

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

На правах рукописи



Мухина Ольга Сергеевна

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

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2023

Работа выполнена на кафедре периодической печати и сетевых изданий ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».

Научный руководитель: **Олешко Владимир Федорович**,
доктор философских наук, профессор.

Официальные оппоненты: **Распопова Светлана Сергеевна**,
доктор филологических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Московский политехнический университет», профессор кафедры
«Журналистика и массовые коммуникации им. М. Ф. Ненашева»;

Шестеркина Людмила Петровна,
доктор филологических наук, доцент,
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», заведующий кафедрой
«Журналистика, реклама и связи с общественностью» (г. Челябинск);

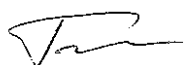
Харченко Вера Сергеевна,
кандидат социологических наук,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», заведующий кафедрой
медиакommunikаций.

Защита состоится «19» мая 2023 в 10:00 на заседании диссертационного совета УрФУ 5.9.08.20 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина 51, зал диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=4597>

Автореферат разослан « » апреля 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук



Глебович Татьяна Александровна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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.

Но в последние годы положение фрилансеров стремительно улучшается. В отдельных странах и регионах начинаются попытки законодательного регулирования. В сфере медиа внештатных журналистов учитывают при создании кодексов 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).

Стремительное и внезапное развитие придала фрилансу пандемия коронавируса. Многие специалисты, включая журналистов, были надолго переведены на удалённую работу или фриланс. В результате в активную практику были внедрены программы и площадки для онлайн-мероприятий, 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. В итоге рынок фриланса пополнился как новыми конкурентами, так и новыми вакансиями.

Фриланс стал значимой и активно развивающейся частью нашей реальности. Опытные внештатные специалисты и новички данной сферы требуют наличия условий для 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.

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. Черепанова, А.А. Капустина, С.С. Щербаль, И.Д. Степанова, В.Я. Сергачев, О.Г. Тихомирова, А.А. Севостьянова¹.

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,

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 прекарной занятости. Так, например, следует отметить вклад таких исследователей, как Д.О. Стребков, А.В. Шевчук, А.А. Кошелев, В.С. Харченко, Р.А. Долженко, Т.А. Камарова, О.В. Полетаева, Ж.Т. Тощенко, А.П. Багирова, М.Г. Шилина, А.В. Гавриленко, Е.Л. Бахтин и др.²

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. Абашев, В.М. Амиров, М.А. Мясникова и др.³

С.И. Рубцовой, Ю.Л. Ситько. 2019. С. 78; *Капустина А.А.* Фриланс журналистика в XXI веке: условия труда и оценки // Век информации. 2019. Т. 7. № 1. С. 119-125; *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; *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; *Тихомирова О.Г., Севостьянова А.А.* Роль фриланса в отраслях креативной индустрии // Экономика. Право. Инновации. 2019. № 4. С.10-17.

² *Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Что мы знаем о фрилансерах? Социология свободной занятости // М.: НИУ ВШЭ, 2022. 528 с.; *Кошелев А.А.* Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 63-5. С. 126-128; *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; *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.; *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.; *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.; *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; *Багирова А.П., Ильвес Э.В.* Прекарнизация родительского труда в России: анализ и система регуляторов // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2018. № 4 (64). С. 102-110; *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; *Гавриленко А.В.* Самозанятость населения московского региона: потенциал и риски // Социальная политика и социология. 2022. Т. 21. № 1 (142). С. 89-96; *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.

³ *Абашев В.В.* Блогеры-урбанисты: медиаактивность как политическое действие // Век информации. 2020. Т. 8. № 1. С. 21-32; *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; *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.

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

M. 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 работе⁴.

E. 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)⁵.

B.R. 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 идеалистов⁶.

Активно занимается темой медиафриланса и K. Hayes – исследователь из Лимерикского университета в Ирландии⁷, а немецкие исследователи T. Koch (Майнцкий университет им. Иоганна Гуттенберга) и M. Obermaier (Мюнхенский университет Людвиг-Максимилиана) опубликовали несколько статей в первой половине 2010-х, обозначив часто встречающиеся этические проблемы медиафрилансеров и размывание границ профессии⁸.

Перечисленные исследователи действительно последовательно, комплексно и многосторонне изучали фриланс именно сферы медиа не один год. Однако надо

⁴ 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); и др.

⁵ Salamon E. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism // New Media and Society. 2020. № 22 (1). С. 105-122; и др.

⁶ 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.

⁷ 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); и др.

⁸ 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; и др.

учитывать национальные особенности, поскольку данные учёные, разумеется, сосредоточены на вопросах внештатной журналистики в своих странах.

Необходимо отметить и ряд других авторов, сделавших значимый вклад в изучаемую тему. Так, например, американские исследователи из Восточно-Каролинского университета Brian Massey и Cindy Elmore представили основные этапы истории медиафриланса⁹, 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 процесса¹⁰.

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.

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

⁹ 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)

¹⁰ 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.

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. Распопова, Н.Б. Кириллова, Р.Л. Исхаков, С.И. Бессонов и др.¹¹

Важен и коммуникативный подход, уделяющий больше внимания вопросам воздействия средств массовой информации на аудиторию, установления связей между социальными группами (В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко, Л.К. Лободенко, Л.П. Шестеркина, А.В. Антошин, М.В. Загидуллина¹²). С ним в данном случае тесно связан и поколенческий подход как возможность отследить трансформации

¹¹ *Распопова С.С.* Субъекты информационной деятельности в медиаэтическом поле // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №4 (34). С. 185-189; *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; *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; *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.

¹² *Олешко В.Ф., Олешко Е.В.* СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. СПб: Издательство Алетейя, 2021. 472 с.; *Lobodenko L., Shesterkina L., Cheredniakova A., Perevozova O., Kharitonova O.* Exception 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; *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; *Загидуллина М.В.* Брендинг в условиях медиатизации: социокультурные факторы // Челябинский гуманитарий. 2019. № 3 (48). С. 25-33.

медиа в цифровую эпоху. Данного подхода придерживались в частности такие исследователи, как К.В. Киуру, Г.Д. Саймонс, М.Ю. Мухин, В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко, Б.Н. Лозовский, А.С. Сумская, А.И. Лозовская, С.А. Свердлов, В.Г. Соломеина, а также автор диссертации¹³.

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. Ньюмана¹⁴ 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 медиадятельности 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 и включали закрытые, полузакрытые и открытые вопросы. Количество респондентов в каждом опросе разнилось от 25 до 414, но в среднем находилось на уровне 100-200 человек.

¹³ Киуру К.В. «Цифровое поколение» студентов факультетов журналистики: проблемы и вызовы в условиях современной медиакоммуникации // 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; 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.

¹⁴ Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 119-129.

4. Материалы экспертного опроса 87 практикующих журналистов, которые поделились опытом дистанта во время локдауна. Опросы проведены в Екатеринбурге в октябре 2021 года. В качестве помощников были привлечены студенты 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 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 в российском сегменте. В рамках проведённого исследования:

- определён статус внештатного журналиста как особого субъекта медиатеятельности 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 специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) по следующим направлениям исследований: п. 1 – теории журналистики, средств массовой информации, медиа; парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли; структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды; п. 2 – история журналистики, средств массовой информации, медиакоммуникаций в контексте общественного развития; п. 3 – тематика и проблематика журналистики и СМИ; репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях; п. 4 – творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях; профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций; формирование жанров журналистики и их развитие; языковые особенности и стиль медиакоммуникаций; п. 6 – медиасистема; природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации; динамика медиасистемы и её сегментов; глобальная и национальные медиасистемы; п. 9 – профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях; влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов; п. 12 – формы регулирования в журналистике; со- и саморегулирование в медиакоммуникационной среде; п. 14 – профессиональные культуры в медиакоммуникациях.

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 конкретные рекомендации по решению актуальных проблем), так и исследователям медиафриланса, поскольку в диссертации собран многогранный пласт статистики. 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.).

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.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

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.

В параграфе 1.1. «Концептуальная основа медиафриланса» представлен анализ основных понятий, таких как фриланс, самозанятость, телеработа, гиг-экономика, экономика свободной занятости, удалённая или дистанционная работа и пр. Ввиду отсутствия чёткого понятийного аппарата на уровне законодательства и словарей, эти термины зачастую необоснованно смешиваются.

Автором диссертации проведена работа по разграничению данных понятий, а также дана авторская трактовка термина «медиафрилансер»: 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.

Параграф 1.2. «История, эволюция и современное состояние медиафриланса» включает основные этапы эволюции медиафриланса, выделенные автором диссертации, а также актуальную статистику, отражающую популярность данного феномена. Внештатная журналистика берёт своё начало на стыке XVI-XVII веков на Грабской улице в Лондоне, где сидели писатели-халтурщики, создававшие поверхностные материалы. Следующим важным этапом в развитии фриланса стали кризисы XX века, безработица и увольнения. Чуть позже, в 1970-х, появилась концепция телеработы, созданная для решения проблем с транспортной загруженностью. Наконец, в конце XX века развитие новых технологий стало толчком к популяризации фриланса.

Заслуживает внимания и отечественная специфика. Российская журналистика с самого начала своего появления характеризовалась активным участием писателей, которых можно назвать первыми медиафрилансерами.

Особенности советского времени включали такие явления, как рабселькоровское движение и самиздат. Наконец, чуть позже, чем на Западе, российская журналистика также вступила в цифровую эпоху.

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

Параграф 2.1. «Нормативная основа медиафриланса как системы» представляет анализ действующего российского законодательства, касающегося фриланса, а также успешные схемы регулирования за рубежом. В отечественном законодательстве практически отсутствует понятийный аппарат по исследуемой теме, хотя имеются нормы об удалённой работе и режиме самозанятых.

Говоря об успешных схемах законодательного регулирования в западных странах, следует отметить закон № 140 «Freelance Isn't Free Act», который был принят в 2016 году в Нью-Йорке (США) и регулирует деятельность фрилансеров, а также определяет соответствующее понятие¹⁵.

Другим положительным опытом является традиция объединения в профсоюзы. Так, в Швеции около 80% журналистов, в том числе внештатных, являются членами профсоюзных организаций, которые предлагают ряд важных услуг: выдача пропусков для прессы, правовая поддержка, оформление страховки, обучение и защита¹⁶. Российские медиафрилансеры более разрозненны. Хотя имеются достижения в отдельных регионах: например, при Союзе журналистов в Санкт-Петербурге действует Гильдия медиафрилансеров¹⁷.

Вместе с тем, нормативное регулирование включает не только законодательство, но и кодексы профессиональной этики. Автором диссертации проведён анализ одной из самых больших баз кодексов профессиональной этики журналистов – «Accountable Journalism»¹⁸. В базе собрано более 400 кодексов, однако в разрезе фриланса поиск выдал всего 38 документов, которые с разной

¹⁵ 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)

¹⁶ *Norbäck M.* Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work // Organization. 2021. № 28 (3). С. 426-448.

¹⁷ Гильдия медиафрилансеров. Союз журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. URL: <http://spbsj.ru/about/gildiia-miediafrilansierov> (дата обращения: 19.01.2023)

¹⁸ Codes of Ethics // Accountable Journalism. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes> (дата обращения: 10.01.2021)

степенью конкретики и понимания особенностей внештатной работы описывали профессиональные стандарты, применимые к медиафрилансерам.

Надо отметить и достижения российских исследователей и практиков. 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». Его этическая часть интересна тем, что учитывает непрофессиональных авторов и особенности цифровой эпохи¹⁹.

В параграфе 2.2. «Практические аспекты деятельности медиафрилансеров» выделены способы экономической самореализации медиафрилансеров, психологические проблемы фриланса, выстраивания лично-рабочих границ, особенности творческой самореализации и самоидентификации.

Следует отметить, что большинство западных исследователей сосредотачивается на таких признаках медиафриланса, как нестабильность, ненадёжность и более низкий уровень дохода по сравнению со штатными коллегами²⁰. Российские исследователи чаще зарубежных отмечают позитивные стороны фриланса, главной из которых является свобода²¹. Вместе с тем, несомненно, что журналист-фрилансер вынужден решать несвойственные его профессии задачи: экономические, юридические, психологические. А главное – он должен заново создавать то, что в штате существует как готовый алгоритм.

Постоянные исследователи медиафриланса М. Norbäck и А. Styhre делают парадоксальный вывод: удовлетворённые своим выбором и доходами внештатные журналисты чаще имеют меньший уровень автономии в традиционном смысле фриланса. Они нередко снимают с коллегами офис, объединяясь для обмена заказами и защиты прав. А вот классические фрилансеры, обладающие полной автономией, говорят о низком уровне дохода, дистанцировании и одиночестве²².

Необходимо выделить и творческие особенности медиафриланса. В цифровую эпоху границы профессии журналиста размываются, включая всё

¹⁹ 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)

²⁰ *Salamon E.* E-Lancer Resistance // *Digital Journalism*. 2016. № 4:8. С. 980-1000; *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 // *Scandinavian Journal of Management*. 2019. № 35 (4). С. 101076.

²¹ *Канустина А.А.* Указ. соч.; *Кошелев А.А.* Специфика организации труда фрилансера: по результатам социологического исследования.

²² *Norbäck M., Styhre A.* Указ. соч.

больше специалистов, далёких от традиционной журналистики. В число современных медиафрилансеров можно включить также копирайтеров, рерайтеров, SMM-специалистов, сторисмейкеров, контент-мейкеров, стримеров, блогеров и пр. Современный внештатный журналист вынужден осваивать и значительное количество дополнительных навыков – soft skills.

Третья глава «Медиафриланс цифровой эпохи: состояние, проблемы, прогноз развития» представляет собранную автором диссертации статистику, отражает актуальные проблемы последних лет и тенденции фриланса.

Параграф 3.1. «Анализ ситуации в сфере современного медиафриланса» представляет результаты собственного исследования со сбором статистики относительно социологического портрета современного медиафрилансера и возникающих перед ним проблем экономического, психологического, этического, правового и творческого характера.

Так, например, оказалось, что среди медиафрилансеров лишь четверть (25,42%) имеет журналистское образование – специалисты других профессий часто создают контент в рамках своей специальности. В плане наличия специализации фрилансеры разделились почти поровну: одни (52,43%) считают, что лучше быть специалистом в одной-двух сферах, чем любителем в десяти, другие (47,57%) готовы создавать контент на любую тему.

Среди причин перехода на фриланс лидирует свобода (38,4%). При этом больше половины внештатных журналистов (55,1%) работают более восьми часов в день. Немногие придерживаются офисного графика или тайм-менеджмента (по 17,02% оба варианта): чаще у фрилансеров неравномерный график (45,75%) или просто огромная нагрузка (20,21%). Среди методов поиска заказчиков лидируют социальные сети (54,7%), биржи фриланса (36,75%) и личные связи (31,62%). Каждый пятый (19,65%) отправляет предложения в СМИ напрямую.

Большинство медиафрилансеров (76%) отмечают, что в их работе больше рутины, чем творчества, но при этом вопрос творческой самореализации важен для них, и почти все (94,92%) утверждают, что с творческой точки зрения полностью удовлетворены своей работой и жизнью, и редко кто из фрилансеров занимается тем, что ему не нравится. Они отмечают, 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.

Параграф 3.2. «Трансформация системы медиафриланса: обретения и проблемы» отражает актуальные тенденции последних лет, включая последствия пандемии и санкций. Период локдауна внёс существенные трансформации в жизнь всех индивидов, не исключением стали и журналисты. В их повседневную деятельность были внедрены новейшие технологии и практики дистанционной коммуникации. Хотя штатные журналисты, насильно переведённые на удалённую работу или фриланс, выделяли больше отрицательных последствий, нежели положительных. Не имея, по-видимому, склонности к данному образу жизни, они не так ценили преимущества фриланса, как те, кто выбрал этот путь сам.

События 2022 года и последовавшие для России санкции также способствовали увеличению числа фрилансеров, но создали значительное число препятствий для международного сотрудничества, привычного фрилансерам.

На данный момент фриланс остаётся выбором меньшинства. Однако количество внештатных специалистов уже достаточно велико (на февраль 2023 года зарегистрировано 6,5 млн. самозанятых²³). При этом младшее, цифровое поколение относится к фрилансу позитивно и лояльно, что (с естественным движением поколений) повлечёт рост числа внештатных специалистов.

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.

Интересным выводом является некоторый возврат к истокам: как и писатели-халтурщики с Граб-стрит, многие современные медиафрилансеры трудятся на виртуальной метафорической «Грабской улице», создавая поверхностные рерайты. Однако для большинства внештатных журналистов важен вопрос творческой самореализации. Наиболее опытные из них, имеющие связи и возможность выбирать заказы, концентрируют усилия на том, что считают действительно значимым для себя. Многие из них уверены, что своей работой вносят важный вклад и гордятся результатами своего труда.

Нормативное регулирование медиафриланса пока недостаточно. Однако первые шаги уже делаются – введён режим самозанятых, создаются гильдии медиафрилансеров в профсоюзах, разрабатываются кодексы профессиональной

²³ Мануйлова А. Самозанятость вошла во вкус // Коммерсантъ. 10.02.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5813293> (дата обращения: 26.02.2023)

этики. Дальнейший рост числа внештатных специалистов повлечёт необходимость и в детальном нормативном регулировании, и в формировании стандарта повседневных практик, и в научном осмыслении данного феномена.

Перспективы дальнейшей разработки темы видятся как в осмыслении этих 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.

Основные положения диссертационного исследования и полученные научные результаты нашли отражение в 33 научных публикациях общим объемом 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.).