

*Важина Евгения Алексеевна, аспирантка кафедры менеджмента массовых коммуникаций Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербург, Россия*

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ РЕДАКЦИЙ СМИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация: В связи с развитием новейших технологий и изменениями, происходящими в экономике, российский медиаландшафт претерпевает значительную трансформацию. В частности, меняются принципы работы в редакциях СМИ – наблюдается постепенный отказ от основ вертикальной модели управления. В статье рассмотрены основные принципы работы современных редакций в условиях перехода от одной управленческой модели – вертикальной – к горизонтальной.

Ключевые слова: редакция, СМИ, иерархия, журналистика, медиапредприятие.

Abstract: Due to the development of new technologies and changes in the economy, the Russian media landscape is undergoing a significant transformation. In particular, the principles of work in the editorial offices of the media are changing - there is a gradual rejection of the foundations of the vertical management model. The article discusses the basic principles of the work of modern editorial offices in the context of the transition from one management model - vertical - to horizontal.

Keywords: editorial, media, hierarchy, journalism, media enterprise.

Развитие новых технологий и интернета, появление социальных сетей, изменение запросов аудитории способствуют трансформации медиаландшафта в

целом и работы внутри редакции СМИ в частности. Если всего несколько десятилетий назад во многих изданиях господствовал вертикальный метод управления, то сейчас специалисты отмечают возрастающую популярность более гибких управленческих моделей.

Жесткая вертикально структурированная иерархия характеризуется большим количеством руководителей инстанций, широкой сетью отделов и крупным штатом сотрудников, у которых зачастую нет возможности напрямую влиять на контент издания.

Подобная структура обеспечивает полный контроль за производством конечного продукта, однако она отличается громоздкостью и не всегда позволяет компании адаптироваться к переменам, происходящим на рынке. Более того, из-за сложных иерархических связей внутри компании не всегда быстро удается согласовывать различные решения и отдавать поручения сотрудникам.

Горизонтальная структура, напротив, представляет собой модель управления, в которой сотрудники решают задачи сообща, они автономны и инициативны; коммуникация внутри предприятия открытая и прозрачная; строгие иерархические связи внутри команды минимизированы или отсутствуют совсем.

В последнее время исследователи говорят о том, что «классическая управленческая лестница начинает укорачиваться, а строгие линейно-функциональные субординационные отношения – заменяться командными и матричными» [2, с. 140]. Среди отечественных специалистов в своих работах тему трансформации отношений внутри редакции затрагивали А. В. Вырковский [2], Б. Н. Лозовский [8], В. Л. Иваницкий [5]. О том, что в интернет-изданиях стиль редакционного управления стал меняться гораздо быстрее упоминали А. Г. Качкаева [6], Ю. П. Пургин [10], О. В. Копылов [7].

О том, что управленческий стиль трансформируется в некоторых типах СМИ, отметила В. В. Васильева, исследуя феномен российских small media [1, с. 127]. В таких изданиях из-за их относительно небольшого размера (в редакции могут работать только два человека, включая главного редактора, а контент в

основном производится внештатными авторами) практикуется открытая горизонтальная система управления, когда авторы сами выбирают темы для публикаций, работают над ними и размещают на сайте. В некоторых случаях это происходит без согласования с главным редактором.

Однако отметим, что зачастую сотрудники small media работают на добровольных началах и не получают плату за свои материалы и издание превращается в некое подобие личного блога. Тем не менее, на примере подобных изданий стоит отметить, что уход от традиционной модели управления способствует повышению инициативности и ответственности сотрудников даже в условиях, когда издание не практикует жесткий рабочий график.

Об этом, в частности, пишут Б. Н. Лозовский и Я. С. Нохрина. Исследуя феномен подобных медиа, они отмечают, что основными отличительными чертами в таких изданиях являются самоорганизация, минимизация (или отсутствие) иерархии, самостоятельность авторов.

«Small media вносят правки в концептуальную организацию журналистского дискурса на уровне формата издания. Редакции останутся “горизонтальными”, “открытыми”, на место вертикальной иерархии приходит самоорганизация. Каждый может предложить свой материал, стать автором проекта», – отмечают Б. Н. Лозовский и Я. С. Нохрина [9. с. 57].

Разумеется, пока крупные издания не могут последовать абсолютному примеру подобных медиапроектов, но все больше СМИ начинают внедрять во внутриредакционную систему принципы горизонтального управления.

А. А. Долгая разработала индекс горизонтальности, который призван понять «соответствие системы управления принципам функционирования горизонтальной организации» [3. с. 212]. Основными признаками организации с горизонтальным управлением считаются [4. с. 14]:

- прозрачность целей организации;
- эффективность коммуникации;
- автономия сотрудников;

- тренинги и поддержка;
- работа в командах, где все имеют право голоса.

Подобные выводы можно применить и к медиапредприятиям, однако при этом важно учитывать некоторую специфику в работе творческого коллектива. На наш взгляд важными признаками редакции с горизонтальным управлением являются:

- 1) возможность сотрудника редакции влиять на составление редакционного плана публикаций;
- 2) наличие в редакции развитой коммуникационной системы, когда сотрудник может напрямую обратиться к главному редактору или его заместителям;
- 3) поддержание комфортного творческого климата в коллективе и соблюдение work-life balance;
- 4) четко выстроенная система внутри редакции, в которой сотрудник знает свои обязанности и несет ответственность за результаты своего труда;
- 5) распределение рабочих задач в зависимости от навыков сотрудников.

Стиль управления в редакции, на наш взгляд, зависит от ряда причин. Во-первых, размер издания. В небольших редакциях практиковать горизонтальное управление гораздо легче, и все сотрудники находятся друг с другом в непрерывной коммуникации.

Во-вторых, выбор стиля управления зависит от личных качеств главного редактора. Не все профессионалы готовы практиковать авторитарную управленческую модель и выстраивать строгую иерархию. В-третьих, стиль управления напрямую зависит от сотрудников издания – особенно это проявляется в той ситуации, когда главный редактор приходит в уже существующую команду, а не набирает сотрудников «под себя». В этом случае важно учитывать творческую атмосферу в коллективе и профессиональные навыки каждого сотрудника.

Таким образом, все больше российских исследователей журналистики и

редакционного менеджмента отмечают происходящую внутри редакции трансформацию – некоторые издания практикуют более свободный стиль управления коллективом. Горизонтальная система управления позволяет обеспечивать изданию необходимую гибкость, для функционирования на постоянно меняющемся рынке СМИ, она поощряет и мотивирует сотрудников и способствует открытой и прозрачной коммуникации внутри издания.

Разумеется, не все СМИ готовы полностью перейти на горизонтальную модель управления, но некоторые уже внедряют ее принципы в ежедневную работу редакции.

Библиографический список:

1. Васильева В. В. «Фанатский журнал» как тип издания (на примере петербургских фэнзи- нов 2010-х годов) // Вестн. Омск. гос. пед. ун-та. Гуманитар. исслед. 2017. № 2 (15). С. 127-130.
2. Вырковский А.В. Структура редакций СМИ: традиция и современность // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. №4. С. 136-151.
3. Долгая А.А. Рекомендации по оценке уровня горизонтальности системы управления организацией // Вестник ГУУ. 2016. №9. С. 211-215.
4. Долгая А. А. Развитие вовлеченности персонала методами горизонтального управления. // Вестник Государственного университета управления. 2017. № 9. С. 9-16.
5. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: учеб. пособие для акад. бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. М., 2016. – 239 с.
6. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.:, 2010 – 200 с.
7. Копылов О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2013. – 19 с.
8. Лозовский Б. Н. Российские СМИ: портфель заказов на

модернизацию // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2011. No 2 (89). С. 7-12.

9. Лозовский Б. Н., Нохрина Я. С. Small media как опыт дискурсивного медиасопротивления // Известия УрФУ. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27, № 1. С. 49-60.

10. Пургин Ю. П. Функционирование медиахолдинга в условиях трансформации регионального информационного рынка (на примере издательского дома «Алтапресс»). Дис. ... к-та филол. наук: 10.01.10. – Екатеринбург, 2011. – 23 с.