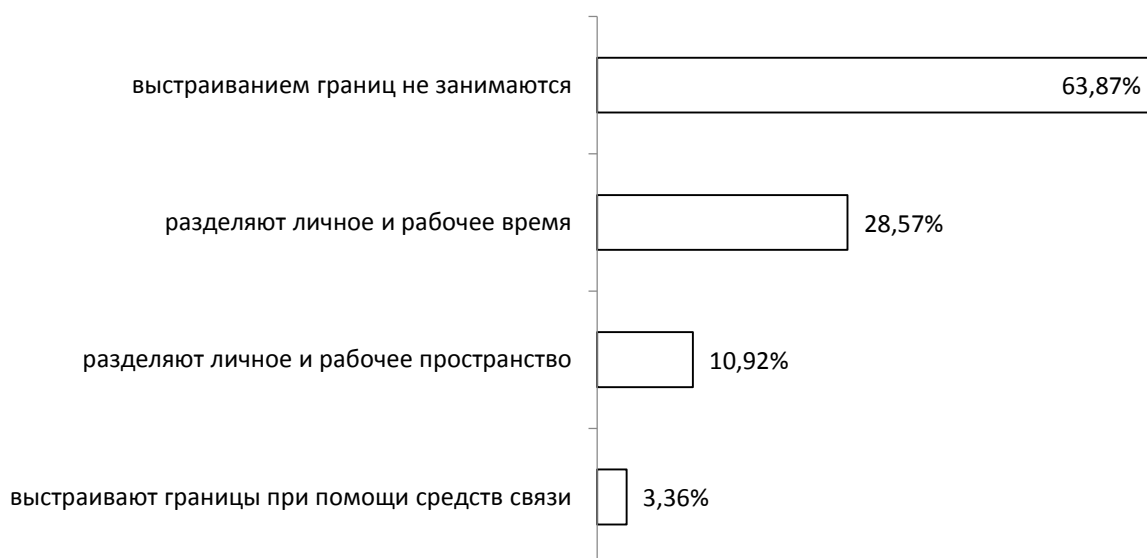
Приложение 20. График работы медиафрилансеров



Приложение 21. Фактор бытовых отвлечений при работе дома как мешающий работе



Приложение 22. Выстраивание лично-рабочих границ медиафрилансерами



Приложение 23. Оценка медиафрилансерами своего уровня свободы творчества

