

**ОЛЕШКО Е. В.**

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ СМИ**

Аннотация: В статье анализируется актуальнейшая проблема адаптации СМИ и журналистов к работе в условиях цифровой революции и формирования принципиально новых моделей информационного взаимодействия с массовой аудиторией. Автор делает вывод, что в полной мере осознавать при этом приоритеты гуманитарного развития и содействовать ему своими усилиями современные журналисты могут только в условиях формирования и развития профессиональной культуры сообщества. При этом, как доказывается, профессиональная культура в рамках новейшей практики продуцирует не только различного вида коммуникационные связи и артефакты, но и систему ценностных ориентиров, а также формы духовной жизни.

Ключевые слова: профессиональная культура журналиста, интернет, цифровые трансформации, аудитория, диалог.

**Oleshko E. V.**

## **PROFESSIONAL CULTURE OF A JOURNALIST IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATIONS OF THE MEDIA**

Abstract: The article examines the most urgent problem of adaptation of the media and journalists to work in the digital revolution and the formation of fundamentally new models of information interaction with the mass audience. The author concludes that a full understanding of the priorities of human development and assistance of the efforts of modern journalists can only happen in the conditions of formation and development of the professional culture of the community. In this case, as proved, professional culture within the framework of current practice produces not only different kinds of communication and artifacts, but also the system of values and forms of the spiritual life.

Keywords: professional culture of journalist, the Internet, digital transformation, audience and dialogue.

В рамках мультипарадигмального подхода к анализу современной медийной практики предельно актуализирован для научно-практического осмысления вопрос: способны ли СМИ в условиях цифровой революции, ведущей к формированию принципиально новых моделей информационного взаимодействия с массовой аудиторией, справиться с задачами, которые объективно вытекают из динамики общественных и общегосударственных интересов? И, прежде всего, способны ли при этом журналисты как профессиональное сообщество «осознавать приоритеты гуманитарного развития и содействовать ему своими усилиями?» [5, с. 64].

В связи с этим, можно выделить проблематику формирования и развития профессиональной культуры журналистов как совокупности ментальных и инструментальных характеристик личности в качестве ключевой по многим параметрам. Во-первых, нам принципиально важным видится такой аспект, как систематизация факторов, способствующих развитию парадигмы информационного общества применительно к организации диалоговых отношений журналистов со всем многообразием субъектов информационной деятельности,

использующих интернет не только для получения информации, но и для создания различных информационных продуктов. Во-вторых, поиск инструментов/технологий взаимовлияния профессионалов и постоянных акторов глобальной Сети перспективен, как свидетельствует новейший опыт многих СМИ (например, информационного портала Life), с точки зрения формирования или расширения авторского состава или даже подготовки кадров будущих медийных профессионалов различных специализаций.

Мы убеждены, что в соответствии со сложившейся в последнее десятилетие практикой, числу тех, кто в контексте цифровых трансформаций может являться субъектом и одновременно объектом формирования данного рода профессиональной культуры, относятся не только журналисты, но и представители групп, обладающим признаком принадлежности к институализированным масс-медиа на уровне технической, маркетинговой, дистрибьютерской и ряда других видов «сопровождающей» деятельности. Но при условии, что они не только представляют ту или иную конкретную формализованную структуру масс-медиа, но и, если данный вид деятельности скреплен общими с журналистами профессиональными принципами, этическими нормами или регуляторами иного вида.

В условиях бесконечно расширяющегося информационного пространства не менее важно понятие профессиональной культуры журналистов и то, что за ним стоит, диалектически увязывать с тематическим пластом научных исследований, посвященных информационной культуре в целом. Так, например, И. М. Дзялошинский совершенно справедливо, на наш взгляд, рассматривает данную культуру «как внутреннюю основу некой технологии, совокупность эталонов, критериев и процедур, задающих направления и алгоритмы социально одобряемого поведения и эффективной деятельности», а также как «совокупность знаний, ценностей, норм, обеспечивающих приспособление человека к окружающей среде (в том числе, конечно, и информационной – прим. Е.О.) или преобразование этой среды в соответствии со своими нуждами, целями и представлениями» [1, с. 34].

В контексте данной проблематики возникает вопрос и о том, что культура всегда имеет как минимум две формы проявления: непосредственно через людей и социальные, в том числе профессиональные, группы, а также через созданные ими артефакты. Можно ли в полной мере отнести эти характеристики и к информационной культуре, а также к её «творцам» – субъектам информационной деятельности? Безусловно. Но новизна ситуации обусловлена тем, что число ключевых агентов информационных процессов в настоящее время не только значительно расширено, но и предполагает их активное взаимовлияние. Однако в силу традиционно сложившейся в России системы, при которой журналистика является открытой профессией, в СМИ сегодня трудятся представители, можно сказать, уже не только различных специализаций, но и различных профессиональных групп. Причем, если в «доцифровой», или по-иному – в так называемый «гуттенберговский период», без ярко выраженных способностей, а также приобретенных в процессе работы чётко формулируемых руководителями СМИ навыков и умений (прежде всего к созданию текстов), нельзя было полноценно

реализоваться в профессии, то сегодня внешняя легкость в трансляции контента нередко приводит к размыванию самих критериев профессионализма. И это не просто актуализирует сформулированную нами проблему, но предопределяет её важность и на уровне принятия управленческих решений.

Причем следует отметить, что по поводу понятия «профессиональная культура» сегодня в исследовательской среде также существуют различные точки зрения. Некоторые учёные, в частности, приходят к выводу, что «профессиональная культура как социальный феномен тесно взаимосвязана в том числе и с информационной деятельностью, но при этом есть не что иное, как часть корпоративной культуры» [6, с. 418–419]. Однако, на наш взгляд, и эту точку зрения разделяют Б. Н. Лозовский, В. Л. Цвик и ряд других исследователей [3], медийная (пиаровская, откровенно пропагандистская, политехнологическая и рекламная) практика новейшего времени всё больше убеждает, что отстаивание прежде всего интересов корпорации или какой-то группы людей, а не массовой аудитории, которой адресуется информация или конкретные тексты, не позволяет ставить знак равенства между этими терминами.

Принципиально важным является и результирующий вывод исследователей УрФУ, что культура стремится «стать по-настоящему профессиональной не тогда, когда происходит момент её “адаптации” к современным технологиям и условиям жизнедеятельности определенной группы людей, но тогда, когда профессиональная культура становится продуктивной» [2, с. 7], и что при этом в первую очередь «речь должна идти не о самодостаточности журналистского творчества, а о параметрах взаимодействия СМИ и аудитории» [4, с. 131]. При этом, как доказывается, профессиональная культура и новых условиях продуцирует не только различного вида коммуникационные связи и артефакты, но и систему ценностных ориентиров, а также формы духовной жизни. Существенен при этом аспект её диалектической взаимосвязи с культурой в целом, а не только с массовой культурой как неизменным сопрягаемым термином в аббревиатуре СМИ. Что можно рассматривать как одно из перспективных направлений дальнейших исследований последствий цифровой революции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дзялошинский И.М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиaprостранстве России : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2013.
2. Дискурс журналистской профессии: от частного – к общему, от монолога – к диалогу // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. 2005.
3. Лозовский Б. Н. Кто и как манипулирует журналистами? С. 38-46 ; Цвик В.Л. О конвергенции и журналистской науке [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1668> ; Сидоров В. А., Ильченко С. Н., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб., 2009.
4. Олешко В.Ф. Психология журналистики. Екатеринбург, 2014.
5. Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015.
6. Шаталова Н. И. Организационная культура. М., 2006.