

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

Уральский гуманитарный институт

Кафедра прикладной социологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГАК

Зав. кафедрой Меренков А.В.

(подпись)

«_____» _____ 2018 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
ЖУРНАЛИСТОВ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Руководитель д-р соц. н., доцент Антонова Н. Л. _____

Нормоконтролер д-р соц. н., доцент Антонова Н. Л. _____

Студент группы УГИМ-264904 Хафизова В.Р. _____

Екатеринбург
2018

Оглавление

Введение.....	3
1. Теоретико-методологические основания изучения трансформации профессиональных ценностей журналистов.....	12
1.1. Специфика изучения профессиональных ценностей журналистов.....	12
1.2. Факторы, влияющие на трансформацию профессиональных ценностей журналистов.....	35
2. Профессиональные ценности журналистов – представителей разных поколений.....	61
2.1. Мотивационная структура профессиональных ценностей журналистов.....	61
2.2. Профессионально-ценностные ориентации журналистов.....	83
Заключение.....	111
Список литературы.....	115

Введение

Актуальность работы. Современное российское общество переживает череду качественных исторических перемен, связанных с глобализацией, переходом к рыночной модели экономики, трансформацией политической системы, цифровой революцией, возникновением и распространением сети Интернет, появлением новых медиа как мощнейшего инструмента власти и влияния на общественное мнение. В условиях становления информационного общества мы являемся очевидцами новых, постоянно ускоряющихся изменений, которые затрагивают не только социальные институты, но и внутренний мир людей, возникают новые нормы культуры и типы ценностей. Как в свое время отметил В.П. Тугаринов, «отдельный человек может пользоваться лишь теми ценностями, которые имеются в обществе. Поэтому ценности жизни отдельного человека в основе своей являются ценностями окружающей его общественной жизни»¹.

В данной работе нас будут интересовать профессиональные ценности журналистов, точнее их трансформация. Становление журналистики как профессии закономерно подчинено ходу времени. Изменения, происходящие на протяжении 20 лет в обществе, разделяющие советский период от современного, формируют новую журналистику и профессиональные ценности, а также способствуют серьезным переменам в понимании фундаментальных и этических основ самой журналистики.

Во-первых, произошла трансформация политико-экономической системы, сопровождавшаяся отменой цензуры и идеологии, появлением частной собственности, конкуренции и рекламы. В первую очередь, это отразилось на профессиональной журналистской среде, так как впервые возникли органы саморегулирования СМИ, призванные решать информационные споры, и профессионально-этические кодексы,

¹Цит. по: Сунцова Я.С. О согласовании социальных и культурных. Ценностей в регуляции поведения личности // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика», 2005.– URL: http://ru.vestnik.udsu.ru/files/original_articles/vuu_05_09_05.pdf (дата обращения: 04.01.2018).

фиксирующие нормы поведения журналиста, а также его права и обязанности. Во-вторых, произошла цифровая революция, существенно повлиявшая на ценности журналистов и принципы их профессиональной деятельности. В виртуальном пространстве журналист ощущает себя более свободным, так как в сети не существует зафиксированных норм и правил поведения, и есть возможность остаться анонимным. В связи с этим растет количество нарушений авторских прав, случаев вмешательства в личную жизнь пользователей социальных сетей, публикаций с непроверенной информацией и фейковых новостей. Также в связи с распространением интернета и социальных сетей появляются такие феномены как «гражданская журналистика», «мобильные репортеры», блогеры, актуализирующие проблему депрофессионализации журналистики. Происходит размытие образа журналиста и границ профессии, среди экспертов медиа горячо обсуждается вопрос, существуют ли вообще профессиональные ценности у современных журналистов².

Таким образом, социологический анализ профессиональных ценностей журналистов в поколенческом аспекте требует рассмотрения ряда противоречий между:

- Увеличением востребованности регулирования деятельности журналистов в связи с растущим в условиях цифрового пространства количеством нарушений норм этики и устареванием профессионально-этических кодексов и уставов, закрепляющих нормы и правила поведения журналистов.

- Признанием журналистами в качестве главного критерия профессионализма знание и соблюдение этических норм и игнорированием журналистами документов, которые их закрепляют.

²Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – С.253; или Лозовский Б.Н. Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике/ Б. Н. Лозовский // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – №2(138). – С.9

- Должными и реальными функциями журналистов в условиях советского и современного обществ.

- Мотивами и ценностными ориентациями советских и современных журналистов, сформированными под влиянием социально-политических, экономических, технологических факторов.

- Наличием неформальной цензуры в СМИ, обусловленной зависимостью от учредителей и властных структур, и существованием закрепленных на законодательном уровне информационных прав и свобод.

Выделенные проблемы обуславливают актуальность нашей работы. Кроме этого, важность исследования профессиональных ценностей журналистов разных поколений заключается в том, что с их помощью можно спрогнозировать будущее журналистики.

Степень научной разработанности проблемы. При анализе заявленной проблемы профессиональных ценностей журналистов в поколенческом аспекте мы обращались к работам как отечественных, так и зарубежных авторов.

Профессиональные ценности российских журналистов стали активно изучаться лишь в конце XX века. До этого, в советский период, объектом внимания становились отдельные аспекты личности журналистов и их профессиональной деятельности. Социология журналистики развивалась волнами, как и вся отечественная социология. Первый пик наблюдался в 1920-е годы после революции. Он связан с тем, что новые газеты нуждались в журналистских кадрах. Исследования кадров проводились партийными органами. Собираемые сведения касались: партийности и партийного стажа; социального происхождения; уровня и типа образования. Самым масштабным стало исследование М. Гуса «За газетные кадры», организованное в 1929 году и охватившее почти 70% газет СССР. В выводах М. Гуса говорил о процессах «орабочивания» и «коммунизации» прессы (количество коммунистов в редакциях повысилось до 45%; когда в 80-е годы их доля достигала уже 70–80%).

Второй пик исследований пришелся на 1960-е – период хрущевской «оттепели». Крупные исследования велись под руководством Б.А. Грушина, который создал Институт общественного мнения при «Комсомольской правде».

Третий пик исследований пришелся на 1990-е годы, послеперестроечное время – этап трансформации политической и экономической систем. В основном, исследования затрагивали влияние новых экономических и политических условий на журналиста. Например, «Перспективы развития телевидения и радиовещания» (1990) и «Перспективы развития местной прессы» (1991)³. В опросах изучались аспекты, связанные с рыночными условиями существования СМИ; политические установки журналистов; их мнения об уровне профессиональной независимости и свободы слова; изменения функций журналиста; процесс взаимодействия с источниками информации.

В это же время активно велись социопсихологические исследования, направленные на изучение личности журналиста, профессиональных ориентаций и проблем творчества⁴. Большое количество исследований было также посвящено проблемам журналистского образования, объектами становились выпускники факультета журналистики.

Среди наиболее известных исследователей личности журналиста стоит выделить Л.Г. Свитич и А.А. Ширяеву, И.М. Дзялошинского и М.И. Дзялошинскую, С. Пасти, А.М. Сосновскую, М.Ю. Галкину, А.В. Вырковского и др. В частности, И.М. Дзялошинский и М.И. Дзялошинская изучали следующие аспекты: особенности личности и профессиональной деятельности журналиста, его творческий потенциал и вопросы влияния

³Свитич Л.Г., Ширяева А.А., Дзялошинский И.М. Журналист: социологические и социопсихологические исследования. – Изд-во МГУ Москва, 1994. – 200 с.; Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист новой прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1994. – №3. – С. 3-13.

⁴Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. Монография. - М.: Изд-во «Восток», 1996. – 302 с.

идеологии на работу⁵; ценности и вопросы этики российских журналистов⁶; а также вопросы качества деятельности медиапрофессионала⁷.

Одно из наиболее масштабных и актуальных исследований под названием «Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе», было проведено в 2016 году исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт»⁸. Целью этого исследования был социологический анализ представлений журналистов о профессии и профессиональном сообществе. В исследовании принимали участие не только профессиональные журналисты, но и студенты.

При изучении теории поколений мы обратились к статьям Т. Шанина «История поколения и поколенческая теория», Ю.А. Левады «Поколения XX века: возможности исследования», В.В. Семеновой «Эмпирические подходы к понятию «поколение», Б.В. Дубина «Поколение: смысл и границы понятия», составляющим сборник монографий «Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России»⁹. Также в своей работе мы рассматривали теорию поколений, разработанную американскими исследователями Н. Хоузом и В. Штраусом¹⁰.

Таким образом, мы обнаружили широкий круг исследований, посвященных отдельным аспектам личности журналистов, однако нам не

⁵Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. М. Дзялошинский. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 412 с.

⁶Дзялошинский И.М. Ценности и качества российских журналистов: теоретические модели и результаты эмпирического исследования // Меди@льманах. 2013. – № 6. – С. 8-18; Дзялошинская М.И. Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов / М.И. Дзялошинская, И.М. Дзялошинский // Медиаскоп. – 2011. – № 4. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/952> (дата обращения: 04.01.2018).

⁷Дзялошинский И.М. Герои и антигерои российской журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. – № 4. – С. 84-92.

⁸ Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив).

⁹ Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – 328 с.

¹⁰Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоуза и В. Штрауса. Возможности практического применения /Е.М. Ожиганова// Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. – №1(1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya> (дата обращения: 04.01.2018).

удалось найти работы, направленные на сравнительный анализ советских и современных журналистов как представителей разных поколений.

Объектом нашего исследования выступают профессиональные ценности журналистов. **Предметом** – трансформация профессиональных ценностей журналистов города Екатеринбурга – представителей разных поколений.

Цель работы: осуществить теоретико-методологический и эмпирико-социологический анализ профессиональных ценностей журналистов - представителей разных поколений, а также факторов, влияющих на их трансформацию.

Достижение цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Раскрыть теоретико-социологические подходы к анализу профессиональных ценностей журналистов.
2. Охарактеризовать факторы, влияющие на трансформацию профессиональных ценностей журналистов.
3. Рассмотреть мотивационную структуру профессиональной деятельности журналистов – представителей разных поколений.
4. Проанализировать профессионально-ценностные ориентации журналистов – представителей разных поколений.

Теоретико-методологическую основу исследования составили работы российских и зарубежных авторов, посвященные анализу проблем ценностей, профессиональных ценностей, теории поколений.

Основные теоретические и методологические положения, на которые мы опираемся в работе, содержатся в работах И.М. Дзялошинского, Л.Г. Свитич, Е. Л. Вартановой, Г.В. Лазутиной, Д. МакКуэйла.

Эмпирическую базу работы составили материалы социологического исследования, в котором были использованы количественный и качественный методы:

1. Онлайн-опрос студентов-журналистов г. Екатеринбурга (n=102, квотный вид отбора).

2. Полуформализованное интервью с редакторами уральских советских и современных СМИ: «Уральский рабочий», «Четвертый канал», «E1.ru».

3. Экспертное интервью с деканами факультетов журналистики университетов города Екатеринбурга.

Также осуществлен вторичный анализ данных российских исследований, проведенных ФОМ и исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив).

Научная новизна работы заключается в следующем:

- Определено, что главными факторами, влияющими на трансформацию профессиональных ценностей журналистов, являются: переход к рыночной экономике, смена политических систем, цифровая революция. Выделенные факторы нашли отражение в мотивационной структуре профессиональной деятельности и профессионально-ценностных ориентациях журналистов.

- Выявлены различия в мотивации профессиональной деятельности советских и современных журналистов, заключающиеся в том, что советские – руководствовались гедонистическими, творческими, моральными мотивами, а современные – социальными, познавательными, мотивами престижа. Мотивы студентов-журналистов во многом повторяют мотивы работающих коллег, но отличаются преобладанием гедонистического мотива, связанного со стремлением к получению удовольствия от работы.

- Охарактеризованы различия в принципах профессиональной деятельности журналистов, которые состоят в том, что советский журналист в своей работе опирается в большей степени на моральные принципы, а современный – на рациональные.

- Выявлены противоречия, связанные с отношением журналистов к власти, цензуре и аудитории. Сегодня государство, как и в советский период,

контролирует деятельность СМИ, но при этом современные журналисты имеют возможность также регулировать работу властных структур. При этом цензура продолжает существовать уже на неформальном уровне и заключается в зависимости журналистов от учредителей СМИ. Что касается различий в отношении к аудитории, то современные журналисты, в отличие от советских, глубоко и всесторонне изучают ее, так как от этого зависит успех издания.

- На материалах эмпирического исследования определено, что журналисты игнорируют профессиональные кодексы и уставы, закрепляющие нормы и правила поведения журналистов, и в то же время считают знание и соблюдение этих норм главным критерием профессионализма.

Теоретическая и практическая значимость. Результаты работы могут быть взяты за основу для проведения дальнейших исследований по вопросам трансформации профессиональных ценностей журналистов.

Материалы исследования могут быть использованы при составлении курса «Социология журналистики», а также для разработки спецкурсов для социологов и журналистов по вопросам, связанным с особенностями личности современного журналиста.

Также результаты работы могут быть использованы руководителями СМИ, работодателями для лучшего понимания своих сотрудников.

Достоверность результатов, полученных в ходе исследования, подтверждается обоснованностью методологических и теоретических положений, а также использованием методов и процедур сбора, обработки и анализа данных, релевантных поставленным цели и задачам.

Апробация результатов исследования. Основные положения работы прошли апробацию на следующих международных и всероссийских конференциях: XX Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология,

опыт эмпирического исследования», Екатеринбург, УрФУ, 2017 г.¹¹; XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», Екатеринбург, УрФУ, 2018 г.¹²; Международная научно-практическая конференция «Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста», Екатеринбург, УрФУ, 2018 г.; XIII Конкурс научно-практических работ студентов, магистрантов, аспирантов «Новые голоса в науке: идеи и проекты», Екатеринбург, АНО ВО Гуманитарный университет, 2018 г.

Структура и объем работы. Работа состоит из двух основных глав. Первая глава посвящена теоретическим основам исследования, в ней раскрыта сущность ключевых понятий, таких как ценность, профессия, профессиональные ценности, журналистские профессиональные ценности. В этой же главе мы рассматриваем факторы, влияющие на трансформацию профессиональных ценностей журналистов, и затрагиваем поколенческий подход. Вторая глава построена на результатах эмпирического исследования, мы анализируем мотивационную структуру и профессионально-ценностные ориентации журналистов – представителей разных поколений, а также проводим сравнение между результатами, полученными при изучении профессиональных ценностей советских журналистов, современных и будущих.

¹¹Хафизова В. Р. Журналисты как профессиональная общность / В. Р. Хафизова // XX Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16-18 марта 2017 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – С. 227-231.

¹² Хафизова В. Р. Профессиональные ценности советских и постсоветских журналистов / В. Р. Хафизова // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2018. – С. 411-415.

1. Теоретико-методологические основания изучения трансформации профессиональных ценностей журналистов

1.1. Специфика изучения профессиональных ценностей журналистов

Журналистику принято считать одной из древнейших профессий. Однако это высказывание трудно подтвердить, если мы говорим о журналистике как виде профессиональной деятельности. Существуют следующие определения профессии: «1. Устойчивый и относительно широкий вид трудовой деятельности, являющийся источником дохода, предусматривающий определенную совокупность теоретических знаний, практического опыта и трудовых навыков и определяемый разделением труда, а также его функциональным содержанием; 2. Большая группа людей, объединенных общим родом занятий, трудовой деятельностью»¹³. Следовательно, профессия журналиста появляется в тот момент, когда формируется профессиональное самосознание, то есть в момент институционализации профессии, который будет подробно рассмотрен далее.

Древней же эту профессию называют, так как еще в античной мифологии в представлении людей существовали духи, которые исполняли роль информационных посредников между богами и людьми, соответственно земными посредниками являлись пророки, прорицатели, оракулы. Их последователями позже становятся ораторы, владеющие искусством красноречия. Именно они, по мнению В.В. Ученовой, являются прародителями журналистов¹⁴. Эти же функции исполняли гонцы, глашатаи древних императоров и царей. Также роль вестников выполняли путешественники, странники, писцы.

¹³ Большой социологический словарь [Электронный ресурс] // Gufo.me - словари и энциклопедии. — URL: <https://gufo.me/dict/social/ПРОФЕССИЯ> (дата обращения: 05.01.2018).

¹⁴ Более подробно см. в кн.: В.В. Учёнова. У истоков публицистики. — М.: Изд-во МГУ, 1989. — 214 с.

Первое периодическое публичное распространение информации связано с изданием цезаревских газет «Acta senatus» и «Acta diurna populi Romani», которые были представлены в виде гипсовых оттисков на площадях Древнего Рима в I в. до н.э.¹⁵. Позже журналистские функции выполняли летописцы, историки, ученые, религиозные проповедники, просветители, литераторы-публицисты.

Очевидно, что печатная журналистика в Европе могла начаться только с изобретением И. Гутенбергом печатного станка в XV веке. Печатные газеты оказались незаменимым товаром для коммерсантов, постоянным источником информации для аудитории, привлекательным инструментом контроля для властей. «Позднее регулярные печатные публикации, будь то в газете или журнале, превратились в важное распространение идей, ведущих к реформистским политическим движениям, революциям, борьбе за независимость или за свободу религиозных меньшинств»¹⁶.

Журналистика переживает несколько этапов становления не только в России, но и во всем мире. На Западе началом следует считать эпоху персонального журнализма, когда издание выпускал узкий круг лиц, либо один человек, который одновременно являлся владельцем, учредителем, издателем, редактором и автором издания.

В России официальным началом журналистской деятельности принято считать создание государственного издания «Ведомостей» Петром I. 17 декабря 1702 года вышел первый номер. В газете публиковалась информация о новых преобразованиях императора, о политике, военных делах, внутренних и внешних делах страны¹⁷. Таким образом, первые русские газеты имели идеологическую направленность и выполняли функцию

¹⁵Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист. Учебное пособие / Л. Г. Свитич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 14.

¹⁶МакКуэйл Д. Журналистика и общество. Учебник для журналистов. Пер. с англ. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики имени М.В. Ломоносова, 2013. – 368 с.

¹⁷ Есин Б.И. История русской журналистики (1703-1917): учебно-методический комплект (учеб. пособие; хрестоматия; темы курсовых работ) / Б.И. Есин. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2009. – С. 9.

проводников определенной политики в отличие от первых европейских газет, которые носили коммерческий характер.

Только в середине XVIII века в России начал распространяться частный тип изданий, которые формально не зависели от государственных структур, изданием занимался частный предприниматель. Первый такой журнал назывался «Трудолюбивая пчела» А.П. Сумарокова, который вскоре закрылся из-за своей критической направленности.

Самостоятельно осмыслить профессию журналиста впервые попытался М.В. Ломоносов в своей статье «Рассуждение о должности журналистов, в изложении ими сочинений, назначенных для поддержания свободы рассуждений». Ломоносов написал ее по-латыни в 1754 году, она была напечатана на французском языке в научном амстердамском журнале. На русском языке она впервые была напечатана лишь в 1865 году. Автор затрагивает тему журналистской этики, критикует поверхностные суждения коллег, использование чужих мыслей¹⁸.

Массовой журналистика становится в середине XIX века. Растет количество типографий, изданий, журналистов и читателей. Журналистская деятельность приобретает статус коммерческой. Однако нормативно-правовая база деятельности журналиста, его правовой статус до сих пор не были определены. Как пишет Б.И. Есин: «Ни в одном законе государства права представителей печати не были предусмотрены»¹⁹. Лишь в 1865 году в России впервые принимается закон о печати «Временные правила о печати». Отменялась предварительная цензура для столичных изданий. Но это нововведение не распространялось на сатирические издания и провинциальную прессу. Контроль над печатью осуществлялся Министерством внутренних дел.

¹⁸ Есин Б.И. История русской журналистики (1703-1917): учебно-методический комплект (учеб. пособие; хрестоматия; темы курсовых работ) / Б.И. Есин. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2009. – С. 72-73.

¹⁹ *Цит. по:* Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. Учебное пособие – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 20.

Следующим важным для российской печати событием был Манифест от 17 октября 1905 года, утвердивший гражданские права «на началах неприкосновенности личности, свободы слова, совести, собраний и союзов». Следующим указом было устранено административное вмешательство в дела прессы, восстанавливался порядок судебной ответственности за преступления в печати. Свое развитие начала легальная многопартийная печать.

После октябрьской революции в связи с приходом к власти большевиков журналистская деятельность приобретает функцию пропаганды диктатуры партии. Начинается социологическое изучение состояния журналистских кадров. Ведется учет стажа работы, партийности, образования и социального происхождения журналистов²⁰, проводятся дискуссии о том, как поднять и укрепить авторитет профессии. Этим занимались партийные органы и профессиональные журналистские организации. Таким образом, развивается социология журналистики, а главным ее объектом становится профессия журналиста. Однако с 30-х годов любые социологические исследования были практически заморожены до 60-х годов.

Важным этапом в развитии социологии журналистики стало создание Института общественного мнения при газете «Комсомольская правда», его основателем стал известный отечественный социолог и философ профессор Б. А. Грушин. Одним из наиболее крупных исследований, разработанных и проведенных институтом в 1969 - 1971 годы, стал «Таганрогский проект». В рамках проекта велось комплексное исследование аудитории, издателей, содержания СМИ, а также журналистов.

Значимым выводом «Таганрогского проекта» стало то, что представления журналистского сообщества о наиболее важных аспектах профессиональной деятельности характеризовались авторами проекта как

²⁰Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. Учебное пособие – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 22.

неполные и противоречивые, что дало основания рассуждать о профессиональном сознании журналистов как об одном из значимых регуляторов профессиональной активности²¹. Также результаты опросов показали, что во 1960-х гг. журналисты всерьез не воспринимали СМИ как канал выражения общественного мнения. Возможным объяснением этого факта было преобладание ориентации на идеологическое воздействие и формирование мнений в соответствии с существовавшей идеологией²².

Представленный выше анализ позволяет утверждать, что только в начале XX века, в момент прихода к власти большевиков профессиональные ценности общности журналистов стали предметом специального осмысления со стороны советской власти. Это связано с тем фактом, что в идеологии советского государства важно было изучение профессиональных ценностей журналистов, потому что им предписывалась особые функции, а именно пропаганда строительства социализма в СССР.

Произошедшие в стране в 1990-х годах социально-политические трансформации привели к серьезным изменениям в медиасистеме и формированию новых условий профессиональной деятельности журналистов. Как отмечает ведущий эксперт в области исследований журналистов в СССР и в современной России Л. Г. Свитич: «профессия медиаторов-информаторов эволюционировала от пророчествующих или транслирующих информацию медиаторов, от единичных корреспондентов... до современного корпуса журналистов, одного из мощнейших информационных институтов...»²³.

Именно институциональный подход представляется наиболее перспективным для изучения профессии. Под социальным институтом в социологии понимается «относительно устойчивая форма организации

²¹Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Исследования журналистов в историческом контексте // Теория и социология СМИ: ежегодник. Часть 2. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2010. – С.8.

²² Аникина М.Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестник Московского университета. Серия №10. Журналистика. 2012. – №4. – С. 11.

²³Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. Учебное пособие – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 24.

социальной жизни, обеспечивающая устойчивость связей и отношений в рамках общества»²⁴. Социальный институт предполагает наличие следующих характеристик: «законодательная база, совокупность норм, предписаний, требований, регулирующих его функционирование. К этому нужно добавить присутствие определенной организационной структуры. Ну и, наконец, следует отметить, что функционирование любого социального института обусловлено особенностями развития и интересами общества»²⁵. Журналистика, на наш взгляд, отвечает выше перечисленным требованиям, поэтому может рассматриваться как социальный институт. Существует законодательная база – Закон о СМИ, Конституция РФ, Закон о дополнительных гарантиях прав граждан на информацию, О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ, Об экономической поддержке районных (городских) газет, О рекламе, О государственной тайне, Об авторском праве и смежных правах, Уголовный кодекс, Уголовно-процессуальный кодекс и т.д. Кроме того, сложилась определенная организационная структура журналистских предприятий, организаций – СМИ, профессиональные организации, органы саморегулирования. И, наконец, журналистика отражает общественные интересы и потребности и влияет на мнение самого общества.

В качестве опорного понятия мы будем использовать именно «институт журналистики», а не «институт СМИ», так как эти понятия не равнозначны. СМИ – это один из видов массовой коммуникации, а журналистика – один из видов деятельности. Соответственно, понятие «институт журналистики» настраивает фокус на существо журналистского дела, существо журналистской профессии. Любой выделившийся специализированный вид трудовой деятельности для приобретения статуса профессии проходит процесс институционализации. Завершение процесса институционализации

²⁴ Коростелева Е.А. Социальный институт // Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицианов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Минск: Книжный Дом, 2003. – С. 993.

²⁵ Быков А.Ю. Теоретико-методологические подходы к исследованию журналистики / А.Ю. Быков // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2008. — N56, вып. 23. – С.174.

профессии характеризуется «выделением и общественным признанием существования профессиональных общностей, отличающихся не только единством характера и содержания труда, наличием адекватных по содержанию и объему специальных знаний, общих приемов и способов профессиональной деятельности, но и общностью профессиональных интересов, ценностных ориентаций, образцов поведения и всего образа жизни, формирование и воспроизводство которых обеспечивается институтом профессии»²⁶.

Подробно журналистику как социальный институт рассматривает И.М. Дзялошинский. Он пишет о том, что профессиональная деятельность журналиста реализуется в рамках культурно и исторически обусловленного социального института, который обычно обозначается как «журналистика», «СМИ», «масс-медиа»²⁷. Этот институт предъявляет устойчивые требования к целям, функциям, задачам профессиональной деятельности, поэтому ее реализация приводится в соответствие с определенными образцами и стандартами. Функции журналистики как социального института:

- Информационная – журналистика удовлетворяет потребность общества в информации;
- Регулирующая – освещает проблемы общества, тем самым контролирует и корректирует деятельность власти;
- Коммуникативная – вступает в коммуникационные связи с обществом для получения информации, ее обработки и распространения;
- Коммерческая – создает продукт, который продает аудитории, взаимодействует с рекламодателями и инвесторами;
- Рекреативная, досуговая – создает возможности для отдыха, развлечения;

²⁶Кораблева Г.Б. Становление подходов к социологии профессий в России /Г.Б. Кораблева // Социологические исследования. 2013. – № 1.– С. 114.

²⁷Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – С. 179.

- Культурно-просветительская – позитивно влияет на культурный, интеллектуальный уровень индивида. Сюда можно добавить аксиологическую функцию, так как журналистика косвенно влияет на формирование ценностных ориентаций аудитории;

- Идеологическая – позволяет укрепить в сознании общества определенный стереотип и стиль поведения, способна влиять на общественное мнение и массовое сознание;

- Функция социализации и воспитания – позволяет укрепить в сознании общества определенный стереотип и стиль поведения.

Для саморегулирования институт журналистики создает соответствующие органы. Полноценные попытки создания органов саморегулирования СМИ осуществились в России лишь после распада СССР в 90-х годах. До этого с 1959 года существовал Союз журналистов СССР – крупнейшее «добровольческое» объединение работников средств массовой информации. Согласно уставу Союза журналистов, его целью являлось – «способствовать активному участию журналистов в коммунистическом строительстве, помогать росту их идейно-теоретического уровня и профессионального мастерства»²⁸. Исходя из формулировки цели, данное профессиональное сообщество сложно назвать независимым, так как журналисты объединялись на основе общей обязанности служить идеологии, а не на основе общих профессионально-этических принципов.

Мощным фактором, способствовавшим созданию органов саморегулирования, стало неблагоприятное экономическое положение СМИ, которые после распада СССР лишились государственной финансовой поддержки и вынуждены были перейти в частные руки. В условиях ужесточившейся конкурентной борьбы (появилось огромное количество новых изданий, частных телеканалов и радиокompаний) журналистские

²⁸ Устав Союза журналистов СССР [Электронный ресурс] //Старый4емодан - сайт посвящен сведениям почерпнутым из газет, журналов, книг прошедшего XX века и начала XXI века. – URL: http://ct4.ucoz.ru/publ/bibc4/9_zh/zh_064_ustav_sojuza_zhurnalstov_ssr/10-1-0-753(дата обращения: 10.01.2018).

издания вынуждены были обеспечивать себя сами, для этого приходилось прибегать к не совсем правильным средствам.

Еще одним фактором стало закрепление в нормативно-правовых актах информационных прав и свобод, что привело к возникновению информационных споров. Объективный характер этих конфликтов определяется спецификой роли СМИ в современном обществе. В условиях политического плюрализма и рыночных отношений «четвертая власть» должна вести наблюдение и контроль над деятельностью трех остальных властей - законодательной, исполнительной и судебной. Очевидно, что в таких обстоятельствах конфликты – ожидаемое и часто происходящее явление.

В 1994 году возникла Судебная палата по информационным спорам при Президенте Российской Федерации (СПИС), которая была создана Указом Президента РФ № 2335 от 31.12.1993 года в целях содействия «Президенту Российской Федерации в эффективной реализации им конституционных полномочий гаранта закрепленных Конституцией Российской Федерации прав, свобод и законных интересов в сфере массовой информации»²⁹. СПИС представляла собой организацию сорегулирования СМИ, так как находилась в подчинении у президента страны. Орган имел право предлагать в суде решения о прекращении деятельности СМИ; направлять материалы рассматриваемых дел в прокуратуру, если в ходе рассмотрения споров были выявлены факты уголовного преступления; направлять предложения в соответствующие органы о вынесении письменных предупреждений учредителю и (или) редакции СМИ. Решения СПИС печатались в «Российской газете». За годы своей работы СПИС вынесла 180 решений, составила 89 экспертных заключений, 22 заявления и 11 рекомендаций, и в 2000 г. была упразднена.

²⁹ Об утверждении Положения о Судебной палате по информационным спорам при Президенте Российской Федерации (утратил силу на основании Указа Президента Российской Федерации от 01.09.2000 N 1606) [Электронный ресурс] // АО «Кодекс». – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9005277> (дата обращения: 15.01.2018).

В 1998 году Союзом журналистов России было создано Большое жюри – уставный орган Союза, члены которого – известные журналисты, издатели, представители общественности (преимущественно из академической среды) – рассматривали морально-этические конфликты с участием журналистов, причем необязательно членов Союза журналистов. Жалобу мог подать любой гражданин или организация, заинтересованные в этической оценке действий журналиста или СМИ. Споры изучала коллегия в составе от пяти человек, все заседания проводились открыто, с приглашением обеих сторон конфликта. В своих решениях Большое жюри опиралось, в основном, на Кодекс профессиональной этики российского журналиста 1994 года и не предусматривало никаких санкций для нарушителя, так как достаточным наказанием считалось доведение до общественности факта нарушения норм профессиональной этики. Решения Большого жюри публиковались на официальном сайте и в профессиональных изданиях «Журналист» и «Журналистика и медиарынок». Однако деятельность Большого жюри сложно назвать эффективной, так как организация не распространяла информацию о себе среди широкой общественности и рассматривала ежегодно всего 6-8 конфликтов, что является совершенно неубедительным показателем существования органа саморегулирования российских СМИ. Всего на счету деятельности Большого жюри на момент закрытия в 2005 году было 45 рассмотренных жалоб. Функции саморегулирования были переданы новоиспеченной организации Союза журналистов – Общественной коллегии по жалобам на прессу, которая была создана в том же году.

Существенная часть Положения о Большом жюри была перенесена в устав Общественной коллегии без значительных изменений, прежними остались компетенции и процедура заседаний. Перемены коснулись структуры Общественной коллегии, в которой возникли две палаты – медиа-сообщества и медиа-аудитории. Еще одно новое положение в уставе Общественной коллегии – это уточнение сферы деятельности саморегулирующей организации: теперь рассматриваются не только

морально-этические конфликты в СМИ, но и споры, затрагивающие права человека в сфере массовой информации. Другое изменение заключается в документах, на которые опирается Коллегия при принятии решений: в приоритет ставятся российские и международные законодательные акты, а кодексы, принятые внутри журналистского сообщества, упоминаются в последнюю очередь. Относительно финансирования случай Общественной коллегии представляется уникальным: организация никем не финансируется, а ее члены работают на общественных началах, так как коллегия не является юридическим лицом.

Общественная коллегия по жалобам на прессу с момента создания по настоящее время рассмотрела около 180 споров, среди которых были «негативные истории, связанные с детьми, несогласованное заимствование информации, нетолерантность к меньшинствам, разжигание расовой и национальной розни, ненависти к животным и многие другие вопросы. Чаще всего заявители в подаваемых в Коллегию жалобах указывали такие нарушения профессиональной этики журналистов, как необъективность подачи информации, публикация недостоверных и непроверенных сведений, порочащих честь и достоинство или деловую репутацию, отказ в опровержении или предоставлении права на ответ»³⁰.

Помимо органов саморегулирования профессиональное сообщество вырабатывает для себя комплекс принципов, норм и правил, которые можно обозначить понятием «профессиональная культура». «Профессиональная журналистская культура – это не только способы деятельности, схемы профессионального поведения, но и специфические способы межличностных профессиональных отношений, принятые в журналистике способы мироосмысления, профессиональные обряды, ритуалы (вроде клятвы

³⁰ Реестр решений Общественной коллегии по жалобам на прессу [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. – URL: <http://presscouncil.ru/praktika/resheniya-kollegii-po-zhalobam-na-pressu> (дата обращения: 15.01.2018).

журналиста) и т.п.»³¹. Другими словами, это механизм, с помощью которого происходит самосознание профессионального сообщества как совокупности взаимодействующих и взаимообусловленных профессиональных групп, общностей. Одной из функций профессиональной культуры является формирование ценностей профессиональной деятельности, также она «сохраняет, выбраковывает ценности и нормы, необходимые для поддержания и развития профессиональной деятельности группы»³².

Рассматривая журналистов как профессиональную общность, необходимо отметить, что профессиональные ценности являются смыслообразующим ядром любой профессиональной общности, так как задают социальный смысл профессиональной деятельности и выступают мерой социальной ответственности за ее результаты и последствия.

В чем же заключается специфика профессиональных ценностей журналиста? Понятие «ценность» рассматривается в философии, психологии, педагогике, социологии и других науках. Такое разностороннее внимание объясняется тем, что понятие отличается многозначностью и многозадачностью. Каждая наука определяет «ценность» по-своему, с точки зрения тех задач, которые она решает.

Первые попытки осознания того, что ценно для человека, предпринимают древние философы. Для Сократа ценностью или «благом» являлась добродетель, а человек, с точки зрения философа, это нравственное существо. Платон размышляет о «благе» как о вечной, неизменной идеи, существующей наравне с истиной и красотой.

В еще неотрефлексированном виде понятие «ценность» появляется у классиков: О. Конта, К. Маркса и Ф. Энгельса, Г. Спенсера. Широко

³¹Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – С. 179.

³²Лымарь А.Н. Профессиональная культура в системе культуры // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2006. №17 (72). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-kultura-v-sisteme-kultury> (дата обращения: 26.01.2018).

«ценности» рассматриваются в работах М. Вебера, Э. Дюркгейма, Дж. Дьюи, У.Томаса, Ф. Знанецкого, П. Сорокина, Т. Парсонса. Продолжилось изучение ценностей в современной западной науке в исследованиях П. Блау, Ш. Шварца, М. Рокича, Р. Будона, Р. Инглхарта, К. Клакхона, Ю. Хабермаса, Н.Элиаса, А. Этциони.

В советской и постсоветской социологии к проблеме ценностей обращались А. Здравомыслов, В. Ядов, Т. Любимова, И. Сурина, В. Спиридонова, В. Бакиров, Е. Подольская, И. Попова и многие другие ученые.

Понятие «ценность» попало в научный оборот в середине XIX века. В философию это понятие впервые ввел немецкий ученый Г. Лотце³³. На рубеже XIX-XX веков образовалась теория ценностей – аксиология как раздел философии, который стал изучать природу возникновения ценностей, их место в реальной картине мира, их структуры, то есть взаимосвязи различных ценностей между собой, а также взаимосвязь с культурными и социальными факторами и с самой личностью³⁴.

Представления о ценностях в философии закладывается в трудах В. Дильтея и продолжают свое развитие у представителей Баденской школы – неокантианцев Г. Риккерта и В. Виндельбанда. В их интерпретации ценность – это выражение идеального бытия. Г. Риккерт четко разделяет понятия «ценность» и «оценка»: «Проблема ценности – есть проблема «значимости» (Geltung) ценности, и этот вопрос ни в коем случае не совпадает с вопросом о существовании акта оценки»³⁵.

Теории В. Виндельбанда и Г. Риккерта противоречит концепция Дж. Дьюи, рассматривающего ценности как объективные, эмпирически наблюдаемые явления реальности. По мнению ученого, ценности имеют

³³ Подробнее см.: Сторчеус Н.В. Герман Лотце: что есть история? // История, политология, социология, философия: теоретические и практические аспекты: сб. ст. по матер. I-II междунар. науч.-практ. конф. № 1-2(1). – Новосибирск: СибАК, 2017. – С. 55-60.

³⁴ Ильин В.В. Аксиология. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – С. 10.

³⁵ *Цит. по:* Максименко А.А. Социологическая интерпретация понятия «ценность» / А.А. Максименко. // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2011. – №2. – С. 284.

биолого-психологическую основу, которая отражается в потребностях индивида.

В социологию одним из первых проблематику ценностей ввел М. Вебер. Социолог раскрывает проблему ценностей, взяв за основу неокантианский тезис о том, что каждый человеческий акт реализуется лишь через соотнесение с ценностями, с помощью которых артикулируются нормы и цели индивида. Этот методологический принцип Вебер использует при разработке теории социального действия, в которой выделяет ценностно-рациональный тип, основанный «на вере в безусловную самодовлеющую ценность определенного поведения как такового»³⁶.

Э. Дюркгейм в своей работе «Ценностные и реальные суждения» также интерпретирует ценность через категорию «значимости», в противовес утилитаристскому критерию «полезности». Ученый утверждает, что «если бы ценность вещей действительно измерялась степенью их социальной (или индивидуальной) полезности, то система человеческих ценностей должна была бы быть подвергнута пересмотру и полному разрушению, так как с этой точки зрения место, отводимое в данной системе ценностям роскоши, было бы непонятно и неоправданно»³⁷. Кроме того, Дюркгейм подчеркивал необходимость построения иерархии ценностей и выделял следующие ценности: экономические, нравственные, религиозные, эстетические, метафизические.

Далее исследование ценностей получает прикладной характер благодаря социологам У. Томасу и Ф. Знанецкому. В работе «Польский крестьянин в Европе и Америке» они интерпретируют ценности как совокупность «правил поведения», с помощью которых группа людей сохраняет, регулирует и распространяет соответствующие типы поведения. Внимание уделяется в большей степени не индивидуальным, а коллективным

³⁶ Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения: Пер с нем. – М.: Прогресс, 1990. – С. 628.

³⁷ Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения / Дюркгейм Э. Социология. Ее пред-мет, метод, предназначение. – М.: Канон, 1995. – С.291.

или социальным ценностям. По мнению У. Томаса и Ф. Знанецкого, социальная ценность – это «любой факт, имеющий доступные членам некой социальной группы эмпирическое содержание и значение, исходя из которых он есть или может стать объектом деятельности»³⁸. Благодаря исследователям в научный оборот также вошло понятие «ценностные ориентации», которое интерпретируется как высшая форма проявления установки (Attitude). Установка, в свою очередь, демонстрирует «устойчивое и социально обусловленное отношение индивида к совокупности идеалов, к материальным и духовным благам и к их достижению»³⁹.

П.А. Сорокин применяет ценностный подход в изучении социокультурной динамики и рассматривает ценность через категорию «значение» как основу и фундамент всякой культуры. «Любое значение, – пишет он, – в узком смысле слова является ценностью (когнитивной или иной). Любая ценность предполагает норму по ее реализации или отвержению»⁴⁰. Помимо категории «значение» Сорокин связывает ценность с категориями «идеал» и «эталон», которые находятся в основе конкретной культуры.

Ценности как идеалы/эталоны являются объектом внимания в социологии и социальной психологии среди исследователей теории референтности (Г. Хаймен, М. Шериф, Р. Мертон, Т. Ньюком) и рассматриваются как атрибутивные свойства референтной группы в сознании индивида. Референтная группа – это социальная группа, ценностно-нормативная система которой является для индивида образцом, эталоном.

В структурно-функциональном анализе Т. Парсонса понятие ценности приобретает смысл в контексте анализа социальных отношений и институтов. Ценности выступают как основа связей между социальной системой и системой личности, они влияют на формирование мотивации

³⁸ Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки (1918) // Американская социологическая мысль: тексты / Под ред. В.И. Добренькова. – М.: Изд. МГУ, 1994. – С. 343.

³⁹ Тезаурус социологии: темат. Слов.-справ. / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – С.104

⁴⁰ Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество/ Общ.ред., сост. и предисл. А. Ю. Союмонов: Пер. с англ. – М.: Политиздат, 1992. – С. 200.

социального действия, имеют нормативную и регулятивную функции. Социальные ценности играют социализирующую роль, так как ретранслируются в культурных образцах конкретной социальной системы и, интернализовавшись в сознании нового поколения, являют свой принудительный легитимный характер в программах его социализации. Как отмечает Т. Парсонс, «поскольку ценности являются скорее культурными, а не личностными характеристиками, постольку они оказываются общепринятыми»⁴¹. Интернализация легитимных ценностей рассматривается Т. Парсонсом как один из основных механизмов воспроизводства социальных систем, упорядочивания и поддержания системного равновесия. В своей концепции о социальном действии социолог связывает понятия «ценности» и «ценностные ориентации». Ценностная ориентация выступает в виде приверженности индивида к существующим в культуре общества эталонам.

М. Рокич в своих исследованиях изучал в ценностях субъективный компонент и выделил два типа ценностей⁴²:

- Ценности-цели (терминальные ценности) - устойчивые убеждения относительно предпочтительного образа конечного состояния;
- Ценности-средства достижения терминальных ценностей (инструментальные ценности) – устойчивые убеждения относительно предпочтительного образа поведения.

По мнению отечественного исследователя Н.И. Лапина, ценности – это ориентиры, существующие в сознании индивида, с которыми индивид или социальные группы соотносят свои действия⁴³.

⁴¹Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В.Ф. Чесноковой и С.А. Белановского. – М.: Академический Проект, 2002. – С.84-85.

⁴²Таланова К.А. Теории ценностей в классической и современной социологии / К.А. Таланова // XX Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16-18 марта 2017 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – С.599.

⁴³ Максименко А.А. Социологическая интерпретация понятия «Ценность» // Вестник КГУ, 2011. – №2. – С.289.

Итак, обобщая выше перечисленных авторов, вслед за исследователем А.А. Максименко мы выделяем следующие аксиологические подходы в социологической интерпретации ценностей:

- 1) утилитаристский подход: ценность как «польза», «выгода», «благо»;
- 2) идеалистический подход: ценности как «идеал», «эталон», «референтность»;
- 3) нормативный подход: ценность как «норма», «регулятор»;
- 4) понимающий подход: ценность как «значимость», «значение», «придание значения»⁴⁴.

Все подходы могут дополнять друг друга, так как выражают определенную сторону ценностей.

Подводя итог, можно говорить о том, что ценности имеют следующие характеристики: «образуют ядро культуры; связаны с целеполагающей деятельностью людей и общества; являются смыслом жизни; имеют внеличностный, надличностный, а иногда внеисторический характер; позволяют разделить мир сущего и мир должного; задают одну из возможных предельных рамок социальной деятельности; являются важным фактором социальной регуляции»⁴⁵. Ценности, таким образом, выступают в качестве самых разнообразных аспектов, от абстрактных идей до конкретных материальных предметов, и выражают индивидуальные и социальные идеалы. При этом ценность есть также некий инструмент, эталон в соответствии с которым происходит оценка и определение социальных действий, событий, ситуаций.

Для нашего исследования также важен вывод о том, свою специфическую структуру ценностей имеет каждое общество, то есть «свои базовые ценности, которые одобряются и поддерживаются большинством

⁴⁴ Максименко А.А. Социологическая интерпретация понятия «Ценность» // Вестник КГУ, 2011. – №2. – С. 290.

⁴⁵ Тезаурус социологии: темат. Слов.-справ. / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – С.104.

людей данного общества»⁴⁶. Аналогичный вывод можно применить, говоря о социальных группах. Социальная группа – совокупность людей, имеющих общий социальный признак (пол, возраст, профессия, национальность и т.д.). Ценности составляют основу функционирования в обществе разных социальных групп, то есть можно говорить о ценностях молодежи, ценностях родителей, ценностях студентов, ценностях школьников и т.д. Если выделять группы по признаку профессиональной принадлежности, можно говорить о ценностях профессиональных групп, например, о ценностях врачей, педагогов, военных и пр. В рамках исследования мы рассматриваем ценности членов журналистской профессиональной общности. Ранее в работе «Журналисты как профессиональная общность» мы объяснили, почему журналисты – это профессиональная общность⁴⁷.

Под профессиональными ценностями понимаются ориентиры, на основе которых «человек выбирает, осваивает и выполняет свою профессиональную деятельность. Это также средства, обеспечивающие личностный социально-значимый результат любой профессиональной деятельности»⁴⁸.

Профессиональные ценности журналистов, в свою очередь, реализуются в профессиональных нормах и стандартах, которые закрепляются либо законодательно (например, Закон о СМИ), либо на уровне уставов и инструкций (Профессионально-этические кодексы журналистов, редакционные уставы). Помимо перечисленных характеристик любая профессиональная общность имеет свои профессиональные ресурсы, профессиональную идентичность, профессиональную солидарность⁴⁹.

⁴⁶ Корж Н.В. Проблема ценностей и установок в социологии // Вопросы современной науки и практики. Изд-во: Университет им. Вернадского, 2011. – №3(34). – С.331.

⁴⁷ Хафизова В.Р. Журналисты как профессиональная общность / В.Р. Хафизова // XX Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16-18 марта 2017 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – С. 227-231.

⁴⁸ Спирин А.П. Профессиональные ценности современного педагога [Электронный ресурс] // ГОУ ВПО «Волгоградский государственный педагогический университет», 2011. – URL: http://www.vspc34.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=565 (дата обращения: 01.02.2018).

⁴⁹ Более подробно см. в кн.: Старцева Н.Н. Социология профессий и профессиональных групп: учебное пособие / Н.Н. Старцева. – Екатеринбург: УрГУПС, 2017. – 162 с.

Профессиональные ценности журналистов нашли свое отражение в профессионально-этических кодексах, которые возникли в результате процесса рефлексии сознания профессиональной группы. Общие принципы описаны в таких документах как «Международная декларация принципов поведения журналистов» (принята Конгрессом Международной федерации журналистов в 1954 году) и «Международные принципы профессиональной этики журналиста» (приняты на консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций в Париже 20 ноября 1983 года).

В России на базе указанных документов были разработаны два кодекса: В 1994 году российским журналистским сообществом были разработаны сразу два свода профессиональных этических принципов. Первым стала Московская Хартия журналистов, действие которой не выходило за пределы московского региона, затем Конгрессом Союза журналистов России был одобрен Кодекс профессиональной этики российского журналиста, который стал продолжением еще советского кодекса, принятого в апреле 1991 года съездом Союза журналистов СССР. В 1996 году был принят кодекс этических норм Общества профессиональных журналистов. В 1998 году принята Хартия телерадиоинвестителей, подписанная крупными федеральными телеканалами и радиостанциями.

Все эти документы фиксируют похожие профессиональные журналистские ценности: достоверность, полнота, точность информации, объективность, свобода слова, защита общественных интересов, социальная ответственность, честность, уважение чести и достоинства человека, сохранение конфиденциальности источника, солидарность с коллегами, уважение авторского права, противодействие экстремизму и т.д.

Существуют отдельные кодексы, которые специализируются на определенных этических нормах или жанрах: Декларация Гильдии судебных репортеров «О принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования» (1997), Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты

терроризма и контртеррористические операции (2001), Хартия телерадиовещателей «Против жестокости и насилия» (2005).

Помимо выше перечисленных кодексов, распространяющих свое действие на большую часть журналистского сообщества, существуют своды правил, самостоятельно разработанные конкретным СМИ для своих сотрудников. Например, редакция «Эха Москвы» совместно с юристами холдинга «Газпром-медиа» и представителями Минкомсвязи, Роскомнадзора и бюро ОБСЕ по вопросам свободы СМИ подготовили «Правила для журналистов «Эхо Москвы» по работе в социальных сетях». Еще один пример – Догма газеты «Ведомости», заключающая в себе внутренние правила редакции.

В 2015 году Коллегия по жалобам на прессу разработала «Медиаэтический стандарт», представляющий собой «практичную «первооснову» основных профессиональных принципов, норм и правил поведения журналиста, на добросовестное следование которым как самими журналистами, так и редакциями, сотрудниками которых они являются, ориентируется Общественная коллегия по жалобам на прессу при рассмотрении информационных споров»⁵⁰. Стандарт содержит наиболее полную информацию по каждому принципу, его индикаторы, правила и нормы, которые следуют исполнять журналисту.

Однако первостепенную роль в регулировании профессиональной деятельности журналистов играет Закон «О Средствах массовой информации», принятый 27 декабря 1991 года. Данный нормативно-правовой акт раскрывает содержание ключевых понятий, объясняет порядок организации деятельности средств массовой информации, определяет отношения между сторонами-участниками СМИ, а также включает в себя перечень прав и обязанностей журналиста. Статья 56 «Возложение ответственности» гласит: «Учредители, редакции, издатели,

⁵⁰Медиаэтический стандарт – 2015. Проект [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. Москва, 2015.– URL: http://presscouncil.ru/images/docs/STANDART/Standart_Kollegii.pdf (дата обращения: 23.02.2018).

распространители, государственные органы, организации, учреждения, предприятия и общественные объединения, должностные лица, журналисты, авторы распространенных сообщений и материалов несут ответственность за нарушения законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации»⁵¹. В частности, нарушение прав журналистов, несоблюдение обязанностей журналиста, злоупотребление правами журналиста влекут уголовную, административную, дисциплинарную ответственность.

Помимо Закона о СМИ в России действуют следующие законодательные и нормативные акты, регламентирующие деятельность СМИ: Конституция РФ, Закон о дополнительных гарантиях прав граждан на информацию, О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ, Об экономической поддержке районных (городских) газет, О рекламе, О государственной тайне, Об авторском праве и смежных правах, Уголовный кодекс, Уголовно-процессуальный кодекс и т.д.

Однако закрепленные правила не гарантируют появления у журналиста соответствующих профессиональных ценностей. Как замечает исследовательница М.А. Марзан: «Ценности не даются, их нельзя зазубрить, ценности формируются в самом субъекте»⁵². То есть прочитать кодекс – не значит стать носителем закрепленных в нем ориентиров. Сегодня эта проблема наиболее актуальна, так как в интернет-среде журналист чувствует себя более свободным от норм и правил. Отчего все более актуализируется потребность комплексного решения вопросов ценностной значимости журналистики и СМИ для общества, формирования ценностной базы мировоззрения профессиональных журналистов.

Профессиональные ценности журналистов активно изучаются зарубежными и отечественными исследователями. Например, известный британский исследователь массовой коммуникации профессор Дэнис

⁵¹Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) «О средствах массовой информации [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511 (дата обращения: 09.02.2018).

⁵² Марзан М.А. Проблема медианасилия как предмет теории массовых коммуникаций // Огарёв-Online, 2015. – №19 (60). – С. 5.

МакКуэйл пишет: «Связанные с нормативными принципами профессиональные ценности часто воспринимаются в журналистике как ориентиры, которым надо следовать, или используются для достижения качества». Однако эти принципы, по его мнению, представляют собой абстрактные идеи, которые нужно перевести в критерии качества работы журналиста и использовать при ее оценке. Далее исследователь формулирует четыре основных принципа, в соответствии с которыми журналистам следует работать⁵³:

1. Правда - правдивое и достаточно полное описание значимых аспектов текущих событий;
2. Свобода – свобода выбирать, о чем и как сообщать, а также готовность вступать в полемику и критиковать от лица общественности тех, кто обладает социальной или экономической властью;
3. Солидарность - активная поддержка единства и сплоченности общества и общественного интереса;
4. Порядок и сплоченность - потенциальное влияние на отсутствие беспорядков, преступности и поддержание безопасности.

В то же время отечественный исследователь профессиональной этики Б.Н. Лозовский выделяет: соответствие информации действительности, получение информации законными способами, соответствие информации общественному интересу, максимизация блага и минимизация вреда от распространения информации⁵⁴. Таким образом, оба исследователя ставят в приоритет правдивое отражение действительности, далее для западного исследователя важными оказываются свобода и сплоченность, в то время как отечественный – отмечает социальную ответственность и актуальность.

В этом параграфе мы рассмотрели формирование журналистской профессии, а также процесс ее институционализации, изучили функции

⁵³МакКуэйл Д. Журналистика и общество. Учебник для журналистов. / Пер. с англ. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013. – С. 86.

⁵⁴ Лозовский Б.Н. Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике / Б.Н. Лозовский // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 2 (138). – С. 9.

института журналистики, а также отражение деятельности журналиста в нормативной базе. Мы представили журналистов в виде профессиональной общности, главным смыслообразующим признаком которой являются профессиональные ценности. Понятие «ценности» мы проанализировали с точки зрения четырех подходов: утилитаристский, идеалистический, нормативный и понимающий. Пришли к выводу о том, что специфическую структуру ценностей имеет каждая социальная группа, в том числе и профессиональная. Далее мы рассмотрели, какие профессиональные ценности закреплены в законодательных актах, профессиональных кодексах, внутренних корпоративных документах.

В следующем параграфе будут проанализированы факторы, повлиявшие на трансформацию профессиональных ценностей журналистов.

1.2. Факторы, влияющие на трансформацию профессиональных ценностей журналистов

В данном параграфе будут рассмотрены факторы, влияющие на трансформацию профессиональных ценностей журналистов. Поскольку объектом нашего внимания являются журналисты – представители разных поколений, то мы также обратимся к анализу теории поколений.

Изменения ценностей журналистов, связанные с переходом к рыночной экономике, трансформацией политической системы, технологической революцией, распространением Интернета, и вызванные этим процессы конвергенции СМИ, приводят к серьезным подвижкам в понимании фундаментальных и этических основ самой журналистики. Все эти факторы взаимообусловлены, сложно выделить конкретный фактор, который вызвал определенные изменения в профессиональных журналистских ценностях. Целесообразно рассматривать все факторы в совокупности.

На трансформацию влияют такие группы факторов как экономические факторы, которые включают в себя переход от плановой экономики к рыночной, появление частной собственности, конкурентной среды, рекламы, медиабизнеса, возникновение частных и государственных медиа, образование медиаэлит; политические факторы: переход от тоталитаризма к демократии, отмена цензуры и закрепление на законодательном уровне информационных прав и свобод, изменения в системе образования; технологические факторы, повлиявшие на изменения в журналистике: цифровая революция, распространение Интернета, уход СМИ в сети, медиаконвергенция, гражданская журналистика, изменение поведения аудитории; факторы, связанные с изменениями в профессиональной среде: появление органов саморегулирования, создание профессионально-этических кодексов; факторы, связанные с изменением доминирующих ценностей общества. Наши выводы подтверждает британский исследователь массовых коммуникаций Д. МакКуэйл, который подчеркивал, что средства массовой

информации всегда находятся в центре пересечения трех важнейших сил влияния на СМИ - экономики, политики и технологий, что определяет структуру, функционирование и модели СМИ⁵⁵.

Под воздействием перечисленных групп факторов трансформируются профессиональные ценности журналистов, которые отражаются мотивационной структуре профессиональной деятельности и профессионально-ценностных ориентациях журналистов. Исследование «мотивов совершения тех или иных действий позволяет выявить основные характеристики ценностного мира личности»⁵⁶, а ценностные ориентации являются отражением ценностей.

В структуре личности мотивация занимает особое место, так как мотивы отражают интересы человека, которые создаются на основе его потребностей⁵⁷. Элементами мотивационной структуры личности являются потребности, мотивы, цель и действие. **Мотив** – то, что побуждает человека к деятельности для удовлетворения **потребностей**. Ценности в преобразованном виде выступают в качестве мотивов деятельности и поведения, поскольку ориентация индивида в мире и стремление к достижению определенных целей неизбежно соотносятся с его ценностями. Следовательно, мотивы выбора профессии имеют прямое отношение к профессиональным ценностям журналистов. Мотивы, в свою очередь, формируют **цель**, которая, в свою очередь, «становится исходным элементом целостной системы организации направленных действий, обеспечивающих достижение конкретных потребностей»⁵⁸. Таким образом, представления журналиста о своей цели крайне важны при изучении профессиональных

⁵⁵McQuailD. McQuail'sMassCommunicationTheory. 5th ed. London: Sage, 2005. P. 220

⁵⁶ Меренков А.В. Система детерминации человеческой деятельности / А. В. Меренков; М-во образования РФ, Урал.гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: [Изд-во Урал.горно-геол. акад.: Банк культурной информации], 2003. – С. 142.

⁵⁷ Грачева О.Г. Ценности и мотивы личности как факторы выбора профессии выпускниками школ // Изв. Саратов. ун-та Нов.сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2012. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-i-motivy-lichnosti-kak-factory-vybora-professii-vypusknikami-shkol> (дата обращения: 05.03.2018).

⁵⁸ Меренков А.В. Система детерминации человеческой деятельности / А. В. Меренков; М-во образования РФ, Урал.гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: [Изд-во Урал.горно-геол. акад.: Банк культурной информации], 2003. – С. 135.

ценностей. То, как журналист видит свою миссию, влияет на то, какими принципами он будет руководствоваться в работе. Принцип – это абстрагированное, обобщенное представление, которое дает возможность журналисту формировать свое поведение и действия в трудовой деятельности. Иначе говоря, принципы регулируют действия.

Принципы работы журналиста, в свою очередь, напрямую зависят от социально-экономических условий и состояния журналистики в текущий момент, поэтому требуют от журналиста особых навыков, качеств и интересов. В зависимости от того, какими принципами в работе руководствуется журналист, можно понять, что для него ценно, важно и значимо.

Таким образом, в мотивационную структуру профессиональной деятельности журналистов мы включили мотивы, восприятие цели и роли журналиста, принципы работы.

Ценностные ориентации человека, в свою очередь, определяются как направленность личности на цели и средства деятельности, и поэтому играют главную роль в регуляции социального поведения человека, включая его установки, мотивы, интересы. Под ценностными ориентациями в энциклопедической литературе понимается «оценочное отношение личности к совокупности материальных и духовных благ, которые рассматриваются как предметы, цели и средства для удовлетворения потребностей группы. Они выражаются в идеалах, личностном смысле жизни и проявляются в социальном поведении личности»⁵⁹. Механизм ценностной ориентации реализуется следующим образом: «потребность — интерес — установка — ценностная ориентация. **Интерес** – это осознанная потребность, **установка** – предрасположенность к определенной оценке на основе социального опыта,

⁵⁹ См.: Сурина И.А. Ценностные ориентации // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – №4. – С. 162.

приобретаемого личностью по отношению к тем или иным социальным явлениям, и готовность поступать в соответствии с данной оценкой»⁶⁰.

Если ценностные ориентации проявляются в социальном поведении, то профессионально-ценностные ориентации определяют профессиональное поведение. Профессиональное поведение представляет собой элемент профессиональной культуры, тип поведения в профессиональной среде, предполагающий следование определённым нормам, правилам и традициям группы.

Таким образом, в качестве элементов профессионально-ценностных ориентаций мы будем рассматривать отношение журналистов к власти, цензуре, аудитории, признание им профессиональных норм и кодексов; восприятие образа идеального журналиста; состав референтной группы. Отношение к власти, цензуре, аудитории определяет установки, которые помогают журналисту занять некую позицию, выразить точку зрения, дать оценку. Ценности как раз являются основой формирования и сохранения в сознании людей данных установок. Следование профессиональным нормам и кодексам определяет уровень ощущения сопричастности журналиста к профессиональному сообществу, готовность брать на себя конкретные права и обязанности, нести ответственность за нарушение норм, несоблюдение стандартов. Образ идеального журналиста служит эталоном для представителей профессии и влияет на то, к чему они стремятся в своей деятельности, какие качества считают важными и необходимыми. Референтная группа – «реальная или условная социальная общность, с которой индивид соотносит себя как с эталоном и на нормы, мнения, ценности и оценки которой он ориентируется в своем поведении и в самооценке»⁶¹. Сюда можно отнести медиаэлиты, успешных

⁶⁰Ермолич С.Я. Методологические предпосылки формирования ценностных ориентаций у подростков // Психологическое воспитание. – 2007. – №9. – С. 23-27.

⁶¹ Психологический словарь [Электронный ресурс] // Мир Психологии. – URL: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=211> (дата обращения: 28.04.2018).

медиаменеджеров, известных авторитетных журналистов, журналистов-героев, антигероев, руководителей крупных профессиональных организаций.

Теперь перейдем к раскрытию групп факторов, влияющих на трансформацию профессиональных ценностей журналистов. Если рассуждать в хронологическом порядке, то начать стоит с политических и экономических факторов. Дело в том, что изменения в политике и экономике происходили параллельно и взаимосвязано. В действительности политические сдвиги начались раньше экономических, то есть постепенный переход от тоталитарного режима к демократии предшествовал резкой смене плановой экономики на рыночную в 90-х гг.

В первую очередь, рассмотрим изменения в политической системе, а также вытекающие из него факторы: отмену цензуры и провозглашение информационных прав и свобод, изменения в системе образования. Советский порядок, как отмечает Е. Вартанова, предполагал «подчинение всех СМИ партийно-государственному идеологическому контролю, представлявшему собой сложное, в каждом конкретном случае особое сочетание централизованной и местной цензуры с внутренней редакционной самоцензурой - при значительной независимости редакций в политически нейтральных вопросах»⁶². Новая Конституция РФ отменила идеологию и цензуру, провозгласила свободу слова и мысли. Важным событием стало создание в 1991 году Закона о средствах массовой информации. Нормативно-правовой акт отражает содержание деятельности журналиста и СМИ, закрепляет права и обязанности, полностью отменяет цензуру. Стоит отметить, что попытка отменить цензуру уже предпринималась М.С. Горбачёвым в период перестройки. Введение гласности дало начало максимальной открытости в деятельности государственных учреждений и свободы информации. Однако цензура как таковая существовала вплоть до 90-х гг.

⁶²Вартанова Е. Медиа в постсоветской России: их структура и влияние // Pro&Contra. 2000. – Т.5. – №4. – С.61.

Изменения в системе высшего образования также сыграли огромную роль в воспитании журналистов. Во-первых, во времена союза журналист был обязан закончить соответствующее высшее образование, чтобы пройти идеологическую обработку. Современное высшее образование исключает наличие идеологии, так она запрещена в статье 13 Конституции РФ. Во-вторых, в настоящее время университет выполняет функцию артикуляции и передачи ценностей, поскольку в период получения высшего образования в сознании индивида происходит процесс активного формирования ценностных ориентаций.

Следующий фактор – трансформация экономических систем. Капитализм и рыночная экономика обуславливают появление частной собственности, конкурентной среды и развития рекламы. До этого собственность была только государственная, конкуренции среди изданий практически не ощущалось, так как подписка на газеты была обязательной, а коммерческая реклама существовала, но никакой роли не играла. Советские СМИ существовали за счет государственного бюджета и потому почти не умели самостоятельно зарабатывать деньги. Е. Л. Вартанова пишет, что в советской плановой экономике СМИ «рассматриваются в качестве надэкономического, чисто идеологического института, что практически освобождает их от необходимости устанавливать связи с аудиторией, изучать ее, искать пути оптимального удовлетворения ее запросов и нужд»⁶³. Как уже отмечалось выше, все меняется с установлением рыночных отношений. В каждодневную практику российской медиасистемы входит реклама, которая становится главным инструментом получения прибыли. В связи с этим ужесточается конкуренция, борьба за внимание аудитории, и, следовательно, за финансирование со стороны рекламодателей. Конкуренция становится одним из факторов создания органов саморегулирования СМИ, о чем мы уже говорили в первом параграфе. Кроме того, по этим же причинам появляется

⁶³Вартанова Е. Л. Теоретический анализ российской медиасистемы: между общим и особенным, формальным и неформальным // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 7-19. С. 9

отдельный сектор экономики – медиаиндустрия. Информация становится дорогостоящим товаром, а медиа – инструментом власти и влияния. Эту власть стремятся заполучить представители бизнес-элиты, политической элиты и само государство. В итоге мы имеем частные медиапредприятия (крупные медиахолдинги, средние и мелкие предприятия) и государственные медиапредприятия (федеральные СМИ). Крупные медиаэлиты, средние и мелкие собственники и учредители получают возможность оказывать влияние на медиаменеджеров и редакции, принимать участие в формировании редакционной политики. Таким образом, журналист оказывается в любом случае в зависимом положении от учредителей. Вопрос в том, согласен ли он с имеющейся редакционной политикой или нет. Как пишет С. Пасти в книге «Российский журналист в контексте перемен»: «Текущая практика навязывает журналисту другую обязанность – служение политической власти, экономической элите общества. Молодое поколение считает себя ответственным, прежде всего, перед нанимателем за те результаты, которые от него ожидаются. Часть из них считает, что в журналистской профессии нет ценностей, как таковых, а понятие морали едва ли к ней применимо»⁶⁴.

Теперь мы переходим к изменениям в журналистике, которые, в свою очередь, обусловлены изменениями экономико-политической системы и технологическими факторами. Цифровая революция и распространение интернета безусловно повлияли на облик современной журналистики. За последние несколько лет в процессе глобализации, дигитализации и конвергенции журналистская профессия претерпела значительные изменения. Бурное развитие «гражданской журналистики», социальных сетей, набирающий популярность контент-маркетинг, появление агрегаторов новостных сообщений и даже специализированных программ-роботов,

⁶⁴Пасти С. Российский журналист в контексте перемен Медиа Санкт-Петербурга // под ред. Д. П. Гавры. – Тампере: Tampere University Press, 2004. – С. 152.

пишущих новости, – все это также существенным образом влияет на принципы работы журналистов.

Подробно процессы, происходящие в российском медиапространстве рассматривает И.М. Дзялошинский: «Характерной особенностью современного медиапространства России является активизирующийся процесс объединения традиционных и новых медиа в целостные мультимедийные, интегрированные – комплексы»⁶⁵. Здесь мы говорим о медиаконвергенции. Этот процесс сопровождается интеграцией различных информационных пространств: локального, национального, глобального. Интеграция различных сфер общества: политики, экономики, культуры, образования и т.д. Интеграция разных коммуникационных институтов – рекламы, журналистики, пропаганды, связей с общественностью.

Многие исследователи говорят о процессах медиаконвергенции как главном факторе трансформации журналистских ценностей⁶⁶. В рамках исследования «Конвергентная журналистика глазами работников СМИ», проведенного факультетом журналистики УрФУ в период с 2014-2016 гг. изучался вопрос включенности региональных СМИ в процесс конвергентной журналистики. Один из исследователей Е.В. Олешко в итоговой статье пишет о том, что «подавляющее большинство (74 % респондентов) ответили, что в той или иной форме отражают в своей повседневной информационной деятельности тенденции развития конвергенции, 22 % дали отрицательный ответ, 2 % респондентов считают, что степень включенности их редакций слабая, еще 2% отказались отвечать»⁶⁷. Учитывая постоянно увеличивающуюся скорость изменений в информационном обществе, возможно на текущий момент результаты выглядели бы по-другому. Так или

⁶⁵ Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – С. 156.

⁶⁶ Баранова Е. Трансформация этических принципов в журналистике в условиях медиаконвергенции // МедиаАльманах, 2016. – № 6. – С. 33-39.

⁶⁷ Олешко Е.В. Адаптация журналистов к конвергентным основам информационной деятельности (результаты социологического исследования 2014–2016 гг.) / Е.В. Олешко, В.Ф. Олешко // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – Т.22. – № 3 (153). – С. 29.

иначе процессы медиаконвергенции и ухода журналистики в Сети повлекли за собой весьма противоречивые последствия.

В виртуальном пространстве журналист чувствует себя более свободным, так как «специфика Интернета не позволяет полностью перенести в виртуальное пространство нормы привычных кодексов этики с тем, чтобы они обеспечивали полноценное саморегулирование деятельности журналиста в Интернете»⁶⁸. Поэтому мы сталкиваемся с такими проблемами, как нарушение авторских прав, публикация непроверенной информации, размещение личных фотографий, видеозаписей и комментариев пользователей социальных сетей. Но самая важная проблема заключается в том, что автор забывает о качестве публикуемого материала, так как создать его нужно быстро и при этом привлечь как можно больше аудитории.

В связи с этим, некоторые авторы, в частности, С. Шомова, призывают уделять внимание не только универсальным «внесетевым» ценностям, но и возникающим в сетевом пространстве⁶⁹. За рубежом часто используется такое понятие, как «цифровая медиаэтика» (Digital Media Ethics) или «журналистская онлайн-этика» (Online Journalism Ethics). Это говорит о том, что современные условия требуют наличия у журналистов «новых» ценностей, например, оригинальности, аккуратности, уважения к пользователям социальных сетей.

Другой исследователь медиа В. Гатов пишет, что в связи с уходом журналистики в сети ценности заменяются антиценностями. Например, ценность достоверности информации для современного журналиста отходит на второй план, когда речь заходит об антиценности актуальности, оперативности. Еще одна ценность «старой» журналистики – важность личного свидетельства – подменяется антиценностью «сиюминутности» информации. «Профессиональная значимость, «вес» этого продукта

⁶⁸ Кучер Е.Д. Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты: дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. – С. 25.

⁶⁹ Шомова С. Новые медиа и «новая этика»: к вопросу о ценностных трансформациях в журналистской профессии // МедиаАльманах, 2016. – № 4. – С.12-20.

минимален, зато он позволяет быстро нарастить внимание аудитории, которая требует поточной, сиюминутной информации»⁷⁰. Об этой ценности как приоритетной рассуждает исследователь профессиональной этики журналистов Б.Н. Лозовский: «Качество информации, ее соответствие действительности, репутация источников и персонажей во внимание не принимаются вообще. При этом никто не несет ответственности ни за действия, ни за слова, ни за что бы то ни было, в итоге — хаос в понимании ценностей»⁷¹.

Нельзя однозначно утверждать, что именно интернет повлиял на ценности журналистов. Огромную роль также играет аудитория, которая диктует свои правила. Во-первых, появился феномен многозадачности, то есть параллельного медиапотребления, когда человек получает информацию одновременно из нескольких источников – телевизор, компьютер, телефон и т.д. Эта особенность кардинально меняет способность потребителя воспринимать и запоминать информацию. Следовательно, скорость потребления увеличивается, а время, которое человек тратит на изучение информации, неуклонно сокращается. Кроме того, аудиторию характеризуют такие процессы как сегментация и дифференциация, в связи с чем развиваются технологии персонализации контента. Все эти тенденции в изменении образа жизни и моделей медиапотребления пользователей в конечном счете «оказались драйверами (движущими силами) цифровой революции в медиасфере»⁷².

Изменяются требования к медиапродукту. Аудитория нуждается в том, чтобы контент подавался оперативно, его легко можно было бы усвоить, потребить, то есть максимум смысла в минимальном объеме, он обязательно

⁷⁰ Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Капель, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – С.253.

⁷¹ Лозовский Б.Н. Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике/ Б. Н. Лозовский // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 2 (138). – С.9.

⁷² Мультимедийная журналистика / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк и др. Изд-во Высшей Школы Экономики (ВШЭ), 2017. С. 22

должен быть визуализирован и интерактивен. В частности интерактивность повлияла на систему авторства в целом. Если в прошлом веке интерактивность выражалась только в возможности отправлять письма в редакцию, то сегодня же в режиме онлайн потребитель контента может не только его комментировать, но и вступать в диалог с автором, указывать на ошибки. Часто потребитель принимает на себя роль соавтора, отправляя уникальные любительские фотографии или видео с места событий, если мы говорим о «мобильных репортерах», либо полноценным производителем журналистского контента, когда речь идет о феномене «гражданской журналистики». Это также касается блогеров, которые самостоятельно создают и распространяют собственный информационно-развлекательный контент. Таким образом, интернет дает право публичного авторства всякому желающему. По сути, мы наблюдаем процесс постепенной депрофессионализации журналистики, что вызывает споры и беспокойство внутри журналистского сообщества. Однако, несмотря на это основным создателем контента по-прежнему остаются профессиональные журналисты.

Можно сделать вывод, что последствия медиареволюции накладывают на профессионального журналиста достаточно широкий круг функций и обязанностей. Как пишет С.Д. Балмаева, ранее профессиональный журналист был сотрудником редакции СМИ, сегодня – это «модератор общественного интереса, агрегатор потенциального внимания, провайдер нужного контекста, диспетчер общественного доверия»⁷³.

Последний фактор, который мы рассмотрим – доминирующие ценности общества. Как сказал председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов (1992-2017): «Журналистика – это зеркало общества». В своей работе журналист опирается на запросы общества, поэтому социальная

⁷³Балмаева С.Д. "Многозадачное поколение", дефицит внимания и конвергенция // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Д. Балмаева. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2010. С. 51

среда существенно влияет на принципы журналиста. Чтобы понять, чем отличается советское общество от современного, и соответственно ценности советского журналиста – от ценностей постсоветского, мы обратились к поколенческому подходу. В нашем исследовании трансформацию профессиональных ценностей журналистов мы рассматриваем в поколенческом аспекте, поэтому важным понятием, которым в дальнейшем мы будем оперировать, является «поколение».

Большой социологический словарь дает следующие определения понятию «поколение»: 1. Совокупность людей, относящихся к определенным возрастным интервалам. 2. Совокупность близких по возрасту индивидов, социальная и идейно-политическая ориентация которых формируется под влиянием определенного исторического периода времени, имеющего свои специфические характеристики 3. Потомство супружеской пары или совокупности пар по степени родства⁷⁴.

Особый интерес для нас представляет второе определение, так как объектом нашего внимания являются журналисты советской эпохи и современности, которых разделяет череда определенных исторических событий. Именно социально-политический и экономический фон повлияли на профессиональные ценности журналистов – представителей разных поколений.

В общем виде поколение можно представить как форму социальной связи и солидарности: воображаемое соотнесение себя с такими же, как ты. Внутри одного поколения, по соображениям российского социолога Б.В. Дубина, соединяются «представление о границах одного поколения (фиксация общей для него нормы социального и культурного, значимого опыта, типовых реакций и прочего) и способы перехода от поколения к поколению (фиксация устойчивости передаваемых образцов, но едва ли не

⁷⁴Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках [Электронный ресурс] / Редактор-координатор академик РАН Г.В. Осипов. – М.: Изд-во НОРМА (Издательская группа НОРМА-ИНФРА М), 2000. – URL: <http://politics.elib.org.ua/encyclopedia-term-4252.html>(дата обращения: 01.04.2018).

прежде всего — смены норм, в том числе перелома и общего обвала нормативных систем, т.е. сбой самого механизма трансмиссии)»⁷⁵.

Социологическое значение понятия поколение В.М. Воронков дает следующим образом: поколение — «общность людей, 1) разделяющая определенные культурные ценности и реализующая их в своих культурных практиках; 2) создающая поле коммуникации и взаимодействия; 3) члены которой сами себя идентифицируют как составной элемент поколения, приписывая себе отличия от других современников»⁷⁶.

Пристальное внимание к понятию «поколение» философы и социологи начинают обращать в XIX веке. Родоначальники позитивизма - О. Конт и Дж. С. Милль - рассуждают о смене поколений как о важнейшей динамике, заложенной в истории. Параллельно В. Дильтей в своих работах по философии истории определяет поколение как «круг людей, связанных и «гомогенизированных» общностью времени их детства, наивысшей точки жизненной энергии, связанной с молодостью, а также крупными событиями, память которых продолжает определять видение действительности людьми, пережившими их»⁷⁷. Взгляды В. Дильтея в дальнейшем повлияли на других философов и социологов. Например, К. Мангейм определяет поколение как слой людей, которые пережили схожий жизненный опыт. То есть внешние условия влияют на формирование общих взглядов, мировоззрения, ценностей людей одного поколения, так как они переживают одну и ту же «судьбу» (понятие М. Хайдеггера). В этом ключе «поколение» соотносится с другим синонимичным понятием «когорты». Когорта – в демографии совокупность людей, в одно и то же время переживших определенные демографические события (рождение, вступление в брак, рождение детей, смерть и т.д.). В исторической социологии это понятие приобрело более широкое толкование

⁷⁵ Дубин Б.В. Поколение: смысл и границы понятия // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.63.

⁷⁶ Воронков В.М. Проект «шестидесятников»: движение протеста в СССР // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.172.

⁷⁷ Шанин Т. История поколений и поколенческая теория // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.20.

и другие акценты. Представители когорты переживают одинаковый социальный опыт совместного проживания заданных эпохой событий, условий, обстоятельств.

Теория поколений/когорт разрабатывалась такими классиками как К. Мангейм и Х. Ортега-и-Гассет. В частности, Мангейм вводит понятие «энтелехии» - дух поколения, наиболее ярко выраженной элитой, авангардом когорты. Х. Ортега-и-Гассет выделяет поколение и общность осознания им действительности в качестве важнейших категорий исторического процесса.

Со времен исследований Ортеги-и-Гассета в изучении теории поколений наступило затишье. В основном, проводились работы «по операционализации и эмпирической проверке такого понятия, как «коллективная память». Молчание длилось до середины XX века. В 1950-х годах совершались попытки изучать поколенческие модели социальной адаптации мигрантов (Ш. Н. Айзенштадт). Проводились исследования молодежи, связанные с проблемами культурной трансмиссии (Э. Шпрангер, Л. Фон Визе). Кроме того, изучались поколения в сфере литературы, искусства (Э.Р. Курциус, В. Пиндер., А. Пейр). В 1983 году Дэвид Керцер публикует статью, в которой обобщает исследования поколений 1970-х годов. Среди наиболее ценных для социологии работ Керцер выделяет труды П. Сорокина, а также П. Абрамса, который рассматривает связи характера поколенческих конфликтов с изменениями общества, делая акцент на проблеме трансмиссии культурных ценностей и ее связи с социальной мобильностью.

Крупное исследование осуществили социологи Г. Шуман и Дж. Скотт, которое отразилось в работе «Поколения и коллективная память»⁷⁸. Исследователи предприняли попытку проверить теорию поколений, изучив коллективную память населения. До этого Шуман провел аналогичное исследование, посвященное СССР, взяв в качестве объекта 1937-1985 гг. как

⁷⁸Shuman //Scott J. Generations and Collective Memories // American Sociological Review. 1989. P.359-381.

изучаемый период воспоминаний⁷⁹. Исследователи пришли к выводу, что точность запоминания того или иного события связана с возрастом членов выборки, конкретно с их пребыванием в возрасте от 11 до 25 лет. За пределами этой возрастной группы память о событии резко снижалась. Помимо связи исторической памяти с возрастом, ученые также установили высокую степень корреляции между способностью запоминать и уровнем образования.

В отечественной науке безопаснее было рассуждать о классах и формациях, чем о поколениях. Рассуждения о поколениях появились во многом благодаря литературоведению и публицистике. Особую важную роль здесь сыграли «Беседы о русской культуре» (конец 1980-х) крупнейшего литературоведа и языковеда Юрия Лотмана: «К концу XVIII века в России сложилось совершенно новое поколение людей. Изменение характеров развивалось с такой быстротой, что в течение столетия мы отчетливо можем различить несколько поколений, своеобразную лестницу человеческих типов»⁸⁰.

Аналогичным образом свое поколение описывали многие русские писатели XIX-XX вв. Например, И. С. Тургенев в работе «Гамлет и Дон Кихот» (1860 г.) описал и классифицировал поколения своего времени, сопоставляя и раскрывая образы героев Шекспира и Сервантеса.

О поколениях немало рассуждали и в советской публицистике. Сам В.И. Ленин в своей широко известной статье «Памяти Герцена» (1912 года) говорит о трех поколениях, способствовавших революции: «Сначала - дворяне и помещики, декабристы и Герцен... Герцен развернул революционную агитацию. Ее подхватили, расширили, укрепили, закалили революционеры-разночинцы... Но это не была еще сама буря. Буря, это - движение самих масс. Пролетариат, единственный до конца революционный

⁷⁹Schuman H, Coming A. Collective Knowledge of Public Events: The Soviet Era from the Great Purge to Glasnost / American Journal of Sociology. 2000. P.913-956.

⁸⁰ Лотман М.Ю. Беседы о русской культуре. СПб – «Искусство – СПб», 1994. – С.254-255.

класс, поднялся во главе их и впервые поднял к открытой революционной борьбе миллионы крестьян»⁸¹.

Следствием того, что анализом поколений у нас чаще занимались литераторы и публицисты, а их суждения опирались на наиболее социально или политически активных персон, групп, движений, то поколения описывались через доминирующие образцы поведения или выдающихся персон, а не как массовые.

Прямой поколенческий анализ русской истории проводился историками-социологами, пишущими за пределами России. В пример можно привести монографию Т. Шанина «Революция как момент истины»⁸² или работу американского историка-советолога Ш. Фитцпатрик «Сталинские крестьяне. Социальная история Советской России в 30-е годы: деревня». Наибольший интерес исследователей вызывает поколение шестидесятников, выразивших протестные взгляды в поздний советский период. Движение шестидесятников стало воплощением «поколенческого видения в определении социального протеста, сыгравшего важнейшую роль в период «оттепели»⁸³.

Огромный массив для анализа этой темы собрали опросы общественного мнения, проводившиеся ВЦИОМ в 1990-е годы. По мнению Ю. Левады социологические исследования поколения могут осуществляться в двух вариантах: либо через изучение особенностей определенных возрастных групп, либо через анализ структуры поколения. Однако любой из вариантов исследования сталкивается с особыми ограничениями: «Представительство различных возрастных групп в наличном населении, а значит, и в любой выборочной совокупности, неравнозначно: на поколенческую («историческую») структуру населения наложена

⁸¹ Ленин В.И. Полное собрание сочинений в 55-ти томах (+ 3 справочных тома). – Издательство политической литературы. Москва, 1968. – Т.21. – С. 262.

⁸² Шанин Т. Революция как момент истины: Россия 1905-1907–1917-1922 годы / Пер. с англ. Е.М.Ковалева. – М.: Весь мир, 1997. – 560 с.

⁸³ Шанин Т. История поколений и поколенческая теория // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С. 34.

современная («возрастная»), разделить их можно лишь гипотетически»⁸⁴. Следующее ограничение состоит в том, что взгляды пожилых людей-представителей определенного поколения, доминировавшие в интересующий нас период времени, могут измениться ко времени исследования. Иначе говоря, система ценностей, которой придерживался индивид в молодом возрасте, претерпевает некоторые изменения при достижении им пожилого возраста. Следовательно, полученные сведения могут быть проанализированы лишь с помощью соответствующих аналитических допущений.

В отличие от традиционного общества, где переход от поколения к поколению происходил плавно в рамках семьи, в последующей истории, насыщенной социально-политическими, научно-техническими, экономическими переворотами и потрясениями, появляются такие феномены, как «ключевые» поколения, поколенческий разрыв, конфликт «отцов и детей», «потерянное» поколение и т.д.

По мнению Ю. А. Левады, социально-историческое значение поколения не должно измеряться опытом большинства, то есть мы работаем не с демографическим поколением, а со значимыми группами этого поколения или структурами. Учитывая временные рамки социализации определенных возрастных групп, всего в XX веке Левада насчитывает шесть «значимых» поколений и периодов⁸⁵:

1. 1905-1930 гг. – «Революционный перелом» - люди, рожденные в 90-х годах XIX века, пережившие мировую и гражданские войны, несколько революций, смену политической системы.
2. 1930-1941 гг. – «Сталинская» мобилизационная система - люди, рожденные в 1910-е гг., пережившие урбанизацию, индустриализацию, массовый террор, принудительное единомыслие.

⁸⁴ Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.40.

⁸⁵ Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.44.

3. 1941-1950 гг. – Военный и послевоенный период – люди условно 1920-1928 гг. рождения, жившие в период, когда перечисленные выше тенденции были доведены до крайних форм, ощутили на себе «холодную» войну, политические «чистки».
4. 1953-1964 гг. – «Оттепель» – люди условно 1929-1943 гг. рождения – первое поколение, услышавшее официальное обличение «культа» Сталина, свободное от страха, питающее надежды на гуманизацию режима.
5. 1964-1985 гг. – «Застой» – поколение протестующих «шестидесятников», родившихся условно с 1944 по 1968 гг.
6. 1985-1999 гг. – Период перестройки – люди, не узнавшие переломов и потрясений, если не учитывать развал СССР. Родились примерно в конце 1960-х годов.

Предложенную схему автор заведомо признает условной и ограниченной, так как она предлагает взгляд «сверху», с точки зрения элит. Периодизация поколений с точки зрения массовых групп может отличаться, так как определяется другими факторами, ключевыми точками, событиями, и имеет иную хронологию.

В своем исследовании по данным опросов общественного мнения, проведенных на рубеже веков, Левада изучает социальные установки и политические взгляды представителей каждого поколения. Интересными нам показались некоторые выводы, касающиеся ценностных предпочтений поколений. Например, в области ценностей у старших поколений в приоритете оказывается такая категория, как «долг». В то же время для молодых поколения более ценны материальные блага и «радости жизни», им важно «жить лучше других», однако они политически пассивны и меньше читают (Рис. 1)⁸⁶.

⁸⁶ Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.50.

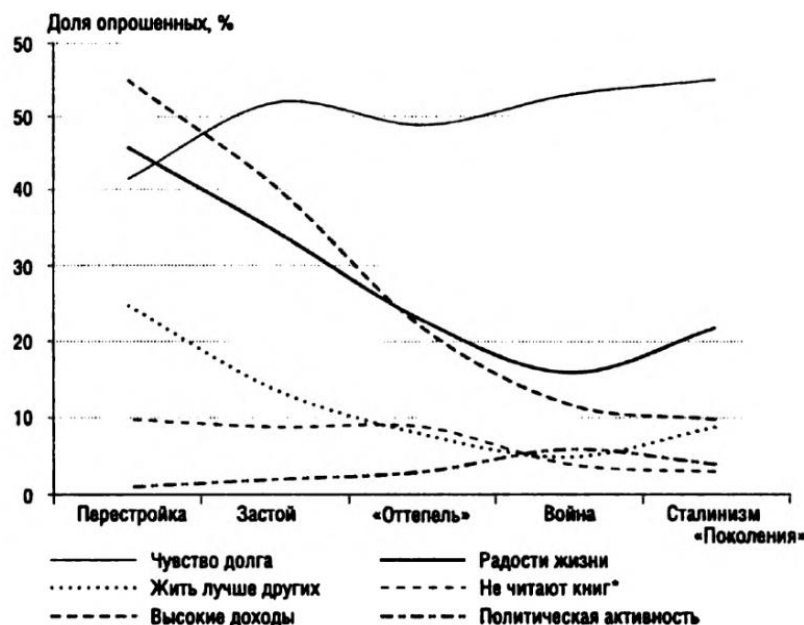


Рис. 1

Ценностные показатели поколений, март 2000 г., N = 2400

Целесообразно также говорить о поколениях относительно некоторых более узких групп, в частности действующих в определенных профессиональных сферах. Поскольку в профессиональных группах отсутствует механизм постоянного обновления кадров, смена людей в них происходит от поколения к поколению, продолжительность одного поколенческого периода определяется возможностями физического выживания либо различными внешними факторами.

Таким образом, поколение можно рассматривать, во-первых, как демографическую когорту, во-вторых, как историческое движение, в-третьих, как срез работы социальных институтов. Соответственно, поколения можно классифицировать на демографические, исторические и институциональные.

При попытке эмпирической проверки понятия «поколение» возникают два важных методологических вопроса: 1. Каким образом ограничить поколение? 2. По каким критериям рассуждать о поколении? О границах в социологических работах границы социальных явлений или объектов принято говорить условно. Еще более условным является само понятие «поколение», так как его трудно ограничить четкими календарными или

временными границами. Поэтому более подходящей точкой опоры в эмпирическом очерчивании границ одного поколения, по мнению В.В. Семеновой, является «крупное историческое событие или процесс, оставшийся центральным в памяти данного поколения»⁸⁷. В своем исследовании Семенова в качестве объекта изучения выделяет культуру, и более конкретно – лексические формы самопрезентации поколения. Из открытых высказываний респондентов о себе были выбраны ключевые, наиболее часто упоминаемые события. Опираясь на полученную историческую локализацию жизненного опыта респондентов, были выстроены временные периоды и поколения, примерно схожие с классификацией Ю. Левады, упомянутой выше. Уникальность ее состоит в том, что в итоге была получена общая матрица самопрезентации поколений, анализ которой помогает выявить, как каждое поколение относилось к труду, власти, образованию, ощущало себя в социальной жизни. В.В. Семенова приводит характеристику поколений и примерный возраст их представителей. С момента выхода книги в 2005 году, очевидно, что возраст увеличился как минимум на 10 лет, поэтому далее мы будем использовать актуальные числа.

1. Околовоенное поколение (70-90 лет) – люди, которые прошли «тяготы войны и остались приверженцами эпохи коммунистического строительства; демонстрируют свою приверженность традиционной трудовой культуре как ранне-индустриальному типу трудовой морали, основанному на долге перед обществом; отношение к власти базируется на «послушничестве», основанном на вере и преданности Родине (феминный патернализм); значимым считают соблюдение традиционных семейных ценностей «почитания старших», которое они переносят и на отношения с властью; для них характерно отсутствие

⁸⁷Семенова В.В. Эмпирические подходы к понятию «поколение» // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.83.

собственного самосознания, обособленного от интересов социального целого, и идентификация себя с социальным целым»⁸⁸.

2. Доперестроечное поколение (50-70 лет) - это поколение «внутренне дифференцировано, фрагментировано по своему социальному опыту как в историческом времени, так и в своем современном состоянии. Но вместе с тем это самое духовно активное и рефлекслирующее поколение как относительно себя и своего места в обществе, так и относительно общества в целом. Как образованное поколение, оно, прежде всего, осознает свою нереализованность, невостребованность как поколения»⁸⁹.
3. Поколение переходного периода (35-55 лет). Представитель этого поколения описывает себя как «активного, деятельного, предприимчивого социального субъекта, который успешно приспособился к пореформенному времени. Но при этом в коллективном сознании неотрефлексированы цели собственного (или коллективного) дальнейшего движения. Вместе с тем они прагматично деятельны, приспособились к изменившимся условиям и добились определенного жизненного успеха»⁹⁰.
4. Послеперестроечное поколение (30-40 лет) имеет следующие характеристики: «представление об образовании как среднедостаточном уровне соответствия современным технологиям (поколение компьютерной грамотности); ясное представление о целях своей социальной активности как созидательной, самостоятельной деятельности, направленной на достижение личного успеха и благополучия; важный синдром их культурного мира — ориентация на

⁸⁸ Семенова В.В. Эмпирические подходы к понятию «поколение» // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С.94.

⁸⁹ Там же. С.99.

⁹⁰ Там же. С.102.

«гедонизм» и «пофигизм» как образ жизни, направленный на получение радостей и удовольствий в ущерб чувству долга»⁹¹.

Возвращаясь к объекту исследования, можно говорить о том, старшее и младшее поколения журналистов пережили разные условия социализации, а потому усвоили определенные ценности, которые легли в основу их профессиональных ценностей. Для нас особый интерес будут представлять журналисты – представители доперестроечного поколения и послеперестроечного поколения.

В настоящее время теория поколений пользуется широким вниманием исследователей. Наиболее популярной теорией является концепция поколений историка Уильяма Штрауса и демографа Нила Хоува, которые в своих работах рассматривали историю США в разрезе поколений. Свои идеи исследователи отразили в таких трудах как «Поколения» (1991), «Тринадцатое поколение» (1993), «Четвертое превращение: американское пророчество» (1997), «Восхождение поколения Миллениума: следующее Великое поколение» (2000). В современных условиях глобализации достаточно распространена практика перенесения идей Штрауса и Хоува на отечественную историю. Дело в том, что исследователи изучили историю Америки, обратив особое внимание на XX век, и обнаружили, что в определенные периоды большинство людей обладали схожими ценностями. Эти периоды они называли «социальными поколениями». Социальное поколение, по мнению Штрауса и Хоува, это совокупность людей, рожденных в один двадцатилетний период, что подразумевает под собой переживание одних и тех же исторических событий в почти одинаковом возрасте, наличие у них общих убеждений, моделей поведения и ощущения причастности к этому поколению. В итоге, авторы теории выделили несколько типов поколений: «победители»; «молчаливое поколение»; «беби-бумеры»; «поколение X»; «поколение Y» или «Миллениумы»; и формирующееся «поколение Z».

⁹¹ Там же. С.105.

Попытку рассмотреть российские поколения сквозь призму теории Штрауса и Хоува предприняла Ожиганова Е.М. (Табл.1)⁹², которая, в свою очередь, анализировала информацию на сайте RUGENERATIONS.RU. Следует отметить, что данная теория встретила неоднозначные оценки со стороны российских исследователей, так как требует эмпирической проверки. Чаще всего к ней обращаются не историки и социологи, а маркетологи, специалисты по рекламе и связям с общественностью и HR-менеджеры. В нашей работе мы отразили данную теорию поколений как один возможных вариантов направления исследований.

⁹²Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2015. — №1(1). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya> (дата обращения: 22.05.2018).

Таблица 1.

Поколение	Время рождения	Пережитые события	Характеристика
Победители	1901-1922	Революция 1905 года, Февральская и Октябрьская революции, Первая мировая война, Гражданская война и Установление советской власти.	Верят в социалистическую идеологию, ответственные и трудолюбивы. Жизнь для них – борьба за светлое будущее, за достижение общего порядка и справедливости. Деньги расценивают только как средство существования, но не как цель, поэтому большой ценности не представляют.
Молчаливое поколение	1923-1942	Жесткое и репрессивное правление И. В. Сталина, коллективизация, индустриализация, Вторая мировая война, послевоенный голод и разруха.	Уважают закон, должность и статус человека. Беспрекословно подчиняются начальству. Ценность семьи, в которой они могут быть открытыми и свободными. Для поколения характерна запасливость, экономность, желание лучше накормить своих детей и внуков.
Беби-бумеры	1943-1964	Победа во Второй мировой войне, первый полет человека в космос, спортивные успехи в олимпиадах.	Оптимисты, готовые приложить любые усилия для достижения поставленной цели. Любят спорт, ценят здоровье и активность. Пионерия, комсомол, рабочие бригады развили в представителях поколения склонность к коллективизму, но не отняли индивидуальность и склонности к лидерству.
Поколение X	1965-1982	Застой, перестройка. Холодная война, Война в Афганистане, ввоз наркотиков и распространение СПИДа.	Готовность к переменам и расчет на собственные силы. Индивидуалисты, ценят свободу выбора, при выборе работы руководствуется возможностью проявить свои умственные и творческие способности. Прагматичны. Желание получать выгоду и прибыль у них выше, чем желание приносить пользу своему обществу и государству.
Поколение Y	1983-2000	Окончание Холодной войны, распад СССР. Максимально бурная индустриализация, компьютеризация, распространение	Не признают какие-либо идеалы, не уважают власть и авторитеты. Взросление в быстроменяющемся мире развило у «миллениумов» склонность к быстрому потреблению и желанию быстро достигать высоких результатов. Ищут возможность быстро и без усилий достичь

		Интернета.	успеха и денежного благополучия. Очень зависимы от технологий. Постоянный доступ к большому количеству доступной и уже обработанной информации дает «миллениуму» возможность лишней раз не думать и не анализировать, что приводит к неспособности воспринимать сложную информацию в больших объемах. Для «миллениумов» характерно желание получать информацию посредством изображений, фильмов, аудиофайлов. Характерной чертой поколения стало интернет-общение и виртуальная реальность.
Поколение Z	2000-2020	Распространение Интернета, социальные сети.	Их система ценностей находится на этапе формирования ⁹³

⁹³Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – №1 (1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya> (дата обращения: 29.04.2018).

В данном параграфе мы представили группы факторов, влияющих на трансформацию профессиональных ценностей журналистов, которые, в свою очередь, находят свое отражение в мотивационной структуре профессиональной деятельности и профессионально-ценностных ориентациях. Среди групп факторов мы выделили: экономические, политические, общественные, технологические и факторы, связанные с изменениями в профессиональной среде. Так как объектом нашего внимания являются журналисты разных поколений, то следующей нашей задачей было изучить поколенческий подход. Для этого мы обратились к определению понятия, рассмотрели его с точки зрения западной и отечественной науки. В качестве операционального мы выбрали следующее определение: поколение - совокупность близких по возрасту индивидов, социальная и идейно-политическая ориентация которых формируется под влиянием определенного исторического периода времени, имеющего свои специфические характеристики. Далее мы пришли к выводу, что рассматривать поколения можно и в узких профессиональных кругах, в нашем случае поколения журналистов – представителей доперестроечного и послеперестроечного периодов.

В следующей главе с помощью полуструктурированного интервью, анкетного опроса и вторичного анализа будут проанализированы профессиональные ценности журналистов старшего и младшего поколений с точки зрения их трансформации под влиянием перечисленных выше факторов.

2. Профессиональные ценности журналистов – представителей разных поколений

2.1. Мотивационная структура профессиональной деятельности журналистов

Для того чтобы проанализировать и сравнить мотивационную структуру профессиональной деятельности журналистов – представителей разных поколений, а также их профессионально-ценностные ориентации, мы провели собственное социологическое исследование, которое проходило в несколько этапов:

1. В декабре 2017 года была проведена серия полуформализованных интервью с советскими и постсоветскими журналистами – редакторами уральских СМИ «Уральский рабочий», «Четвертый канал», «Е1» (N=3).
2. В марте 2018 года мы провели онлайн-опрос (N=102) студентов факультетов журналистики Уральского федерального университета и Гуманитарного университета города Екатеринбурга. В этот же период посредством экспертного интервью были опрошены деканы двух факультетов журналистики (N=2).

Перейдем к характеристике объекта исследования. Итак, в качестве информантов для полуформализованного интервью выступили три человека:

Информант №1 (м, 29 лет) – директор крупной сети городских информационных порталов, бывший редактор портала Е1. Представляет точку зрения современных журналистов (Приложение 1а).

Информант №2 (ж, 73 года) – журналистка газеты «Уральский рабочий», первый редактор «Четвертого канала» (Приложение 1б).

Информант №3 (ж, 80 лет) – журналистка газеты «Уральский рабочий», затем «Областной газеты». Вместе с информантом №2 выражают взгляды советских журналистов (Приложение 1с).

Во время проведения интервью информантам задавались вопросы, касающиеся их личных журналистских профессиональных принципов,

авторитетов, их восприятия роли, задач и качеств журналиста, мотивов заниматься журналистикой, их отношения к власти, цензуре, аудитории, профессиональным кодексам, к переменам в профессиональной деятельности⁹⁴.

Объектом для онлайн-опроса стали студенты факультета журналистики Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина и факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета. В Гуманитарном университете был проведен сплошной опрос студентов факультета телерадиожурналистики в связи небольшим количеством обучающихся (40 человек) и максимальной доступностью. Студенты факультета журналистики Уральского федерального университета оказались доступны в меньшей степени (объем генеральной совокупности – 360 человек). В связи с этим было принято решение о квотном построении выборки с равным распределением квот по курсам и полу обучающихся. Анкета рассылалась в социальных сетях определенному количеству студентов, всего было собрано 62 анкеты студентов факультета журналистики Уральского федерального университета, что составляет примерно 20% от всего числа обучающихся на факультете. Таким образом, в нашем опросе приняло участие 102 человека, из которых 40 студентов факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета и 62 студента факультета журналистики Уральского федерального университета.

Распределение опрошенных по полу выглядит следующим образом: 78 респондентов (76,5%) – девушки, 24 (23,5%) – юноши. Все респонденты в возрасте от 17 до 25 лет. Большинство обучающихся – 69 человек (67,7%) – имеют возраст от 19 до 22 лет. В целом, 28 человек (27,5) учатся на 1 курсе,

⁹⁴Попытки проанализировать интервью и сделать выводы уже предпринимались нами ранее, итогом стала статья, которая опубликована в сборнике материалов Международной практической конференции «Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста» (2018), также были написаны тезисы, которые опубликованы в сборнике материалов XXI Международной конференции «Культура, личность, общество в современных условиях: методология, опыт эмпирического исследования» памяти профессора Л.Н. Когана (2018).

19 (18,6%) – на 2 курсе, 20 (19,6%) – на 3 курсе, 25 (24,5%) – на 4 курсе, 10 (9,8%) – в магистратуре.

Большая часть респондентов (78 человек или 76,4%) имеют опыт работы в редакции СМИ. 43,1% из них работали в редакции менее года, остальные 23,5% – 1-2 года, 9,8% – больше двух лет. На данный момент в СМИ работает 60,8% из всех опрошенных.

Для разработки инструментария для онлайн-опроса были проведены два экспертных интервью: с деканом факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета Светланой Дашиевной Балмаевой (Приложение 3а) и деканом факультета журналистики Уральского федерального университета Лозовским Борисом Николаевичем (Приложение 3б). Кроме того, Светлана Дашиевна Балмаева выступила в качестве эксперта в сфере теории журналистики, так как является преподавателем соответствующей дисциплины, а Борис Николаевич Лозовский – как эксперт в области профессиональной этики, так как является преподавателем этого курса и председателем палаты медиасообщества Уральской общественной коллегии по жалобам на прессу⁹⁵.

Обратимся к анализу и сравнению мотивационной структуры профессиональной деятельности и профессионально-ценностных ориентаций журналистов – представителей разных поколений. В мотивационную структуру мы включили мотивы выбора профессии, принципы работы, восприятие роли и цели профессии. В профессионально-ценностные ориентации включены отношение к власти, аудитории, цензуре, верность профессиональным нормам и кодексам, восприятие образа идеального журналиста, состав референтной группы. В данном параграфе мы рассмотрим мотивационную структуру журналистов – представителей разных поколений.

⁹⁵Проведенные на первом этапе интервью позволили разработать инструментарий исследования – формализованную анкету (Приложение 4). Анкета представлена в двух форматах – в виде электронного файла MicrosoftWord и онлайн-анкеты, выполненной в GoogleForms, доступ к которой предоставлялся по электронной ссылке.

Изучение мотивов выбора профессии является важным, поскольку мотивы имеют прямое отношение к профессиональным ценностям. Характер мотивов определяет цель профессиональной деятельности. Исследуя мотивы, мы разделили их на группы: моральные, социальные, познавательные, эстетические, гедонистические, творческие, материальные, мотивы престижа. Моральные мотивы направлены на удовлетворение потребности в альтруизме, желании приносить пользу, помогать другим людям. Социальные – направлены на самоактуализацию индивида, самоутверждение. Познавательные – ориентируют индивида на поиск и получение новых знаний. Эстетические мотивы связаны со стремлением сделать мир лучше. Гедонистические – с желанием получать удовольствия. Творческие – с потребностью индивида созидать, заниматься творчеством. Материальные мотивы нацелены на поиск и получение соответствующих благ, денег. Мотивы престижа связаны с потребностью во власти, влиянии.

Представительница советского поколения Валерия Васильевна Горонкова, бывший корреспондент газеты «Уральский рабочий» и редактор «Четвертого канала» говорит о том, что стала журналистом, так как стремилась помогать людям, и ощущала тягу к справедливости и «любовь к слову»: *«Я не была бунтарем профессиональным. Но я, во-первых, человек неравнодушный, мне всегда было жалко тех людей, которые попадали в тяжелую ситуацию по вине других людей. Тяга к справедливости возможно. Во всех хороших журналистах она есть. И еще просто любовь к слову. Приезжаешь из командировки, тебя переполняют ощущения, садишься перед белым листом бумаги и трясешься, как перед первым свиданием»* (Приложение 1b). Здесь мы видим преобладание моральных, гедонистических и творческих мотивов.

Римма Александровна Печуркина, бывший корреспондент газет «Уральский рабочий» и «Областная газета», разделяет точку зрения предыдущего информанта: *«Мне сам процесс этот очень нравился, прежде всего. Мне было интересно, я ездила больше всех, природное любопытство*

мною двигало, очень хотелось найти людей ярких. Пока не уловишь у человека какую-то изюминку, какой-то яркий факт в его биографии, пока не поймешь, не убедишься, что это может хорошо прозвучать, что это не будет занудно и серо, не успокоишься. А попытки помочь людям естественно были. Слезы лья писали многие. Сейчас уже не вспомнишь. Но стараешься куда-то ехать, кого-то квартиры, например, лишили, человек уволился. Едешь туда, пытаешься разобраться»(Приложение 1с). На первое место информант все-таки ставит получение удовольствия от путешествий и общения с людьми, затем желание творить, и наконец – стремление помогать людям.

В целом, можно сказать, что на первый план среди советских журналистов выходят мотивы, связанные с желанием общаться с людьми, с разнообразием и увлекательностью деятельности, с желанием повидать разные места, получить новую интересную информацию. К перечисленным можно добавить возможность улучшить жизнь, помочь окружающим людям, способствовать восстановлению социальной справедливости.

Если опираться на ранние исследования, то мотивацию выбора профессии активно стали изучать лишь с 60-х годов. Исследования показывают, что журналистов привлекали «разнообразие, увлекательность профессии, творческий характер, возможность общаться с интересными людьми, быть в курсе событий»⁹⁶. Интерес также представляет то, что советские журналисты по большей части были ориентированы на литературную деятельность, раскрытие своих творческих способностей. Эту мысль подтверждают слова наших информантов.

Представитель современного поколения – журналист Ринат Низамов, бывший редактор городского информационного портала E1.ru и нынешний директор сети городских порталов Hearst Shkulev Digital о мотивах выбора профессии ответил, что журналистикой начался заниматься еще со школы,

⁹⁶Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. Пособие. – М.: ВК, 2010. – С.247.

когда писал в местную газету, а затем пошел работать в «Комсомольскую правду», тогда же обнаружил в себе способности к журналистике, которые в будущем стал активно развивать: *«Можно сказать, что я выбрал эту профессию, чтобы реализовать свои способности, нарастить опыт, получить новые знания и навыки в медиасфере»* (Приложение 1а). Следовательно, информант руководствуется социальными и познавательными мотивами. Однако, если проследить профессиональный путь Р. Низамова, можно разглядеть мотивы, связанные со стремлением к влиянию и материальным благам. Информант рассказал о том, что после школы в 2005 году поступил на факультет журналистики УрГУ, в 2008 году перевелся на заочное отделение и переехал жить в Москву на 4 года. Работал в московской «Комсомольской правде», на НТВ в программе «Профессия репортер», а затем вернулся в Екатеринбург, чтобы здесь возглавить редакцию «КП». Через два с половиной года журналист стал главным редактором городского информационного портала Е1: *«Три или четыре года я проработал главным редактором в Е1, после чего президент нашей корпорации предложил мне возглавить сеть городских порталов. Это 40 ресурсов, из них 15 редакций. Сейчас моя деятельность больше связана с медиабизнесом, а не журналистикой»* (Р. Низамов, 29 лет, бывший гл. редактор Е1; Приложение 1а).

Сравнение трансформации мотивов говорит о том, что с течением времени «мотивация молодых журналистов стала ближе к ориентациям на информационную деятельность, службу. И только старшее поколение по-прежнему весьма высоко ценит литературную сторону профессии, процесс работы со словом»⁹⁷. Тяга к творчеству, путешествиям, общению с людьми сменяется потребностью реализовать свои способности, самоутвердиться, получить возможность оказывать влияние. Такая разница обусловлена

⁹⁷Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. Пособие. – М.: ВК, 2010. – С.248.

влиянием глобализации, социально-политических и экономических факторов, а также особенностями поколений.

Прежде чем перейти к анализу восприятия целей и ролей журналиста, стоит подробно остановиться на принципах, которыми руководствуется журналист в процессе достижения цели. Как уже отмечалось ранее, принципы являются регуляторами поведения и действий человека в профессиональной деятельности.

Для советских журналистов наиболее важным принципом была ответственность. Бывший корреспондент «Уральского рабочего» и редактор «Четвертого канала» В. В. Горонкова объясняет это тем, что на газетные материалы обязаны были реагировать все государственные организации, реакция вызывала определенные последствия: *«Ты напишешь, и человека инфаркт хватит, или его снимут с работы, заслуживает ли поступок человека такой огромной ответственности, иногда ночи не спишь»* (Приложение 1b). Однако, по словам информанта, не все журналисты ощущали эту ответственность, многие становились равнодушными из-за профессионального выгорания. Кроме ответственности Валерия Васильевна отмечает «совесть, сострадание и сочувствие к человеку». Информант приходит к выводу, что любой журналист обязан обладать интеллигентностью, совестью и ответственностью: *«Журналист, который не обладает этими качествами, не имел право выносить вердикт, а наше выступление это своего рода вердикт был»* (Приложение 1b). Во время работы на телевидении в 90-е годы Горонкова добавила в круг своих принципов оперативность. Можно связать это с тем, что в период экономических трансформаций и появления частной собственности, повлекшего за собой рост количества СМИ, увеличился информационный поток, усилилась конкурентная борьба между журналистами за аудиторию, новости теряли актуальность уже на следующий день, поэтому их нужно было доводить до потребителя максимально оперативно. На вопрос о том, как Валерия Васильевна передавала свои принципы младшему поколению,

она ответила: *«Словами, личным примером. Мы много разговаривали с ребятами. В газете, на телевидении мне доверяли, прислушивались к моему мнению. Репутация была безупречной как у журналиста, честно могу сказать, ни одного суда я не проиграла. Они верили мне, потому что я была честна с ними, никогда никого не принуждала обманывать»* (Приложение 1b).

Другой информант, также представляющий точку зрения советских журналистов, на вопрос о принципах ответила кратко, отметив умение писать, тягу к правде и справедливости, коммуникабельность и отстаивание своей точки зрения: *«Какой журналист, если казенными словами изъясняется, а это так часто случается. Наверное, хорошо бы, чтобы все были правдолюбцами, и писали хорошо, и умели общаться с людьми и были настойчивы в отстаивании своих точек зрения, и находили возможности говорить то, что ты хочешь сказать, а если уже совсем поперек горла, тогда уж уходить»* (Р.А. Печуркина, 80 лет, бывший корреспондент газет «Уральский рабочий» и «Областная газета», Приложение 1с).

Ринат Низамов, бывший главный редактор Е1, представляющий точку зрения современных журналистов, отмечает среди принципов эксклюзивность и уникальность, поскольку обычно с помощью интернета в целях экономии ресурсов многие журналисты занимаются ререйтингом (переписыванием) чужих новостей. Информант считает, что оперативно созданный эксклюзивный материал привлекает аудиторию, отсюда вытекает следующий не менее важный принцип – ориентация на аудиторию. Аудитория СМИ и феномен медиапотребления сегодня активно изучаются социологами, маркетологами, медиаисследователями, так как именно аудитория формирует требования к контенту, которые журналист должен удовлетворить. Однако удовлетворение потребностей читателей, по словам Рината Низамова, не перечеркивает других важных принципов: *«Безусловно мы не переступаем какие-то наши собственные фундаментальные устои. Мы проверяем информацию, мы не выпускаем информацию без так*

называемого фактчекинга, то есть мы стараемся всеми поводами добиться подтверждения этой информации. Мы стараемся оставаться объективными, если мы кого-то критикуем, то мы обязательно даем высказаться тому, кого критикуем. Мы стараемся быть независимыми» (Приложение 1а). Здесь можно выделить: фактчекинг, объективность, независимость. Фактчекинг – проверка информации на достоверность, этот принцип появился в связи с распространением в социальных сетях фальшивых новостей (fake news). Понятие фейковых новостей включает в себя ряд самых разнообразных явлений медиасреды: «от поддельных текстов, а также фото-, видео- или аудиозаписей до искусственно созданной по заданию заказчика популярность личности, произведения, проекта»⁹⁸. Но больше всего информант ценит в журналистах наличие большой базы источников информации: «Я, может быть, сейчас скажу какую-то крамольную мысль, но иной раз в нашей жизни база источников информации, наверное, ценнее какого-то особенного таланта журналистского. Мне близка больше модель, когда журналист системно, день за днем собирает источники информации, ездит к ним, знакомится, завоевывает их доверие, изучает их специализацию, сам становится в какой-то степени специалистом, и именно из-за этого источник информации больше доверяет этому журналисту, у них завязываются какие-то отношения, которые сверх ценны в нашей работе» (Р. Низамов, 29 лет, бывший гл. редактор Е1; Приложение 1а).

Профессиональные принципы и личностные качества журналистов достаточно широко изучались во многих исследованиях. Если в ранних опросах, проведенных в 60-е годы, журналисты отмечали «компетентность, принципиальность, объективность, литературный талант и

⁹⁸Суходолов А.П. Феномен «Фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. – 2017. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feykovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostranstve> (дата обращения: 22.05.2018).

коммуникабельность, то в 90-х годах чаще стали называть честность, порядочность, нравственность, ответственность перед обществом»⁹⁹.

Исходя из полученной информации, можно сделать вывод о восприятии информантами своей роли и цели в профессиональной деятельности. Информанты В.В. Горонкова и Р.А. Печуркина имеют схожее представление о роли и целях советского журналиста – это человек, который является инструментом решения проблем и помощи людям, и в то же время он выступает в качестве «судьи», в чьих руках сосредоточена огромная социальная ответственность. Для Р. Низамова современный журналист – это тот, кто удовлетворяет потребность аудитории в своевременной, эксклюзивной, проверенной, объективной информации, регулирует деятельность власти, конструктивно критикуя ее и предлагая новые пути решения проблем, тем самым способствуя улучшению жизни общества.

В современных условиях политического и экономического плюрализма круг функций и ролей СМИ безусловно расширился. В 2017 году факультет журналистики МГУ под руководством Г.В. Лазутиной провел исследование на тему «Представители аудитории о функциях и реальной роли СМИ в обществе». Использовались два метода: экспертный анализ текстов и анкетный опрос. В выводах исследования говорится о том, что главной функцией СМИ представители аудитории считают информационную, то есть «давать актуальную общественно-политическую информацию». Далее следуют функции просвещения, предотвращения межнациональных конфликтов и экологических катастроф, и, наконец, поддержания институтов гражданского общества. Однако степень удовлетворенности медиапотребителей функционированием СМИ намного ниже, чем степень неудовлетворенности. К основным недостаткам современных СМИ респонденты относят «ангажированность, необъективность,

⁹⁹Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. Пособие. – М.: ВК, 2010. – С. 263.

безответственность перед аудиторией; замалчивание важных тем и проблем, злоупотребление негативной и незначимой информацией»¹⁰⁰.

В тот же период подобное исследование провел Фонд общественного мнения, в результате которого оказалось, что «по мнению 47% опрошенных, российские СМИ в целом объективны в освещении происходящих в стране событий, 40% уверены в их необъективности. Первую позицию чаще других разделяют потребители телевидения, радио и прессы, вторую – аудитории новостных сайтов и форумов, блогов»¹⁰¹. Такое расхождение во взглядах можно объяснить тем, что потребители телевидения, радио и прессы – это в основном люди зрелого или пожилого возраста, придерживающиеся традиционных взглядов, а интернет-аудитория – это молодежь и люди среднего возраста с разным мировоззрением, привыкшие искать информацию самостоятельно. Ранее Фондом общественного мнения было проведено исследование, изучающее отношение россиян к журналистам. Результаты опроса показали, что «за последнее время профессиональный уровень российских журналистов повысился, полагают 54% опрошенных. 25% уверены, что он не изменился, 7% – что снизился. Кроме того, 59% участников опроса уверены, что журналисты оказывают положительное влияние на жизнь страны. Их негативное влияние видят 5%. Полагают, что никакого влияния нет, 20%»¹⁰². Опрос был проведен в 2014 году. Учитывая, что современное общество меняется в постоянно ускоряющемся темпе, можно предположить, что результаты относительно настоящего времени могут несколько отличаться.

В опросе, проведенном в 2016 году исследовательской группой ЦИРКОН, вопрос о профессиональной роли современного журналиста рассматривался через призму имеющихся у респондентов представлений о

¹⁰⁰ Представители аудитории о функциях и реальной роли СМИ в обществе / Г.В. Лазутина, Т.Ю.Порецкая, Т.Е.Узунова, Ю.С. Узунова// Вестник Московского университета. Сер 10. Журналистика. 2017.– №4.– С.56.

¹⁰¹ Об объективности СМИ и тематических предпочтениях граждан [Электронный ресурс] // ФОМ. – URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13618> (дата обращения: 28.03.2018).

¹⁰² Отношение к журналистам [Электронный ресурс] // ФОМ. – URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11428> (дата обращения 28.03.2018).

профессиональных моделях поведения. Представления изучались с опорой на категории, которые выделил И.М. Дзялошинский¹⁰³: «журналистика просвещения» (журналист информирует аудиторию), «журналистика влияния» (журналист рассматривает аудиторию как объект управления, воспитания), «журналистика соучастия» (журналист ощущает себя участником совместного с аудиторией поиска решений сложных проблем), «журналистика развлечения» (журналист создает материалы, продаваемые на рынке). Исследователи ЦИРКОНа ставят проблему появления противоречий в деятельности журналиста, обусловленных изменениями, произошедшими в профессии. По их мнению, журналистам «пришлось позиционировать себя в пространстве между «свободной и независимой работой» и «службой для удовлетворения конкретных интересов», «работой на благо обществу» и «работой, направленной на экономическую окупаемость» – по сути, между двумя полюсами – «миссией» и «прагматической значимостью»¹⁰⁴. По мнению экспертов, участвовавших в исследовании ЦИРКОНа, для современных журналистов на первый план выходит именно «прагматика». Сама журналистика понимается как деятельность, предполагающая владение определенным набором навыков, компетенций и технологий, направленных на извлечение прибыли из создаваемого контента (медиабизнес). По результатам опроса респонденты чаще всего указывали суждения, связанные с «журналистикой просвещения». На втором месте – «журналистика соучастия», на третьем – «журналистика влияния», на последнем – «журналистика развлечения» (Рис.2)¹⁰⁵. Таким образом, вопреки мнениям экспертов, судя по частоте выбора суждений, мы видим, что мотивы деятельности журналистов склоняются к «миссии», а не «прагматике». Вместе с тем, на вопрос о том, к какой сфере относятся СМИ – к

¹⁰³ Более подробно см. в кн.: Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезным людям. – М., Престиж, 2006. – 104 с.

¹⁰⁴ Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 39

¹⁰⁵ Там же. С. 46

деятельности, важной с социальной точки зрения, или бизнесу – ответы респондентов менее однозначны: мнение о коммерческой основе деятельности СМИ поддерживает почти половина респондентов. Так или иначе, ответы нашего информанта Р. Низмова подтверждают результаты крупного исследования, так как он стремится развиваться не только в журналистике, но и в медиабизнесе.

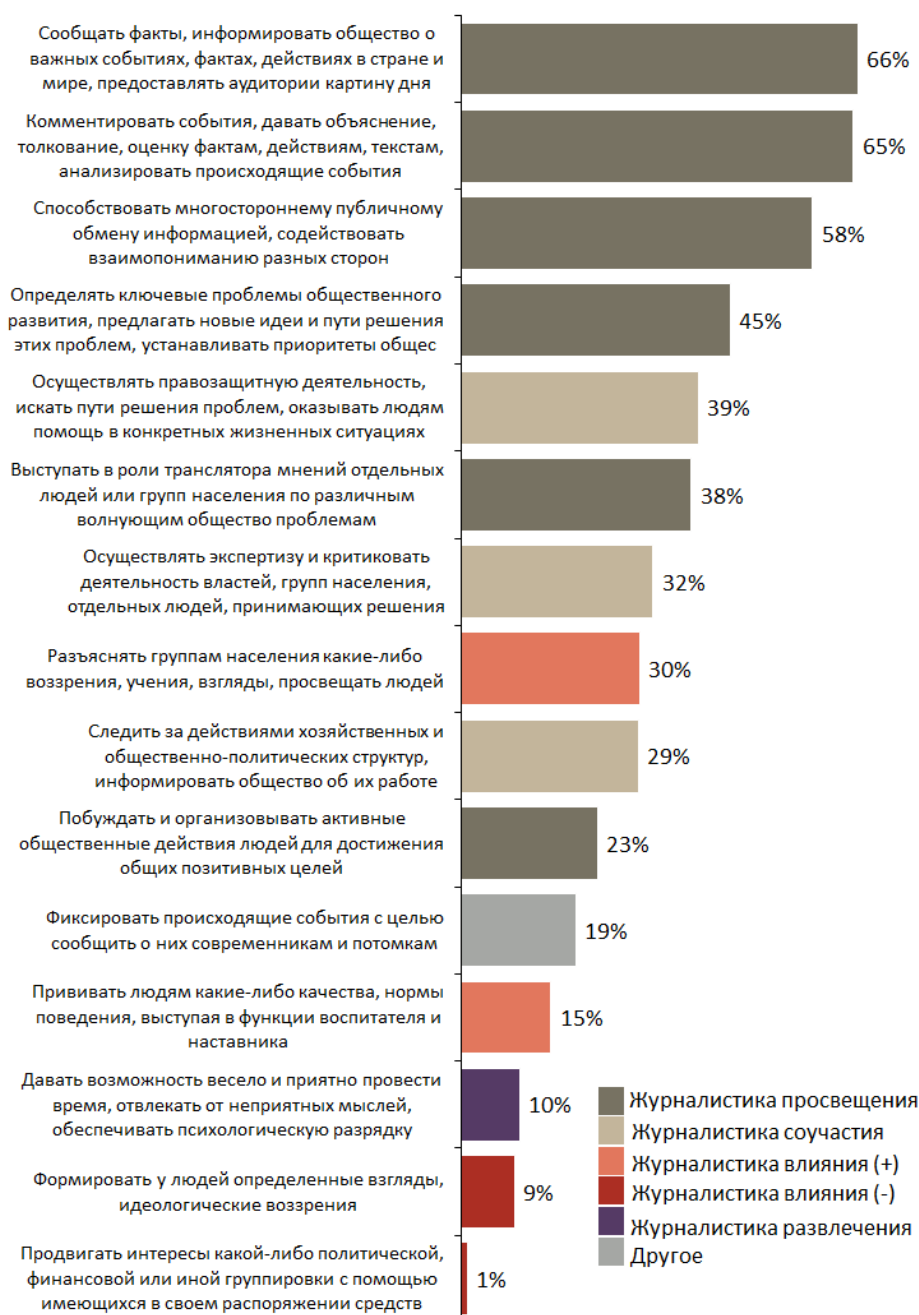


Рис. 2

Представления журналистов о своей роли в обществе, 2016 г., N=413

Результаты свидетельствуют о том, что мнения о функциях журналиста меняются под влиянием изменений во внешней среде и требований, предъявляемым к средствам массовой информации со стороны общества. В доперестроечные годы журналист выполнял пропагандистские, производственные и воспитательные функции, в 90-е годы – информационные и развлекательные. Таким образом, журналистика меняет ориентацию с оценочной (аксиологической) системы к объективистско-информационной. Вместе с функциями на протяжении XX века менялось и представление профессионалов о ролях журналиста: от пропагандиста и воспитателя, зафиксированных в 70–80-е годы, к позиции собеседника, осведомленного человека. «Это связано с заменой прежней вертикальной структуры общения (партийный комитет – журналист – аудитория) на режим равноправного диалога с читателем, слушателем, зрителем»¹⁰⁶.

Далее следует перейти к анализу мотивации студентов факультетов журналистики, чтобы дополнить сложившуюся картину и попытаться спрогнозировать будущую.

В нашем опросе студентам-журналистам г. Екатеринбурга предлагалось ответить на вопрос о том, почему они выбрали профессию журналиста, путем выбора нескольких вариантов ответа (Рис.3):

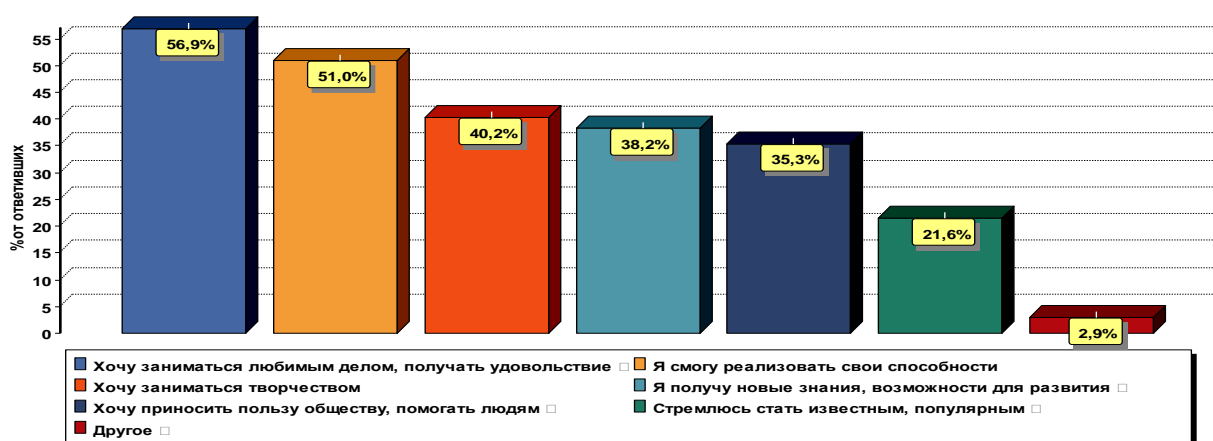


Рис. 3
Мотивы выбора профессии, N=102

¹⁰⁶Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. Пособие. – М.: ВК, 2010. – С.252.

Большая часть студентов выбрали вариант, связанный с гедонистическим мотивом (56,9%), вторую по количеству позицию занял социальный мотив (51%), третью – творческий (40,2%), далее по убыванию познавательный (38,2%) и моральный (35,3%) мотивы. В пункте «Другое» были указаны такие ответы как «Случайно», «Куда взяли, туда и пошла», «Либо учиться, либо армия», связанные скорее с безысходностью, чем с желанием (Приложение 2, табл.1). Стоит отметить, что вариант, связанный с высокой зарплатой, то есть материальный мотив, не выбрал никто. Это может быть связано, во-первых, с тем, что никто из опрошенных не считает, что журналисты получают действительно высокую зарплату, во-вторых, с желанием отвечать «правильно», т.е. речь идет о нормативных суждениях и оценках, характерных для некоторых профессиональных групп (учителя, врачи и др.).

В данном вопросе мы не выявили существенных отличий в ответах респондентов разного пола и среди работающих и неработающих студентов (Приложение 2, табл. 3-4). Однако среди студентов разных университетов все же удалось зафиксировать различия. Иерархия мотивов студентов ГУ соответствует общим результатам, а иерархия студентов УрФУ немного отличается. Последние отдали предпочтение социальному мотиву (34,3%), ему уступает гедонистический мотив (31,4%), затем идет творческий (25,5%) и моральный (24,5%) (Приложение 2, табл. 2) .

Мнение нашего эксперта – декана факультета телерадиожурналистики С.Д. Балмаевой несколько противоречит полученным при опросе данным. По ее словам, учатся на факультете два типа людей: *«Одни – борцы за справедливость, для которых журналистика – это один из инструментов. Другие – люди, которые просто хотят стать известными и понимают, что карьера журналиста позволит им жить интересной жизнью в среде известных людей»* (Приложение 3а). Мотив стремления стать популярным Светлана Дашиевна связывает и с развитием непрофессиональной журналистики, в том числе появления блогеров, которые, по мнению

абитуриентов и студентов, много зарабатывают. Кроме того, как отмечает эксперт, изменения в мотивации происходят на протяжении всего обучения, так как в процессе студент сталкивается с такими барьерами, как высокие требования к речи, владению языком, написанию текстов, и обнаруживает, что не сможет работать по профессии, именно поэтому 50 % студентов к выпускному курсу отсеиваются. Выводы эксперта вызвали необходимость проанализировать готовность студентов работать по профессии, а также изучить места текущей и желаемой работы.

Для того чтобы проанализировать готовность студентов работать по профессии, респондентам предлагалось ответить на вопрос «Как Вы оцениваете свое желание работать журналистом?». Положительных ответов оказалось больше, чем негативных. 75,5 % опрошенных студентов¹⁰⁷ готовы работать по профессии, еще не определились – 9,8%, остальные 14,7 % – не готовы¹⁰⁸ (Приложение 2, табл. 5).

Если оценивать показатель готовности работать по специальности по курсам, то мы видим, что самая крайняя оценка – «уверен(а), что хочу работать журналистом» - к окончанию обучения встречается реже, на несколько позиций повышаются негативные оценки, связанные с неготовностью (Рис.4). В целом, можно сказать, что положительные оценки, связанные с готовностью, увеличиваются. Весьма дифференцированными оказались оценки студентов магистратуры (Приложение 2, табл.7).

¹⁰⁷ «Уверен(а), что хочу работать журналистом» – 36,3%; «Скорее хочу работать журналистом» - 39,2%;

¹⁰⁸ «Уверен(а), что не хочу работать журналистом» - 5,9%, «Скорее не хочу работать журналистом» - 8,8%;

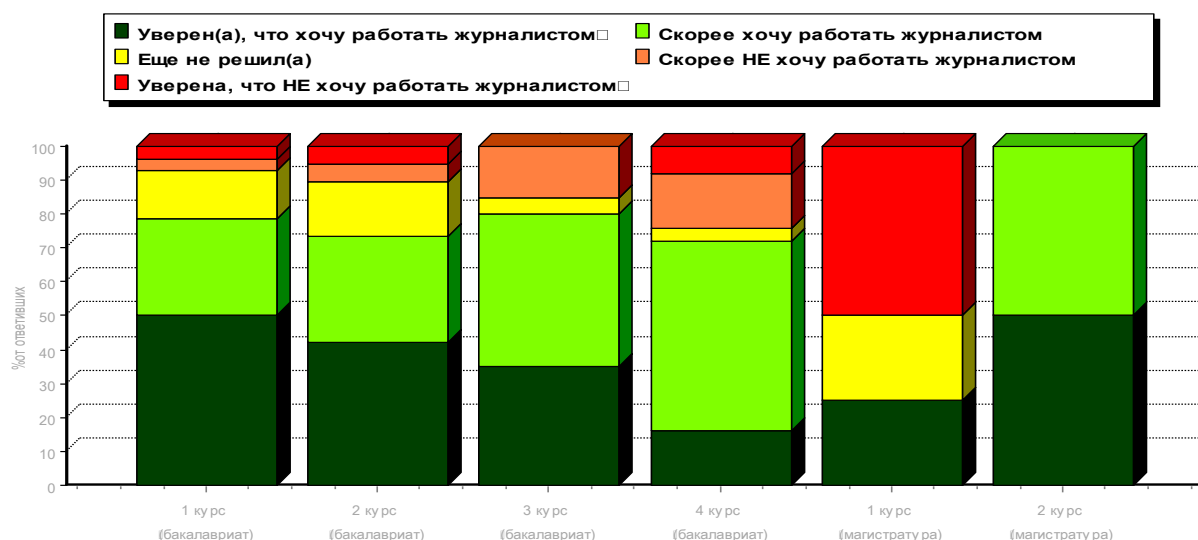


Рис. 4

Готовность обучающихся разных курсов работать по профессии, N=102

Таким образом, в процессе обучения отсеиваются менее готовые к работе по профессии студенты, в то же время к концу обучения снижается абсолютная уверенность в выборе профессии оставшихся студентов.

По словам декана Светланы Дашиевны Балмаевой, после окончания учебы работать по профессии идут около 75% выпускников, но важнее является вопрос, продолжают ли они журналистскую карьеру спустя, например, 5 или 10 лет работы. Работа журналиста является одной из самых сложных из-за нервных перегрузок и риска профессионального выгорания (Приложение 3а). Декан другого факультета журналистики Борис Николаевич Лозовский отмечает, что *«примерно треть выпускников работает в средствах массовой информации, примерно треть – в рекламных агентствах, пиар-службах и подобных организациях, остальные – кем только не работают, от бизнес-тренера до владельца магазина по продаже кальянов»* (Приложение 3б).

Для того чтобы понять, в каком виде СМИ работают или стремятся работать студенты, респондентам предлагалось ответить на вопросы, связанные с форматом, масштабом распространения, типом собственности, содержательной направленностью этого СМИ, а также на какой основе они

работают или хотят работать. Тот или иной формат требует от журналиста определенных навыков, качеств и принципов. Масштаб распространения задает степень ответственности, тип собственности определяет готовность журналиста зависеть от конкретного учредителя (частного предпринимателя или государственных органов). Выбор журналистом СМИ по содержательной направленности свидетельствует о мотивах и целях его профессиональной деятельности. А вопрос о том, на какой основе журналист работает/собирается работать в СМИ, помогает выявить степень его профессиональной идентичности. Кроме того, эти вопросы помогут раскрыть наличие расхождения между желаемым и действительным. На вопросы о текущем месте работы в СМИ отвечали только работающие студенты, то есть 62 человека (60,8%). А на вопросы о желаемой работе отвечали неработающие студенты – 40 человек (39,2%).

Данные опроса работающих студентов свидетельствуют о том, что большинство из них работают в интернет-СМИ (42,5%), остальные – на телевидении (25%), в печатных изданиях (17,5%), в конвергентных СМИ (12,5%), на радио (2,5%) (Приложение 2, табл. 11). По масштабу распространения большая часть респондентов работают в местных (42,5%) и региональных СМИ (40%), меньшая часть работает в федеральных СМИ (15%) (Приложение 2, табл. 13). По типу собственности лидируют частные СМИ (53,8%), далее идут государственные (23,1%), корпоративные (12,8%), муниципальные (10,3%) (Приложение 2, табл. 15). Большинство работающих респондентов (40%) трудятся в штате на постоянной основе, равное количество студентов (по 20%) работают по договору/совместительству и в качестве фрилансеров, остальные – как самостоятельные авторы/блогеры (15%) (Приложение 2, табл. 17). По содержательной направленности СМИ большая часть респондентов (42,5%) выбрали информационно-аналитические издания, чуть меньше – информационно-развлекательные (27,5%) и культурно-просветительские (15%). Остальные работают в деловой

журналистике, спортивных изданиях, корпоративной университетской газете и модных журналах (Приложение 2, табл. 19).

Далее рассмотрим данные, полученные в ходе опроса неработающих студентов. По формату большинство из них желают работать в конвергентных СМИ (30,6%), остальные – на телевидении (22,6%), в Интернет-СМИ (14,5%), на радио (11,3%), в печатных изданиях (9,7%). Не определились с выбором семь человек (11,3%) (Приложение 2, табл. 12). По масштабу распространения большая часть респондентов хотят работать в федеральных (38,7%), затем в международных СМИ (25,8%) и региональных (16,1%). Меньшая часть (4,8%) стремится работать в местных СМИ, девять человек (14,5%) не смогли ответить на поставленный нами вопрос (Приложение 2, табл. 14). По типу собственности аналогично с предыдущими результатами лидируют частные СМИ (56,5%), далее идут государственные (21%), корпоративные (14,5%), муниципальные (4,8%). Один респондент ответил «Ни в каком», и еще один – «В любом» (Приложение 2, табл. 16). Большинство неработающих респондентов (53,2%) планируют трудиться в штате на постоянной основе, меньшее количество студентов мечтают работать как самостоятельные авторы/блогеры (17,7%), как фрилансеры (11,3%), по договору/совместительству (8,1%). Шесть человек (9,7%) затруднились с ответом (Приложение 2, табл. 18). По содержательной направленности СМИ большая часть респондентов (43,5%) выбрали информационно-развлекательные издания, каждый пятый – культурно-просветительские (25,5%) и каждый пятый – информационно-аналитические (16,1%). Меньше всего респондентов желают работать в исследовательской и деловой журналистике. Один человек ответил «Ни в каком», и еще один – «Не выбрал» (Приложение 2, табл. 20).

По результатам опроса можно сделать вывод, что большинство неработающих респондентов хотят работать в штате на постоянной основе в конвергентных СМИ в частных федеральных и международных изданиях информационно-развлекательной направленности. В то же время

большинство работающих респондентов трудятся в штате на постоянной основе в интернет-СМИ в частных местных и региональных изданиях информационно-аналитической направленности. По университетам ответы распределяются равномерно. Таким образом, мы выявили различия между желаемым и действительным в пункте масштаба распространения СМИ и содержательной направленности. Получается, что неработающие студенты готовы брать на себя большую ответственность, выражая желание работать в международных и федеральных изданиях, и при этом создавать материалы информационно-развлекательного характера.

В вопросе о роли и функциях журналиста студенты в большинстве своем солидарны со взрослыми работающими коллегами. Опрос студентов, проведенный исследовательской группой ЦИРКОН в 2016 году, показал, что распределение по студентам-журналистам незначительно отличается от распределения по всей выборке, то есть относительно профессиональных журналистов. Можно отметить только чуть большую долю студентов, считающих, что роль журналиста заключается в определении ключевых проблем общественного развития («генератор идей») и разъяснении группам населения каких-либо воззрений, учений, взглядов («просветитель»), а также чуть меньшую – в отслеживании действий хозяйственных и общественно-политических структур («контролер») (Рис.5)¹⁰⁹.

¹⁰⁹Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 47

		Вся вы- борка	Студенты
1	Сообщать факты, информировать общество о важных событиях, фактах, действиях в стране и мире, предоставлять аудитории картину дня	66%	59%
2	Комментировать события, давать объяснение, толкование, оценку фактам, действиям, текстам, анализировать происходящие события	65%	58%
3	Способствовать многостороннему публичному обмену информацией, содействовать взаимопониманию разных сторон	58%	59%
4	Определять ключевые проблемы общественного развития, предлагать новые идеи и пути решения этих проблем, устанавливать приоритеты общественных обсуждений	45%	59%
5	Осуществлять правозащитную деятельность, искать пути решения проблем, оказывать людям помощь в конкретных жизненных ситуациях	39%	39%
6	Выступать в роли транслятора мнений отдельных людей или групп населения по различным волнующим общество проблемам	38%	27%
7	Осуществлять экспертизу и критиковать деятельность властей, групп населения, отдельных людей, принимающих решения	32%	25%
8	Разъяснять группам населения какие-либо воззрения, учения, взгляды, просвещать людей	30%	41%
9	Следить за действиями хозяйственных и общественно-политических структур, информировать общество об их работе	29%	20%
10	Побуждать и организовывать активные общественные действия людей для достижения общих позитивных целей	23%	23%
11	Фиксировать происходящие события с целью сообщить о них современникам и потомкам	19%	15%
12	Прививать людям какие-либо качества, нормы поведения, выступая в функции воспитателя и наставника	15%	16%
13	Давать возможность весело и приятно провести время, отвлекать от неприятных мыслей, переживаний, обеспечивать психологическую разрядку	10%	14%
14	Формировать у людей определенные взгляды, идеологические воззрения	9%	9%
15	Продвигать интересы какой-либо политической, финансовой или иной группировки с помощью имеющихся в своем распоряжении средств	1%	1%

Рис. 5
Профессиональные роли журналиста, 2016 г., N=79

Таким образом, в данном параграфе мы выявили различия в мотивационной структуре профессиональной деятельности советских, современных и будущих журналистов – представителей разных поколений. В структуре профессиональной мотивации мы рассматривали мотивы, принципы работы и восприятие роли и цели журналиста.

Анализ мотивов советских и современных журналистов свидетельствует о наличии различий, которые заключаются в том, что советские журналисты работали ради удовольствия, творчества, желания путешествовать и общаться с разными людьми, а также приносить пользу обществу, в тоже время современные журналисты в профессиональной деятельности стремятся реализовать свои способности и самоутвердиться.

В своей профессиональной деятельности журналисты – представители разных поколений – руководствуются разными принципами. Если советский

журналист соблюдает моральные принципы: ответственность, сострадание, тяга к справедливости и раскрытие правды, то современный – придерживается рациональных принципов: эксклюзивность, уникальность, ориентация на аудиторию, фактчекинг, объективность, большая база источников информации.

Исходя из анализа мотивов и принципов, можно сделать вывод о представлениях журналистов о своей роли и функциях в обществе. На советского журналиста возлагалась роль политического пропагандиста, воспитателя, в действительности он стремился помогать обществу и одновременно был вынужден брать на себя ответственность за чужие жизни. Современный журналист информирует свою аудиторию, просвещает и развлекает.

Мотивы студентов-журналистов отличаются тем, что среди них преобладает гедонистический мотив, связанный с получением удовольствия от работы. Однако эта особенность скорее связана с характеристиками современного поколения в целом. Кроме того, результаты опроса свидетельствуют о высоком уровне готовности студентов работать по профессии. Анализ суждений студентов о текущей и желаемой работе выявил различия между желаемым и действительным. В целом, мотивационная структура студентов, в том числе их восприятие роли и функций журналиста близки структуре работающих в настоящий момент профессионалов.

2.2. Профессионально-ценностные ориентации журналистов

Анализ профессионально-ценностных ориентаций предполагает изучение определенных установок журналистов, связанных с отношением к власти, цензуре, аудитории, с верностью профессиональным нормам и правилам, с восприятием образа идеального журналиста и с образцами для подражания. Установка – предрасположенность к определенной оценке на основе социального опыта, приобретаемого личностью, и готовность поступать в соответствии с данной оценкой.

Советские и современные журналисты по-разному воспринимают власть. Контроль государства в советский период охватывал практически все сферы жизни общества. На журналистов и СМИ возлагалась особая роль – пропаганды советской власти, поэтому они подвергались более пристальному вниманию и тщательно изучались социологами. Для В.В. Горонковой, бывшего корреспондента газеты «Уральский рабочий» власть концентрировалась в конкретных государственных организациях и лицах: партия и партийные работники, райкомы, горкомы и обком. По словам информанта, советские журналисты отвечали за материалы перед Свердловским областным комитетом, который выступал в качестве контрольно-надзорного органа: *«Я прекрасно знала, что как беспартийная я не имела право критиковать деятельность райкомов, горкомов, всяких партийных работников. Мне никто не говорил, что нельзя, но я понимала, что это может плохо кончиться, неизвестно, как обком отреагирует. Он вызывал меня очень часто, потому что я острая пером была»* (В.В. Горонкова, 73 года, бывший корреспондент газеты «Уральский рабочий»; Приложение 1b). За все годы работы в «Уральском рабочем» информант ни разу не проиграла в спорах и судах, так как следовала принятым в редакции правилам сбора информации. Суть правил заключалась в том, что во время интервью всю полученную информацию журналисты записывали и показывали собеседнику, тот ставил под своими словами подпись, тогда в случае вызова в обком главный редактор отстаивал правоту сотрудников с

помощью этих записей. В 90-х годах, будучи редактором Четвертого канала, В.В. Горонкова по-прежнему ощущала давление, только уже со стороны новой власти, но теперь оно проявлялась в другой форме: *«Мишин [Игорь Мишин – основатель канала] был вынужден стать депутатом областного совета для того, чтобы [давлению] противодействовать»* (Приложение 1b).

Р.А. Печуркина, бывший корреспондент «Уральского рабочего» и «Областной газеты» в своей профессиональной деятельности также не раз сталкивалась с Обкомом, с жалобами и судами. По словам информанта, она всегда стремилась к объективности, то есть отражению разных точек зрения. Власть воспринимала это как предательство. Один из таких споров привел к тому, что в годы перестройки информант уволилась из «Уральского рабочего»: *«Пришел к нам представитель Обкома и тех, кто пишет материалы политические, собрали и начали нас проверять. Я в этой дискуссии была не на очень правильной с их точки зрения стороне, это нашему гостю очень не понравилось. И он мне сказал прямо так зло и строго: «Это нож в спину в партии». Я пришла и написала заявление об увольнении»* (Р.А. Печуркина, 80 лет, бывший корреспондент «Уральского рабочего» и «Областной газеты»; Приложение 1с). Устроившись работать в «Областную газету», информант не перестала отвечать на жалобы, но «острые» материалы и споры с властью не были главной целью журналиста: *«Я не была политик с флагом. У меня была своя ниша. Я думаю, что ничего такого позорного нет в том, чтобы найти свою нишу, темы свои, которыми достаточно хорошо владеешь. Напишешь о каких-то энтузиастах, о каком-то человеке замечательном, и не кривишь душой, ведь никому от этого не плохо»* (Приложение 1с). Римма Александровна говорит о том, что в своей профессиональной деятельности она старалась избегать политических тем, но не потому что испытывала страх, а потому что больше ей были интересны путешествия и общение с яркими людьми.

Для современного журналиста власть – это важный источник информации. Об этом говорит Р. Низамов, бывший редактор Е1 и директор

сети городских порталов Hearst Shkulev Digital: *«Мы открыты власти, мы равноудалены и равно приближены. Я искренне считаю, что власть – это серьезный источник информации, закрывать который нельзя, это неправильно с точки зрения отображения действительности»* (Приложение 1а). Давление со стороны власти информант воспринимает нормально, как следствие критики со стороны СМИ: *«Давление существует всегда. На то она и власть. Власть всегда будет раздражена СМИ, которые не только хвалят ее, не только по головке гладят, но и показывают некоторые нелицеприятные вещи»* (Р. Низамов, 29 лет, бывший редактор Е1 и директор сети городских порталов Hearst Shkulev Digital; Приложение 1а). Сам информант придерживается мнения, что критиковать власть стоит конструктивно, предлагая альтернативные пути решения проблемы и давая возможность представителем власти прокомментировать ситуацию.

Полученная в ходе опроса информация отражает выводы американских теоретиков журналистики Ф.Сиберта, У.Шрама и Т. Питерсона, авторов книги «Четыре теории прессы», которые считают, что печать «всегда принимает форму и окраску той социально-политической структуры, в рамках которой она действует. Прежде всего, она отображает ту систему социального контроля, с помощью которой осуществляется регулирование отношений индивидуумов и общественных институтов»¹¹⁰. Исследователи выделяют следующие теории прессы: авторитарная, либертарианская, теория социальной ответственности, советская тоталитарная. Последняя предполагает, что средства информации принадлежат государству, жестко ими контролируются и являются его орудием, главная цель журналиста – способствовать успеху и поддержанию советской социалистической системы, в частности диктатуры партии, соответственно ему запрещено критиковать задачи партии. Современную модель взаимодействия власти и

¹¹⁰Сиберт Ф. Четыре теории прессы: Представления о том, какой должна быть пресса и чем ей следует заниматься в авторитар. и либертариан. теориях и в концепциях соц. ответственности и совет.коммунизма: [Пер. с англ.] / Фред. С. Сиберт, УилбурШрамм, Теодор Питерсон. – М.: Нац. ин-т прессы: Вагриус, 1998. – С. 16.

СМИ сложно отнести к какой-либо из оставшихся трех теорий, так как под влиянием глобализации, социально-политических и экономических трансформаций, круг функций и ролей журналиста заметно расширился. Отношения власти и журналиста приобрели новые оттенки: власть как источник информации для журналиста, власть как субъект и в то же время объект воздействия СМИ.

Проблема государственного влияния неразрывно связана с темой цензуры. В нашем исследовании эту тему мы раскрываем через внутренние ощущения информантов. Каждый из наших информантов был редактором, поэтому им предлагалось согласиться или не согласиться с высказыванием «в каждом редакторе живет внутренний цензор». В.В. Горонкова, работавшая в советское время в газете «Уральский рабочий», о внутреннем цензоре отвечает следующим образом: *«В «Уральском рабочем» не говорили о цензуре, все равно темы мы выбирали сами, но внутренний цензор жил в нас, в журналистах, мы знали, что этого нельзя, а это можно. Но чтобы редактор сказал: «Этого нельзя». Нет»* (Приложение 1b). Ее коллега Р.А. Печуркина рассуждает о внутреннем цензоре как об ощущении, которая она чувствует до сих пор: *«Это ощущение пройдет, не пройдет... Я понимала, что где-то надо себя придерживать, потому что тут же в одном и том же материале те факты, которые после оглашения их на страницах печати могут быть и поправлены, а какие-то – нет»* (Приложение 1с).

Данных по таким вопросам как отношение к власти и цензуре в прошлых исследованиях мы не обнаружили. Возможно, это связано с тем, что советским журналистам априори не предлагалось выражать мнение о цензуре.

Информант, представляющий точку зрения современных журналистов, бывший главный редактор Е1 Р. Низамов отреагировал на вопрос о внутреннем цензоре негативно, так как слово «цензор» для него имеет политический окрас. Редактор, по его мнению, это фильтр, отвечающий за успех издания. Он формирует картину дня, которая будет наиболее

эффективна с точки зрения интересов аудитории: *«На нем лежит большая ответственность и серьезная задача – выбрать, что важно людям сейчас. Мы по политическим мотивам ничего, никого не цензурируем. Это не цензура, а редакционная политика и интересы аудитории»* (Р. Низамов, 29 лет, бывший главный редактор Е1 и директор сети городских порталов Hearst Shkulev Media; Приложение 1а). На вопрос, контролируется ли поведение журналистов в социальных сетях, Р. Низамов ответил, что контролировать 530 человек, работающих на крупных городских порталах, невозможно: *«Мы очень надеемся на разумность и адекватность наших работников. Надеюсь на то, что они понимают, что, пока они работают в нашей компании, их связывают с нашей компанией»* (Приложение 1а).

Выводы массового опроса журналистов, проведенного в 2016 году исследовательской группой ЦИРКОН, противоречат мнению информанта. В исследовании журналистам предлагалось оценить влияние «внешних» и «внутренних ограничителей» профессиональной деятельности. Респонденты оценивают владельцев СМИ и вышестоящие структуры как наиболее существенных «внешних ограничителей» профессиональной деятельности. При том, что владельцами СМИ могут быть как частные лица, так и государственные структуры. Им уступают законодательная база и регулирующие органы власти (Рис. 6)¹¹¹. К тому же именно власть и владельцы СМИ чаще других оцениваются как субъекты, перед которыми современные журналисты несут ответственность.

¹¹¹Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 71

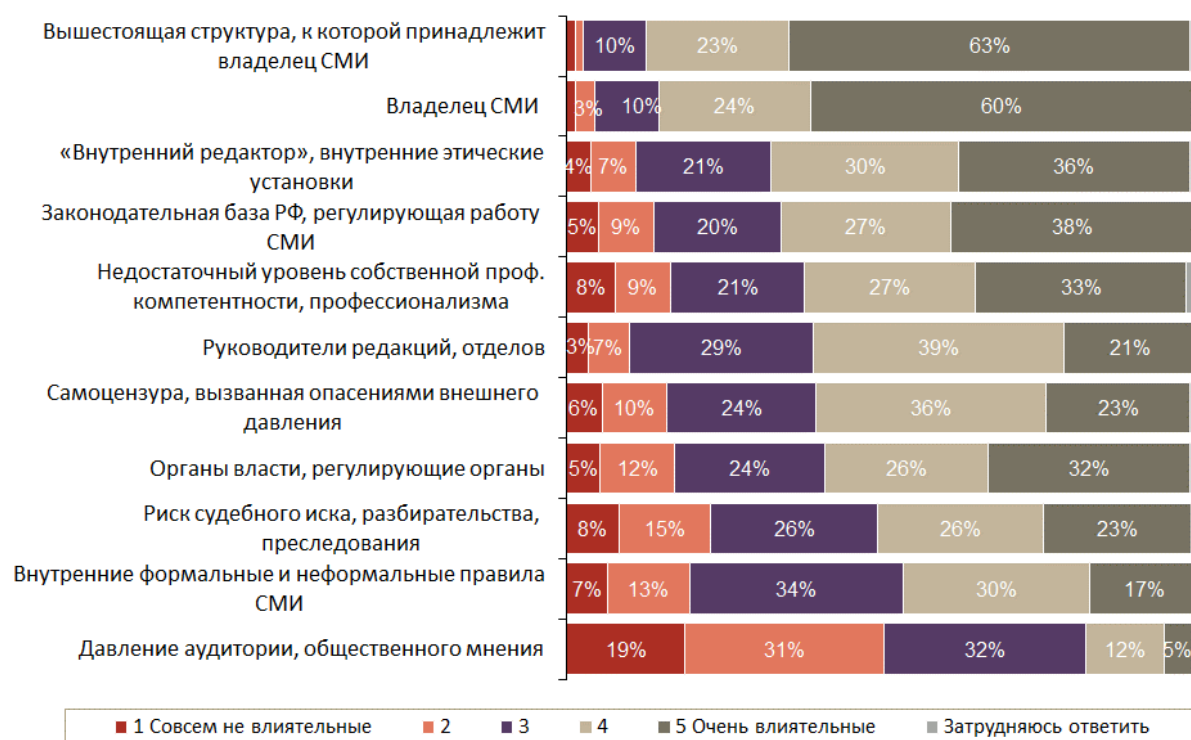


Рис. 6
Оценка влияния «ограничителей свободы» деятельности журналиста, 2016 г., N=413

«Внутренние ограничители» оказываются для журналистов более влиятельными, чем заданные извне правила редакционной политики. К этим «ограничителям» относятся такие параметры как уровень профессионализма и этические установки («внутренний редактор»), но самое важное – самоцензура, вызванная опасениями внешнего давления, риски судебного разбирательства, преследования, – которые отмечаются довольно значительной долей респондентов. То есть «внутренний цензор» все-таки существует, таким образом, ответственность «перед самим собой» оказывается намного важнее ответственности перед профессиональным сообществом. Еще интереснее обстоят дела с ответственностью перед аудиторией. Как показали исследования ЦИРКОНа, журналисты считают, что должны нести ответственность перед собой, обществом и аудиторией СМИ, в действительности отвечать приходится перед владельцами СМИ и властью (Рис. 7)¹¹².

¹¹²Там же. С. 74



Рис. 7
Должные и фактические субъекты ответственности журналиста,
2016 г., N=413

Стоит отметить, что исследования 70-х годов, касающиеся изучения отношения советских журналистов к аудитории, как раз фиксировали довольно индифферентную позицию. Советского журналиста мало интересовала информация, связанная с аудиторией. Это отчасти подтверждают слова наших информантов. Бывшие корреспонденты газеты «Уральский рабочий» В.В. Горонкова и Р.А. Печуркина об аудитории говорят, только то, что она была разношерстная, и перед ней нужно было нести колоссальную ответственность. Начиная с 90-х годов, ситуация изменилась радикально. Журналисты буквально сражаются за аудиторию, тщательно изучают ее социально-демографические характеристики, интересы, психологические особенности восприятия текстов, стремятся завоевать доверие. Однако в большей степени эти порывы могут объясняться

коммерческими целями. Так, бывший редактор Е1 и директор сети городских порталов Hearst Shkulev Digital Ринат Низамов утверждает, что аудитория является главным ориентиром в работе журналистов: *«Наш Бог - это читатель, если ему это интересно, если мы видим, что читателей все больше и больше приходит, то, пожалуй, мы будем следовать этой модели»* (Приложение 1а). Наш эксперт Б.Н. Лозовский ориентацию на аудиторию объясняет тем, что современный журналист создает продукт, учитывая интересы своего СМИ как предприятия, которому необходима репутация, доверие аудитории, но еще и экономическая устойчивость: *«Требование писать (снимать) так, чтобы тебя прочли, увидели, услышали как можно больше людей, не содержит в себе ничего предосудительного. Не подлежит только одобрению сочинение, вранье, преувеличения и далее по списку»* (Приложение 3б).

Принцип профессиональной и социальной ответственности журналиста зафиксирован во многих профессионально-этических кодексах. Например, один из стандартов Медиаэтического кодекса гласит, что журналистская деятельность направлена на служение обществу, следовательно, журналист несет профессиональную ответственность «как перед отдельными социальными группами, представляющими весь спектр многообразных социальных интересов, отражаемых СМИ, так и перед обществом в целом»¹¹³. Но насколько актуальными в современных условиях являются профессионально-этические кодексы?

Наш эксперт Борис Николаевич Лозовский, председатель палаты медиасообщества Уральской Общественной коллегии по жалобам на прессу, рассуждая о важности соблюдения этических норм, приводит в качестве аргумента слова аргентинского писателя Габриеля Гарсиа Маркеса: «В журналистской профессии профессионализм и этика неразделимы так же, как жужжание и муха». На вопрос о том, устарели ли правила и нормы,

¹¹³ Медиаэтический стандарт – 2015. Проект [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. – URL: <http://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015> (дата обращения: 24.05.2018).

закрепленные в профессиональных стандартах, эксперт ответил утвердительно и привел факторы, которые на это повлияли: *«Цифровизация, коммерциализация, корпоративизация СМИ вызывают существенные изменения в профессиональных стандартах и представлениях о норме в журналистском деле»* (Приложение 3b).

Эксперт в области теории журналистики Светлана Дашиевна Балмаева утверждает, что этические стандарты по-прежнему актуальны, они могут быть не зафиксированы, но профессиональное сообщество придерживается их на уровне «социального инстинкта»: *«Либо эта профессия выживает, либо умирает, если мы каких-то ценностей не соблюдаем. А коль скоро объективная ситуация есть, то они должны быть сформулированы, об этом нужно говорить, и это залог жизнеспособности любой профессиональной деятельности»* (Приложение 3a).

Однако на практике мы сталкиваемся с тем, что, к сожалению, немногие журналисты читают профессионально-этические документы. Это подтверждают результаты наших интервью. В.В. Горонкова, бывший корреспондент газеты «Уральский рабочий» и редактор «Четвертого канала» воспринимает кодексы и уставы как формальность, так как считает, что опираться, прежде всего, нужно на свою совесть: *«У нас не было профессионального кодекса [про редакционный устав]. И закон о СМИ я не читала, если честно признаться. Все было на уровне совести, совести шеф-редактора, совести журналистов»* (Приложение 1b). Другой информант, представитель современных журналистов солидарен с коллегой в том, что воспринимает кодекс и устав редакции как «пустую» формальность и архаизм, а вместо него предлагает говорить о редакционной политике: *«Наши городские порталы пишут, в первую очередь, о том, что касается жителей тех городов, в которых мы представлены, это коммунальные темы, темы здравоохранения, культурные, спортивные, общественно-политические, в общем, все то, что интересует горожанина, нас с вами. Это главное, что составляет информационную картину дня на городских*

порталах в нашей группе» (Р. Низамов, бывший редактор Е1 и директор сети городских порталов Hearst Shkulev Digital; Приложение 1а).

Таким образом, можно говорить о том, что правила, заложенные в профессиональных стандартах и этических кодексах, как и сами эти стандарты и кодексы, не имеют «сакрального» значения для большей части журналистского сообщества. Кроме того, по словам экспертов, участвовавших в исследовании ЦИРКОНа, часто по своему происхождению стандарты и кодексы имеют «искусственную» природу – являются «калькой» зарубежных кодексов и не могут выступать в качестве инструмента, действительно способного регулировать работу журналиста. Также по природе своей профессиональные кодексы и стандарты являются документами «рекомендательными», но не «принуждающими» - не будучи законными актами, они не имеют сдерживающей или обязывающей силы.

Любопытным является факт, что в качестве главного критерия профессионализма журналисты выделяют именно знание и соблюдение коллективных, норм, ценностей и правил поведения в сообществе. К таким выводам пришли исследователи ЦИРКОНа, предлагая респондентам оценить по 5-балльной шкале критерии профессионализма, то есть характеристики, которые должны быть присущи настоящему журналисту (Рис. 8)¹¹⁴.

¹¹⁴Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 32

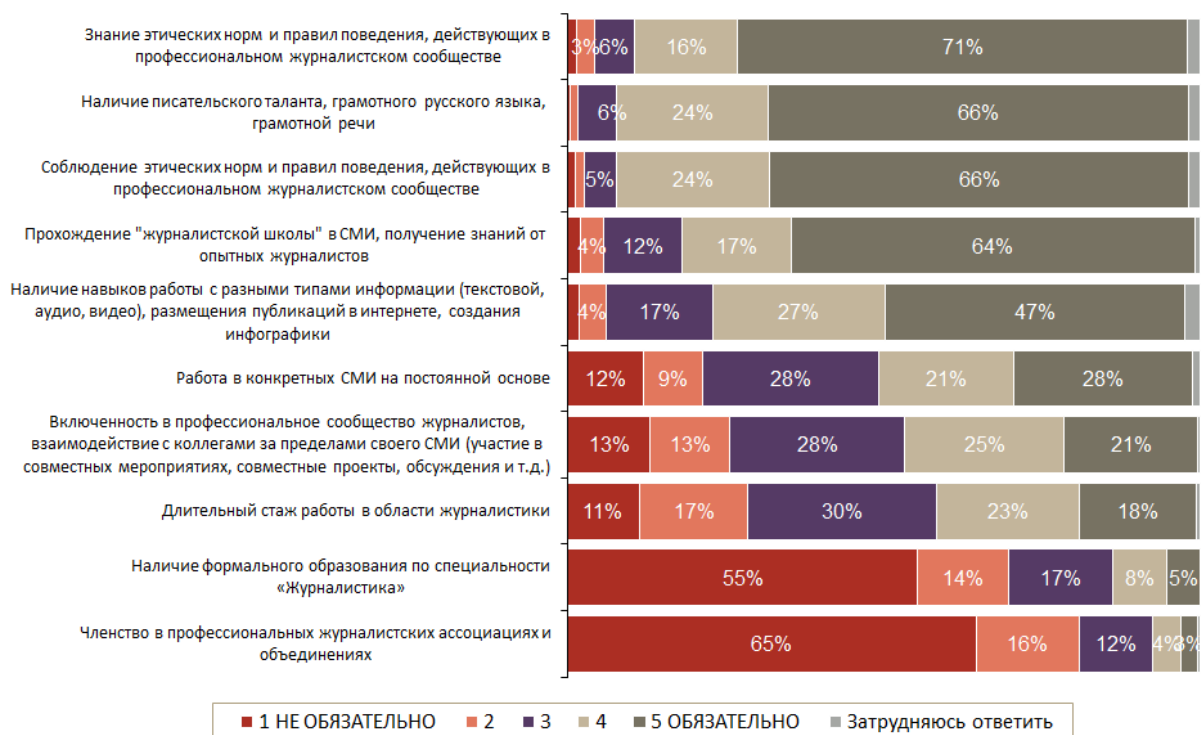


Рис. 8

Критерии профессионализма журналиста, 2016 г., N=413

Полученные данные фиксируют следующие выводы: образ профессионального журналиста выстраивается главным образом вокруг таких характеристик как знание и соблюдение коллективных норм, ценностей и правил поведения в сообществе. В качестве важных выделяются также характеристики, традиционно ассоциируемые с профессией журналиста – такие как наличие журналистских навыков и таланта, внимание к общественным проблемам. Объективные характеристики, фиксирующие принадлежность человека к профессии по некоторым формальным аспектам, таким как наличие профильного образования и членство в профессиональных ассоциациях, уступают место менее формальным характеристикам – прохождению «журналистской школы» в СМИ и включенности в профессиональное сообщество. Низкая значимость объективных характеристик может объясняться особенностями журналистики как дисциплины (связанной с фундаментальными правами на свободу мысли, слова и на информацию и поэтому допускающей приход из других сфер деятельности), а также невысоким уровнем развития профессиональных и

творческих союзов в современной России – в отличие от советского периода, когда вступать нужно было обязательно, в настоящее время является этот шаг является добровольным.

Любопытные выводы касаются самой работы журналиста и фиксируют происходящие изменения в сфере журналистики. Такие критерии как работа в конкретных СМИ на постоянной основе, принадлежность к СМИ как в качестве штатного, так и внештатного сотрудника и длительный стаж работы в области журналистики рассматриваются как обязательные характеристики профессионального журналиста примерно половиной респондентов. В то же время преобладающая часть респондентов согласны с мнением, что журналистом может быть назван человек, который публикует авторские материалы в СМИ, но не на постоянной основе, а также тот, кто помимо журналистики работает в других сферах (Рис. 9)¹¹⁵.

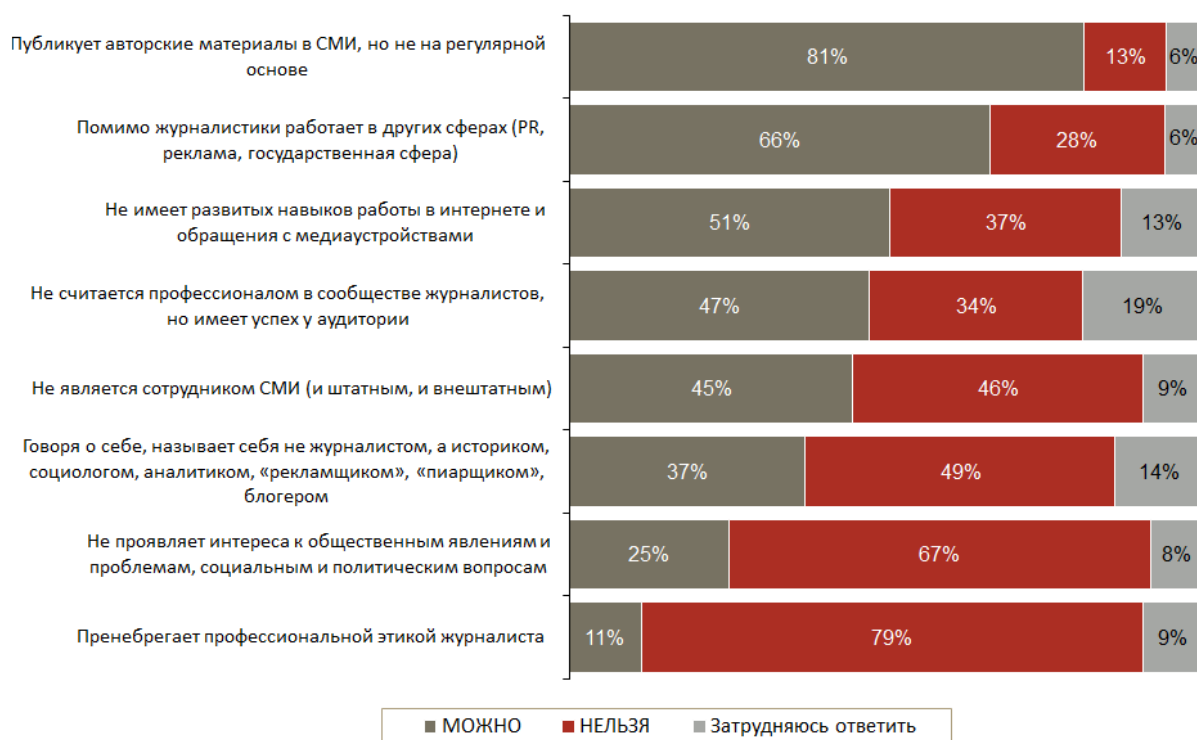


Рис. 9
Характеристики профессионального журналиста, 2016 г., N=413

¹¹⁵Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 33

Невысокое влияние характеристик, очевидно, важных для журналиста-профессионала прошлого – работа в СМИ, стаж работы, регулярность деятельности, позиционирование себя как представителя журналистики – может свидетельствовать о происходящем в настоящее время размытии и границ профессии и расширении понятия профессионализма. Очевидно, это может быть связано как с общими изменениями в обществе, так и конкретными изменениями в сфере медиа, допускающими приход в сферу журналистов-непрофессионалов «по происхождению».

Если мы говорим о качествах, которые характеризуют идеального журналиста, то, по мнению, В.В. Горонковой, идеальный журналист должен быть ответственным, интеллигентным, совестливым, а также оперативным и точным. Для Р.А. Печуркиной важными качествами в журналисте являются стремление к правде и справедливости, независимость, объективность, настойчивость, умение писать.

Р. Низамов идеальным считает журналиста, который сочетает в себе стремление к эксклюзиву, уникальности, знание аудитории, наличие широкой базы источников информации. Кроме того, журналист обязан быть объективным, конструктивным, независимым, также информант ценит желание развиваться и точность: *«Те журналисты, кто стараются бережно обращаться с фактами и развиваться технологически, вызывают во мне симпатии»* (Приложение 1а).

Анализируя качества идеального журналиста среди студентов-журналистов, мы воспользовались классификацией, предполагающей деление журналистов на три типа: гуманист, специалист, художник¹¹⁶:

- Гуманист – понимает журналистику как инструмент влияния на общественное мнение и следует принципам этики («Честный, объективный, ответственный, стремящийся к правде и справедливости»).

¹¹⁶ Тулупов В.В. Профессиональные типы и роли в журналистике / В.В. Тулупов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика, 2016. – №1. – С. 139.

- Специалист – ценит преданность профессии, компетентность, аналитизм («Известный в профессиональных кругах, авторитетный, компетентный, всегда в центре событий, стремится к новым знаниям»).

- Художник – стремится к творческой самореализации («Творчески мыслящий человек, новатор, способный создавать уникальный контент»).

Большинство опрошенных выбрали вариант, описывающий журналиста-художника (50%), вторую позицию занял журналист-специалист (31,4%), третью – журналист-гуманист (16,7%) (Приложение 2, табл. 20). Распределение по студентам разных университетов, а также среди работающих и неработающих студентов, не выявило отличий (Приложение 2, табл.21-22). Различными оказались представления об образе идеального журналиста среди студентов разного пола. Респонденты мужского пола отдали предпочтение характеристикам, описывающим образ журналиста-специалиста (Приложение 2, табл. 23). Возможно, это связано с различием в типах мышления: представителям мужского пола свойственно рациональное мышление, а представителям женского – творческое.

Образ идеального журналиста обычно олицетворяет конкретная личность – образец для подражания. Это могут быть медиаэлиты, успешные медаменеджеры, известные авторитетные профессионалы, которые входят в состав референтной группы журналиста, так как их ценности и нормы поведения он воспринимает как эталонные.

Бывший корреспондент газеты «Уральский рабочий» и редактор «Четвертого канала» В.В. Горонкова в качестве образцов для подражания выделяет Леонида Парфенова, телеканал «Дождь», издания «Медуза» и «Российская газета»: *«Медуза» ухитряется сочетать в себе современный подход к журналистике и умение заинтересовать читателя, это мало кому дается, и полное отсутствие желтизны»* (Приложение 1b). Р.А. Печуркина, бывший корреспондент «Уральского рабочего» и «Областной газеты» упомянула лишь фельетониста Бориса Воробьева. Проводившиеся ранее факультетом журналистики МГУ исследования показывают следующую

тенденцию в выборе журналистами своих примеров для подражания: «от кумиров 60–70-х годов публицистов и очеркистов А. Аграновского, В. Пескова, Т. Тэсс, М. Стуруа, Е. Богата, Ю. Черниченко к международникам А. Бовину, А. Каверзневу, В. Цветову в 1980-е и к ведущим ток-шоу В. Листьеву, В. Познеру, В. Молчанову, Л. Парфенову, Т. Митковой, С. Сорокиной в 1990-е»¹¹⁷.

В рамках массового опроса журналистов, проведенного в 2016 году исследовательской группой ЦИРКОН, также была предпринята попытка выяснить, с кем из профессионального сообщества себя идентифицирует современные журналисты, иначе говоря, кого из представителей профессии они считают образцом для подражания. Всего при ответе на этот вопрос было собрано 938 упоминаний различных журналистов. Наиболее часто упоминаемыми персонами оказались Владимир Познер и Леонид Парфенов – их назвали 70 и 56 человек соответственно, или 20% и 16% респондентов. Далее с большим отрывом следуют Андрей Колесников и Дмитрий Соколов-Митрич (по 14 упоминаний), Анна Политковская и Владислав Листьев (по 13 упоминаний), Ирада Зейналова и Владимир Соловьев (по 12 упоминаний), Светлана Рейтер и Галина Тимченко (по 9 упоминаний). Еще 62% упоминаний относятся к 441 журналистам, не получившим более 4 упоминаний со стороны респондентов¹¹⁸. Возможно выбор «образцов для подражания» связан с их популярностью на «массовом» уровне – Познер и Парфенов более известны, чем, например, Аграновский и Гиляровский. Вместе с тем, можно говорить о том, что персоны, отмеченные в качестве «образцов для подражания», существенно дифференцированы.

Наш информант Р. Низамов утверждает, что не знает журналистов, которые смогли бы повлиять на него: *«Я бы не сказал, что мне авторитетно*

¹¹⁷Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. Пособие. – М.: ВК, 2010. – С.267.

¹¹⁸Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 66

чье-то мнение. Есть журналисты, за которыми я слежу. Это Дима Колязев из Znak.com. Мне интересно, что делает Кашин Олег, Леонид Парфенов» (Р. Низамов, 29 лет, бывший главный редактор и директор сети городских порталов Hearst Shkulev Digital; Приложение 1а).

Студентам-журналистам города Екатеринбурга также предлагалось ответить на открытый вопрос: «На кого из журналистов Вы бы хотели быть похожи?». Всего было названо 37 имен, также фиксировались такие позиции как «Ни на кого» и «На себя». Большинство опрошенных (47,1%) ответили «Ни на кого». Вариант «На себя» выбрали три человека. Больше всех упоминаний получили Владимир Познер (17) и Юрий Дудь (11). Возможно, такой результат связан с тем, что в настоящее время эти журналисты довольно популярны для массовой аудитории. По 4 упоминания получили Леонид Парфенов и Ирада Зейналова, у Ивана Урганта – 3. Остальные журналисты упоминались один-два раза (Приложение 2, табл. 24).

Следующий вопрос был направлен на выявление антигероев: «На кого из журналистов Вы бы не хотели быть похожи?». Большинство респондентов (65,7%) опять же выбрали вариант «Ни на кого». Большее количество воспоминаний заслужил Владимир Соловьев (12) и опять же Юрий Дудь (9). Ксению Собчак упомянули 4 раза, хотя она не является журналисткой. Любопытная позиция «журналисты с федеральных каналов» была озвучена три раза. Остальные персоны упоминались один-два раза (Приложение 2, табл. 25). Полученные результаты говорят о том, что журналисты, работающие на федеральных каналах, вызывают негативные отклики среди студентов, это связано с существованием стереотипов об ангажированности и субъективности федеральных изданий. Неоднозначную оценку получил Юрий Дудь, это говорит о том, что его качества и деятельность вызывают высокий общественный резонанс.

В опросе, проведенном в 2016 году исследовательской группой ЦИРКОН, среди студентов наиболее часто упоминаемыми журналистами стали Владимир Познер (17 упоминаний из 310), Светлана Сорокина (8

упоминаний), Марина Ахмедова (7 упоминаний), Илья Азар, Леонид Парфенов (по 5 упоминаний), Алена Долецкая (4 упоминания)¹¹⁹. Стоит отметить, что на момент проведения этого исследования Юрий Дудь не был настолько популярным как во время нашего опроса.

Декан факультета журналистики УрФУ Б.Н. Лозовский на вопрос, на каких журналистов стоит ориентироваться студенту, ответил, что все зависит от целей, которые он перед собой ставит: *«Если он хочет «сеять разумное, доброе, вечное», то это будет один список. Если он желает добиться правды, заняться расследованиями – другой. Если он хочет попасть на TV-экран – третий. Стать блогером с миллионом подписчиков – четвертый. «Заработать», выполняя заказы, - пятый. И так до бесконечности»* (Приложение 3b).

Заключительным этапом исследования является обобщение полученной информации и анализ профессиональных ценностей журналистов. В массовом опросе журналистов, проведенном группой ЦИРКОН в 2016 году, изучались базовые и профессиональные ценности журналистов и студентов. Авторы рассматриваемого исследования изучали базовые ценности респондентов по методике Шварца. Анализ полученных данных показал, что наиболее выраженными среди современных журналистов являются такие ценности как Самостоятельность, Универсализм и Благожелательность (Рис.10)¹²⁰.

¹¹⁹Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив). С. 66

¹²⁰ Там же. С. 99



Рис. 10
Базовые ценностные ориентации российских журналистов,
2016 г., N=413

При этом само сообщество по разделяемым его представителями ценностям разделяется на три кластера – достиженческий, куда входят ценности власти, богатства, достижения, гедонизма, кластер индивидуально-гуманистических ценностей, куда входят ценности универсализма, благожелательности, самостоятельности, риска и новизны, а также кластер ценностей стабильности, куда входят ценности традиции, конформности и безопасности. При этом исследование базовых ценностных ориентаций студентов свидетельствует о том, что они несколько отличаются от ориентаций состоявшихся специалистов в сфере журналистики. Так, для студентов оказываются более выраженными значения таких ценностей, как «Власть-Богатство», «Достижение», «Гедонизм», менее значимы ценности «Традиция» и «Универсализм» (Рис. 11)¹²¹. В целом, такого рода расхождения объясняются возрастными особенностями молодежи, ориентированной на быстрый рост и развитие.

¹²¹ Там же. С. 103



Рис. 11
Базовые ценностные ориентации российских журналистов и студентов, 2016 г., N=79

Результаты опроса о профессиональных ценностях, проведенного исследователями ЦИРКОНа, показывают, что строже всего журналисты относятся к достоверности информации (97%). Наименьшей значимостью для респондентов обладает ценность легальных способов получения информации – более чем три четверти респондентов (80%) считают, что этим требованием иногда можно пренебречь в работе. Другие ценности получили довольно высокий уровень поддержки – большая часть опрошенных полагают, что журналист в своей работе не может пренебрегать такими правилами как объективность (представление двух противоположных точек зрения) – 84%, уважение к источнику информации – 79%, признание права человека не предоставлять информацию – 75%, отказ от участия в политической агитации – 75%, учет законов честной профессиональной конкуренции – 70%. Вместе с тем, 15-25% респондентов потенциально готовы иногда пренебрегать обозначенными правилами. Самой неоднозначной оказалась норма, запрещающая демонстрацию «шок-контента» для привлечения внимания к материалу: примерно одинаковое количество журналистов – 44% и 48% соответственно – высказали противоположные точки зрения относительно возможности пренебрежения ею.

Таким образом, респондентам, участвовавшим в опросе ЦИРКОНа, предлагалось оценить важность норм, отобранных в ходе анализа различных этических документов. Опрос показал, что все нормы получили довольно высокие оценки (за исключением легальных способов получения информации и демонстрации шок-контента). Это может объясняться как декларативным характером ответов на вопрос (говорить о соблюдении правила – не значит соблюдать это правило на практике), так и тем, что респондентам, по сути, были предложены основные, общеразделяемые правила поведения журналистов, фиксируемые во многих этических кодексах. Есть основания считать, что на практике приверженность этим правилам может быть не столь высокой. Подтверждается этот вывод и мнениями экспертов, которые фиксируют невысокий авторитет этических кодексов и стандартов и заложенных в них правил среди представителей журналистского сообщества. Однако, это не говорит о полном отсутствии профессиональных ценностей в сообществе – с одной стороны, внутри сообщества действуют внутренние нравственные и моральные регуляторы, с другой – внешние правила поведения, установленные в редакциях.

Студенты, участвовавшие в опросе ЦИРКОНа, в целом солидарны с журналистским сообществом в вопросе приверженности профессиональной этике. Различия наблюдаются лишь в отношении двух норм. Так, студенты несколько реже говорят о том, что нельзя пренебрегать правилами честной конкуренции в журналистике (уровень поддержки нормы среди студентов – 62%,). Но при этом они более категоричны в вопросе участия журналистов в политической агитации: среди студентов считают это недопустимым 84% опрошенных¹²².

В нашем опросе студентам-журналистам города Екатеринбурга предлагалось оценить по 5-бальной шкале важность профессиональных ценностей, которые мы разделили на три группы:

¹²² Там же. С. 105

- Ценности создания и передачи информации (эксклюзивность, достоверность, объективность, точность, проверенная информация, уважение к источнику информации, уважение частной жизни, информационный баланс, честность, оперативность);
- Отношение журналиста к обществу, коллегам, власти (выражение общественных интересов, уважение авторского права, независимость, свобода слова);
- Ценности миссии журналиста (поиск истины, служение обществу, помощь людям, популярность, слава и признание, авторитетность).

Результаты опроса свидетельствуют о том, что среди ценностей создания и передачи информации наиболее высоко студенты оценили фактчекинг. Скорее всего, это связано с тем, что в настоящее время фейковые новости и фактчекинг довольно активно обсуждают эксперты в сфере медиа и сами журналисты, то есть сейчас об этом «модно» говорить, так же как и о Дуде. Наиболее дифференцированные оценки, среди которых часто встречаются как положительные, так и отрицательные, получила ценность большого количества лайков (Приложение 2, табл. 26). Возможно, те студенты, кто поставил здесь отрицательные оценки, старались ответить «правильно» (Рис. 12).

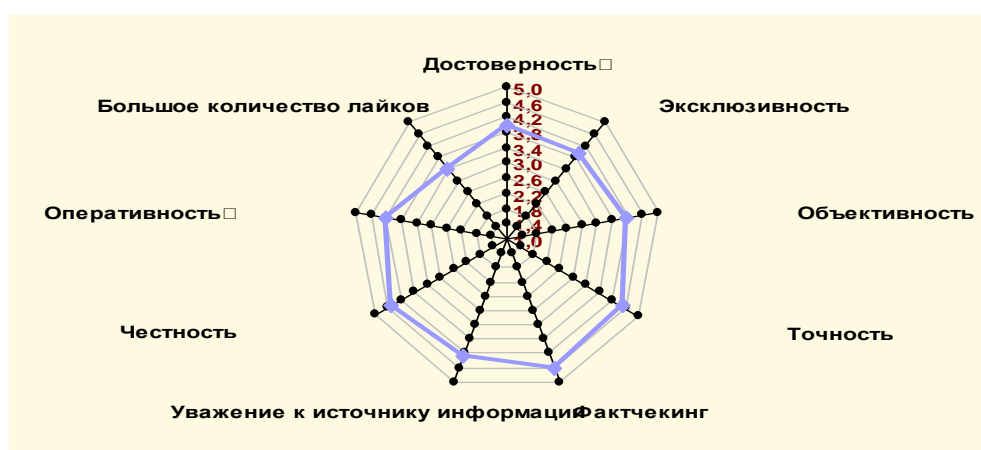


Рис. 12
Оценка студентами важности ценностей создания и передачи информации

Ценности, раскрывающие отношение журналиста к обществу, коллегам, власти, в целом, получили в основном положительные оценки (Приложение 2, табл. 27) (Рис. 13).



Рис. 13
Оценка студентами важности ценностей, связанных с отношениями к власти, обществу, коллегам

Ценности, связанные с миссией журналиста, получили весьма противоречивые оценки (Приложение 2, табл. 28). Первые три позиции по оценкам получили такие цели как «Раскрытие правды», «Помощь людям», «Высокий доход». В то же время никто из работающих и неработающих журналистов не выбрал в качестве текущей или желаемой работы – исследовательскую журналистику, как раз направленную на раскрытие правды и помощь людям. А среди мотивов никто не выбрал позицию «высокая зарплата». В тоже время ценность, связанная с достижением популярности, получила дифференцированные оценки по аналогии с позицией «большое количество лайков» (Рис. 14).

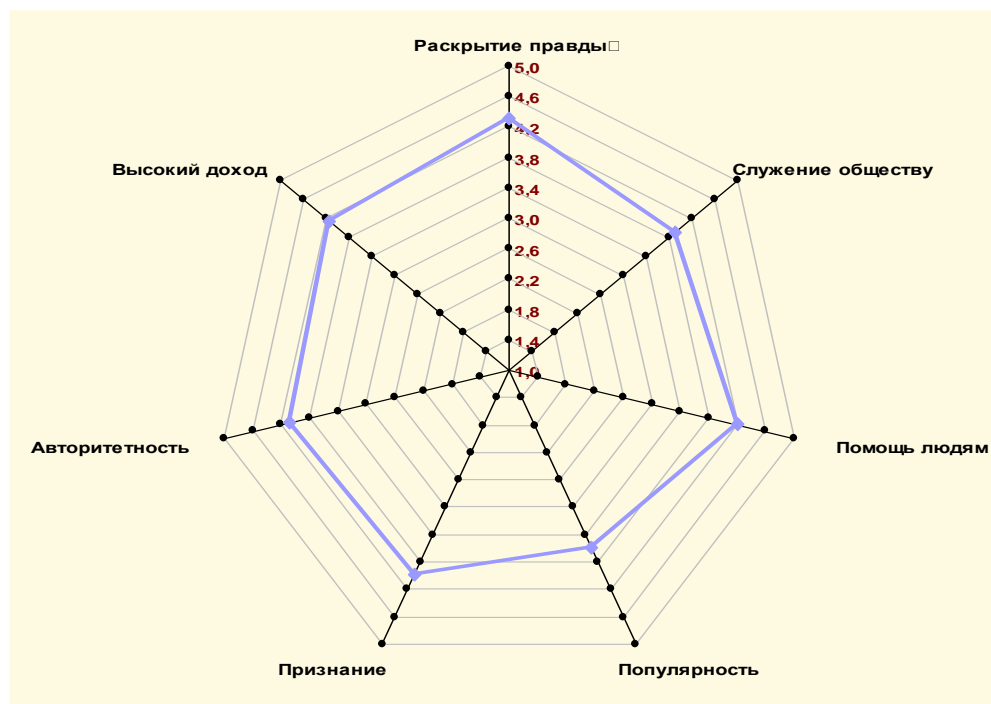


Рис. 14
Оценка студентами важности ценностей, связанных с миссией журналиста

Рассуждая о значении высшего образования в формировании ценностных ориентаций, Б.Н. Лозовский особую роль отводит преподавателям, имеющим свой жизненный, профессиональный и гражданский опыт: *«В памяти многих поколений студентов есть несколько имен педагогов нашего факультета, существенно повлиявших на профессиональную траекторию выпускника и на сумму его ценностей»* (Приложение 3b). Помимо преподавателей субъектами, влияющими на ценности студентов, по мнению эксперта, являются СМИ, в которых студенты проходят практику, а затем работают, старшие коллеги, редакторы, спонсоры, рекламодатели, а также аудитория. Сам Борис Николаевич также старается принимать участие в воспитании будущих журналистов: *«При каждом удобном случае «долблю»: «Все, что вами написано, должно быть выправлено, вычитано, отредактировано, без единой ошибки, снабжено заголовком»* (Приложение 3b).

Декан факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета С.Д. Балмаева солидарна с коллегой в плане важности практик

в формировании профессиональных ценностей студентов: *«В зависимости от успешности первой практики видно, как происходит ломка мотивов, потому что кому-то поручали более ответственную работу, и у него вышли материалы, а кто-то кофе носил»* (Приложение 3а). Еще одним важным субъектом влияния Светлана Дашиевна считает профессионала – «маяка», на которого бы студент захотел быть похожим. Однако наиболее важными являются базовые ценности, которые являются фундаментом для профессиональных. Их созданием, по словам эксперта, занимается семья: *«Это связано с формированием языковой личности и рефлексивного навыка. И только потом это получает профессиональную огранку. Не бывает так, что пришел бесчестный человек, и благодаря высшему образованию вдруг стал честным»* (Приложение 3а). На вопрос, каким образом университет транслирует своим студентам те или иные профессиональные ценности, Светлана Дашиевна ответила, что это происходит не демонстративно, а путем предоставления обучающимся выбора принимать ту или иную точку зрения.

Анализ профессионально-ценностных ориентаций предполагал изучение отношения советских и современных журналистов к власти, цензуре, аудитории, верности профессиональным нормам и кодексам, восприятия образа идеального журналиста и образцов для подражания. Советский журналист выполнял функцию пропаганды диктатуры партии, поэтому власть осуществляла тотальный контроль над СМИ, и с этим часто приходилось бороться. Современная модель взаимодействия власти и СМИ имеет широкий спектр возможностей. Журналист с помощью конструктивной критики регулирует деятельность властных структур, а также использует власть как важный источник информации. В то же время, имеет место давление и контроль со стороны власти на журналистов, особенно в том случае, когда государственные органы выступают в качестве учредителя СМИ. Таким образом, внутреннего цензора ощущают в себе как советские, так и современные журналисты.

Только в советское время цензура была официальной, а сегодня она отменена законодательно, но журналисты по-прежнему испытывают ее со стороны учредителей СМИ, которые могут быть представлены частными предпринимателями или властными структурами.

В советское время журналист мало знал свою аудиторию, хоть и испытывал перед ней огромную ответственность. Сегодня аудитория является главным ориентиром в профессиональной деятельности журналистов, поэтому ее глубоко и всесторонне изучают, а также пытаются завоевать ее доверие.

Профессиональные кодексы и уставы советские и современные журналисты воспринимают как формальные документы и архаизм. В своей профессиональной деятельности советский журналист опирается на совесть и интуицию, а современный – следует редакционной политике СМИ. Парадокс заключается в том, что журналисты оценивают знание и соблюдение профессиональных этических норм как главный критерий профессионализма.

Что касается качеств идеального журналиста, то советские журналисты ценят в коллегах ответственность, интеллигентность, совестливость, сострадание, то есть характеристики описывающие тип гуманиста. Современные представители профессии идеальным считают тип журналиста-специалиста, которому соответствуют такие качества как объективность, уникальность, знание аудитории, коммуникабельность. Если говорить о представлениях студентов-журналистов, то их мнение зависит от пола. Студенты мужского пола выбирают в качестве идеального тип журналиста-специалиста, а студенты женского пола – журналиста-художника, который в своей работе стремится, прежде всего, к творческой самореализации.

Среди своих образцов для подражания советские журналисты выделяют известных очеркистов и публицистов, например, А. Аграновского и Т. Тэсс, современные – выделяют массово известных авторитетных журналистов, таких как Л. Парфенов и В. Познер. Что касается выбора

студентами своих образцов для подражания, большинство студентов не хотят быть похожими ни на кого. Остальные – называют в качестве кумиров В. Познера и Ю. Дудя. В качестве антигероев упоминают журналистов федеральных каналов, например, В. Соловьева и Д. Киселева.

Таким образом, наиболее значимыми профессиональными ценностями для советских журналистов являются социальная ответственность, объективность, достоверность, служение обществу, личное свидетельство. Однако большее значение они отводят моральным ценностям: совестливости, состраданию, сочувствию. Современные журналисты высоко оценивают такие ценности: достоверность информации, объективность, уважение к источнику информации. Студенты-журналисты солидарны со старшими коллегами. Но говорить о соблюдении правила не значит его соблюдать. Соответственно знать ценности – не значит ими руководствоваться.

Полученные результаты – следствие влияния факторов, трансформирующих профессиональные ценности журналистов. Среди них мы выделили глобализацию, смену политических режимов, переход к рыночной экономике и появление частной собственности, цифровую революцию и распространение интернета. Представители советских и современных журналистов по-разному реагируют на эти изменения.

Наши информанты, представляющие точку зрения советских журналистов, имеют схожее мнение, выражающееся в том, что перемены негативно повлияли на журналистов и на качество журналистики в целом. Например, бывший корреспондент «Уральского рабочего» и «Областной газеты» Р.А. Печуркина столкнулась с кардинальными переменами после 20-летней работы в «Областной газете». В 2012 году она ушла, так как руководящие должности заняли «эти новые лихие мальчики... такие шапкозакидатели». Больше всего ей не понравилось, что новые руководители в целях сокращения расходов запрещали совершать поездки к местам событий, вместо этого предлагали собирать информацию с помощью телефона или интернета. Однако для Р.А. Печуркиной путешествия и личное

общение с героями было одним из главных мотивов занятия журналистикой, так как это приносило удовольствие и желание работать: *«Я к этому не привыкла. Я думаю, что и не надо к этому привыкать, они считают, что такая оцифрованная журналистика должна быть сейчас, без живых контактов, без каких-то собственных впечатлений, мне это страшно не нравилось»* (Приложение 1с). Введение новых правил работы послужило причиной ухода информанта с работы журналиста, так как эти правила отвергали ее главную профессиональную ценность – ценность личного свидетельства.

Представитель современных журналистов – бывший главный редактор Е1 и директор сети порталов Hearst Shkulev Digital Р. Низамов по поводу изменений в профессиональной деятельности высказывается положительно, так как считает перемены объективным течением обстоятельств. Ринат, начиная свою профессиональную карьеру в «Комсомольской правде», стал очевидцем первых «сломов» в традиционной журналистской работе. В частности информант рассказывает о случаях, когда главный редактор газеты В.Н. Сунгоркин отчитывал обозревателей, или, как он их называл, «золотые перья», за то, что те писали 2-3 большие статьи в месяц и получали самую высокую зарплату, в то время как другие журналисты создавали большое количество новостей для сайта и зарабатывали в несколько раз меньше. Информант комментирует это следующим образом: *«К сожалению, такая сложность существует в современной медиа бизнес-модели, она касается трафика монетизируемого. Ты сможешь больше привлечь с помощью десятка сотни новостей мелких, чем одного, но хорошего материала»* (Ринат Низамов, 29 лет, бывший главный редактор Е1 и директор сети порталов Hearst Shkulev Digital; Приложение 1а). Другой «слом» коснулся информанта, когда печатных журналистов стали заставлять работать на сайт, то есть сдавать материал не ко времени печати газеты, а сразу же, как только событие произошло, диктовать текст по телефону, передавать видео, фотографии, то есть делать то, что раньше никогда не надо было.

Сегодняшние конфликты, по мнению Р. Низамова, совершенно другие и связаны, например, с тем, что главный редактор отчитывает журналистов, за то, что те не публикуют материалы в социальных сетях. Современные изменения работы журналистов, по мнению информанта, происходят гораздо чаще, чем у советского журналиста и журналиста девяностых-нулевых годов. Ринат Низамов приходит к выводу, что изменения – это данность, которой нужно соответствовать: *«Страдает ли от этого качество журналистики? Это вопрос к исполнителям. Точно не надо этому, на мой взгляд, противиться, старую школу противопоставлять. Зачем?»* (Приложение 1а).

Противоречивая реакция может быть связана с тем, что молодому поколению легче адаптироваться к изменениям, нежели старшему. Нынешние студенты не застали политических и социально-экономических трансформаций, зато являются очевидцами постоянно происходящих перемен в профессии. Если учитывать скорость этих изменений, становится сложно, предугадать, каким будет журналист в будущем. Эксперт в области теории журналистики С.Д. Балмаева считает, что журналистам понадобится знание технологий и способность к быстрому осваиванию новых инструментов: *«Если раньше у тебя был талант хорошо писать - ну сиди и пиши, а снимать тебе необязательно, а сейчас очевидно, что ты хочешь – не хочешь, а должен уметь работать со многими инструментами»* (Приложение 3а). Б.Н. Лозовский, эксперт в сфере профессиональной этики, не торопится делать прогнозы, но уверен, что журналистику ждет большое будущее: *«Теперь каждый - сам себе медиа, сам себе «журналист» и гражданин мира. Скажу только одно, у журналистики, как профессии, работающей на общественное благо, несмотря на ее многочисленные извращения и похороны, не только богатейшая история, у нее все еще впереди»* (Приложение 3б).

Заключение

Результаты проведенного нами социологического анализа позволяют прийти к следующим выводам. Опираясь на представления о журналистах как профессиональной общности, смыслообразующим признаком которой выступают профессиональные ценности, в работе раскрыта их трансформация на основе использования социологических методов сбора и анализа информации.

В работе нами определен комплекс факторов, влияющих на трансформацию профессиональных ценностей журналистов. В число этих факторов мы включили: экономические (переход к рыночной экономике, появление частной собственности, разные типы учредителей), политические (отмена цензуры, провозглашение информационных прав и свободы, реформирование системы образования), технологические (цифровая революция, распространение интернета) и факторы, связанные с изменениями в профессии (уход СМИ в сети, медиаконвергенция, новые медиа, Закон о СМИ, появление органов саморегулирования СМИ и профессионально-этических кодексов).

Результаты эмпирико-социологического исследования позволяют нам говорить о существовании различий между профессиональными ценностями советских и современных журналистов, которые выражаются мотивационной структуре профессиональной деятельности и профессионально-ценностных ориентациях советских, современных и будущих журналистов – представителей разных поколений.

Различия в мотивах советских и современных журналистов заключаются в том, что советские журналисты руководствовались гедонистическими, творческими, моральными мотивами, а современные – социальными, познавательными, мотивами престижа. Мотивы студентов-журналистов во многом повторяют мотивы работающих коллег, но отличаются тем, что преобладает гедонистический мотив, связанный со

стремлением к получению удовольствия от работы. В своей профессиональной деятельности журналисты – представители разных поколений – руководствуются разными принципами. Если советский журналист соблюдает моральные принципы: ответственность, сострадание, тяга к справедливости и раскрытие правды, то современный – придерживается рациональных принципов: эксклюзивность, уникальность, ориентация на аудиторию, фактчекинг, объективность, большая база источников информации. Исходя из анализа мотивов и принципов, можно сделать вывод о том, что советский журналист стремился помогать обществу и одновременно был вынужден брать на себя ответственность за чужие жизни. Современный журналист видит свою миссию в своевременном информировании и просвещении аудитории. Восприятие студентов-журналистов своей будущей роли близко представлениям работающих в настоящий момент профессионалов.

Результаты анализа профессионально-ценностных ориентаций, включающего изучение отношения советских и современных журналистов к власти, цензуре, аудитории, верности профессиональным нормам и кодексам, восприятия образа идеального журналиста и образцов для подражания, также свидетельствуют о существовании различий. Советский журналист испытывал тотальный контроль со стороны государства, так как обязан был осуществлять пропаганду диктатуры партии. Современный журналист регулирует деятельность властных структур, а также использует власть как важный источник информации. В то же время государственные органы оказывают давление на СМИ в том случае, если выступают в качестве учредителей. Следовательно, внутреннего цензора ощущают в себе как советские, так и современные журналисты, хотя в советский период цензура была официальной, а сегодня – отменена законодательно. Что касается отношения к аудитории, то в советское время журналист мало знал свою аудиторию, это было необязательно в силу того, что издания финансировались государством. Сегодня аудитория является главным

ориентиром в профессиональной деятельности журналистов, поэтому ее глубоко и всесторонне изучают, так как от этого зависит успех издания.

Рассматривая отношение журналистов к профессиональным нормам и кодексам, мы выявили парадокс, заключающийся в том, что советские и современные журналисты редко читают профессиональные кодексы и уставы, хотя оценивают знание и соблюдение профессиональных этических норм как главный критерий профессионализма. Дело в том, что в своей профессиональной деятельности советский журналист опирался на совесть и интуицию, а современный – следует редакционной политике СМИ.

Что касается качеств идеального журналиста, то советские журналисты ценят в коллегах ответственность, интеллигентность, совестливость, сострадание, то есть характеристики описывающие тип гуманиста. Современные представители профессии идеальным считают тип журналиста-специалиста, которому соответствуют такие качества как объективность, уникальность, знание аудитории, коммуникабельность. Если говорить о представлениях студентов-журналистов, то их мнение зависит от пола. Студенты мужского пола выбирают в качестве идеального тип журналиста-специалиста, а студенты женского пола – журналиста-художника, который в своей работе стремится, прежде всего, к творческой самореализации.

Таким образом, наиболее значимыми профессиональными ценностями для советских журналистов являются социальная ответственность, объективность, достоверность, служение обществу, личное свидетельство. Однако большее значение они отводят моральным ценностям: совестливости, состраданию, сочувствию. Современные журналисты высоко оценивают такие ценности: достоверность информации, объективность, уважение к источнику информации. Студенты-журналисты солидарны со старшими коллегами. Проблема заключается в том, что говорить о знании и соблюдении ценностей не значит руководствоваться ими.

В заключение стоит сказать, что проведенная нами работа позволяет определить перспективы дальнейшего исследования профессиональных ценностей журналистов – представителей разных поколений. Это могут быть направления, связанные с изучением ценностей журналистов, работающих в разных жанрах или типах СМИ, которые можно классифицировать по формату, масштабу распространения, типу собственника, содержательной направленности. Перспективным также представляется проведение сравнительных исследований профессиональных ценностей журналистов, живущих в разных регионах России, либо журналистов из разных стран, например российских и американских.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
2. Балмаева С.Д. "Многозадачное поколение", дефицит внимания и конвергенция // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Д.Балмаева. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2010. 147 с.
3. Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
4. Воронков В.М. Проект «шестидесятников»: движение протеста в СССР // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – 328 с.
5. Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. Монография. - М.: Изд-во «Восток», 1996. – 302 с.
6. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезным людям. – М., Престиж, 2006. – 104 с.
7. Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 412 с.
8. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
9. Дубин Б.В. Поколение: смысл и границы понятия // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – 328 с.

10. Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения / Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. – М.: Канон, 1995. – 352 с.
11. Есин Б.И. История русской журналистики (1703-1917): учебно-методический комплект (учеб.пособие; хрестоматия; темы курсовых работ) / Б.И. Есин. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 464 с.
12. Ильин В.В. Аксиология. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 216 с.
13. Коростелева Е.А. Социальный институт // Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицианов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Минск: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
14. Кучер Е.Д. Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты: дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. – 181 с.
15. Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – 328 с.
16. Ленин В.И. Полное собрание сочинений в 55-ти томах (+3 справочных тома). – Издательство политической литературы. Москва, 1968. – Т.21. – 671 с.
17. Лотман М.Ю. Беседы о русской культуре. СПб – «Искусство – СПб», 1994. – 670 с.
18. МакКуэйл Д. Журналистика и общество. Учебник для журналистов. Пер. с англ. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики имени М.В. Ломоносова, 2013. – 368 с.
19. Меренков А.В. Система детерминации человеческой деятельности / А. В. Меренков; М-во образования РФ, Урал.гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: [Изд-во Урал.горно-геол. акад.: Банк культурной информации], 2003. – 229 с.
20. Мультимедийная журналистика / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк и др. Изд-во Высшей Школы Экономики (ВШЭ), 2017. 227 с.

21. Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В.Ф. Чесноковой и С.А. Белановского. – М.: Академический Проект, 2002. – 832 с.
22. Пасти С. Российский журналист в контексте перемен Медиа Санкт-Петербурга // под ред. Д. П. Гавры. – Тампере: TampereUniversityPress, 2004. – 170 с.
23. Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист. Учебное пособие / Л. Г. Свитич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 255 с.
24. Свитич Л.Г., Ширяева А.А., Дзялошинский И.М. Журналист: социологические и социопсихологические исследования. – Изд-во МГУ Москва, 1994. – 200 с.
25. Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. Пособие. – М.: ВК, 2010. – 247 с.
26. Семенова В.В. Эмпирические подходы к понятию «поколение» // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – 328 с.
27. Сиберт Ф. Четыре теории прессы: Представления о том, какой должна быть пресса и чем ей следует заниматься в авторитар. и либертариан. теориях и в концепциях соц. ответственности и совет. коммунизма: [Пер. с англ.] / Фред. С. Сиберт, Уилбур Шрамм, Теодор Питерсон. – М.: Нац. ин-т прессы: Вагриус, 1998. – 223 с.
28. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Союмонов: Пер. с англ. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
29. Старцева Н.Н. Социология профессий и профессиональных групп: учебное пособие / Н.Н. Старцева. – Екатеринбург: УрГУПС, 2017. – 162 с.
30. Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки (1918) // Американская социологическая мысль: тексты / Под ред. В.И. Добренкова. – М.: Изд. МГУ, 1994. – 496 с.

31. Учёнова В.В. У истоков публицистики. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 214 с.
32. Шанин Т. Революция как момент истины: Россия 1905-1907–1917-1922 годы / Пер. с англ. Е.М.Ковалева. М.: Весь мир, 1997. – 560 с.
33. Шанин Т. История поколений и поколенческая теория // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – 328 с.
34. Тезаурус социологии: темат. Слов.-справ. / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.
35. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. 5th ed. London: Sage, 2005. 616 p.
36. Аникина М.Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестник Московского университета. Серия №10. Журналистика. 2012. – №4. – С. 7-21.
37. Баранова Е. Трансформация этических принципов в журналистике в условиях медиаконвергенции // МедиаАльманах, 2016. – № 6. – С.33-39.
38. Быков А. Ю. Теоретико-методологические подходы к исследованию журналистики / А. Ю. Быков // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2008. — N56, вып. 23. – С. 172-186.
39. Вартанова Е. Медиа в постсоветской России: их структура и влияние // Pro&Contra. 2000. – Т.5. № 4.– С.61-81.
40. Вартанова Е. Л. Теоретический анализ российской медиасистемы: между общим и особенным, формальным и неформальным // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 7-19. С. 9
41. Дзялошинский И.М. Ценности и качества российских журналистов: теоретические модели и результаты эмпирического исследования // Меди@льманах. 2013. – № 6. – С. 8-18.

42. Дзялошинский И.М. Герои и антигерои российской журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. – № 4. – С. 84-92.
43. Ермолич С.Я. Методологические предпосылки формирования ценностных ориентаций у подростков // Пазашкольнае вухаванне. – 2007. – №9. – С. 23-27.
44. Кораблева Г.Б. Становление подходов к социологии профессий в России // Социологические исследования. 2013. – № 1. – С. 109-117.
45. Корж Н.В. Проблема ценностей и установок в социологии // Вопросы современной науки и практики. Изд-во: Университет им. Вернадского, 2011. – №3(34).– С. 327-332.
46. Лазутина Г.В. Представители аудитории о функциях и реальной роли СМИ в обществе / Г.В. Лазутина, Т.Ю. Порецкая, Т.Е. Узунова, Ю.С. Узунова // Вестник Московского университета. Сер 10. Журналистика. 2017. – №4. – С.34-57.
47. Лозовский Б.Н. Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике / Б.Н. Лозовский // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 2 (138).– С. 7-13.
48. Максименко А.А. Социологическая интерпретация понятия «ценность» / А.А. Максименко. // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2011. – №2. – С. 284-291.
49. Марзан М.А. Проблема медианасилия как предмет теории массовых коммуникаций // Огарёв-Online, 2015. – №19 (60). – С. 1-6.
50. Олешко Е.В. Адаптация журналистов к конвергентным основам информационной деятельности (результаты социологического исследования 2014–2016 гг.) / Е. В. Олешко, В. Ф. Олешко // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – Т. 22, № 3 (153). – С. 27-36.

51. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Исследования журналистов в историческом контексте // Теория и социология СМИ: ежегодник. Часть 2. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2010. – С. 3-67.
52. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист новой прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1994. – №3. – С. 3-13.
53. Сторчеус Н.В. Герман Лотце: что есть история? // История, политология, социология, философия: теоретические и практические аспекты: сб. ст. по матер. I-II междунар. науч.-практ. конф. № 1-2(1). – Новосибирск: СибАК, 2017. – С.55-60.
54. Сурина И.А. Ценностные ориентации // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – №4. – С. 162-164.
55. Таланова К.А. Теории ценностей в классической и современной социологии / К. А. Таланова // XX Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16-18 марта 2017 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2017.– С. 594-601.
56. Тулупов В.В. Профессиональные типы и роли в журналистике / В.В. Тулупов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2016 . – №1. – С. 135-139.
57. Хафизова В.Р. Профессиональные ценности советских и постсоветских журналистов / В.Р. Хафизова // XXI Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2018. – С. 411-415.
58. Хафизова В.Р. Профессиональные ценности советских и постсоветских журналистов / В.Р. Хафизова // XXI Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: УрФУ, 2018. – С. 411-415.

59. Шомова С. Новые медиа и «новая этика»: к вопросу о ценностных трансформациях в журналистской профессии // МедиаАльманах. 2016.– № 4.– С.12-20.

60. Shuman // Scott J. Generations and Collective Memories // American Sociological Review. 1989. P.359-381.

61. Schuman H, Coming A. Collective Knowledge of Public Events: The Soviet Era from the Great Purge to Glasnost / American Journal of Sociology. 2000. P.913-956.

62. Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам НИР, выполненных Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив).

63. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1(ред. от 18.04.2018) «О средствах массовой информации [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511 (дата обращения: 09.02.2018).

64. Об утверждении Положения о Судебной палате по информационным спорам при Президенте Российской Федерации (утратил силу на основании Указа Президента Российской Федерации от 01.09.2000 N 1606) [Электронный ресурс] // АО «Кодекс». – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9005277> (дата обращения: 15.01.2018).

65. Устав Союза журналистов СССР [Электронный ресурс] // Старый4емодан - сайт посвящен сведениям почерпнутым из газет, журналов, книг прошедшего XX века и начала XXI века. – URL: http://ct4.ucoz.ru/publ/bibc4/9_zh/zh_064_ustav_sojuza_zhurnalistov_sssr/10-1-0-753 (дата обращения: 10.01.2018).

66. Реестр решений Общественной коллегии по жалобам на прессу [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. –

URL: <http://presscouncil.ru/praktika/resheniya-kollegii-po-zhalobam-na-pressu>
(дата обращения: 15.01.2018).

67. Медиаэтический стандарт – 2015. Проект [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. Москва, 2015. – URL: http://presscouncil.ru/images/docs/STANDART/Standart_Kollegii.pdf (дата обращения: 23.02.2018).

68. Грачева О.Г. Ценности и мотивы личности как факторы выбора профессии выпускниками школ // Изв. Саратов. ун-та Нов.сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2012. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-i-motivy-lichnosti-kak-factory-vybora-professii-vypusknikami-shkol> (дата обращения: 05.03.2018).

69. Дзялошинская М.И. Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов / М.И. Дзялошинская, И.М. Дзялошинский // Медиаскоп. – 2011. – № 4. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/952> (дата обращения: 04.01.2018).

70. Лымарь А.Н. Профессиональная культура в системе культуры // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2006. №17 (72). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-kultura-v-sisteme-kultury> (дата обращения: 26.01.2018).

71. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. – №1 (1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya> (дата обращения: 29.04.2018).

72. Спирин А.П. Профессиональные ценности современного педагога [Электронный ресурс] // ГОУ ВПО «Волгоградский государственный педагогический университет», 2011. – URL: http://www.vspc34.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=565 (дата обращения: 01.02.2018).

73. Сунцова Я.С. О согласовании социальных и культурных. Ценностей в регуляции поведения личности // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика», 2005. – URL: http://ru.vestnik.udsu.ru/files/originsl_articles/vuu_05_09_05.pdf (дата обращения: 01.05.2018).

74. Суходолов А.П. Феномен «Фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. – 2017. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feykovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostranstve> (дата обращения: 22.05.2018).

75. Об объективности СМИ и тематических предпочтениях граждан [Электронный ресурс] // ФОМ. – URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13618> (дата обращения: 28.03.2018).

76. Отношение к журналистам [Электронный ресурс] // ФОМ. – URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11428> (дата обращения 28.03.2018).

Интервью с Ринатом Низамовым

Информант: Ринат Низамов, редакционный директор холдинга Hearst Shkulev Digital, бывший редактор Е1.

Дата интервью: 8 ноября 2017 г.

Время проведения интервью: 15.00-16.00

Интервьюер: В. Хафизова

Расскажите, пожалуйста, о Вашем профессиональном пути. Почему Вы выбрали сферу журналистики?

Родился я в маленьком городке “Нижняя Салда”. Это в 170 км от Екатеринбурга. Я со школы писал в местную газету, потом писал в Комсомолку. В 2005 году поступил на журфак УрГУ, в 2008 перевелся на заочку и переехал жить в Москву на 4 года. Работал в Московской комсомолке, где-то полгода на НТВ. Работал в программе “Профессия репортер”, затем я уехал в Екатеринбург. Меня пригласили возглавить редакцию Комсомольской правды в Екатеринбурге, я отработал два с половиной года. Потом был е1. Три или четыре года я проработал главным редактором в е1, после чего президент нашей корпорации предложил мне возглавить сеть городских порталов. Это 40 ресурсов, из них 15 редакций. Екатеринбургская редакция - одна из самых больших редакций, в ней работает порядка 25 человек. Большая редакция 30 человек в Челябинске, 74.ru. И большая редакция в Новосибирске - 40 человек. Мы представляем международную компанию. Холдинг называется Hearst Shkulev Digital. *Можно сказать, что я выбрал эту профессию, чтобы реализовать свои способности, нарастить опыт, получить новые знания и навыки в медиасфере.*

Вы теперь занимаетесь холдингом Hearst Shkulev Digital. Холдинг объединяет в себе разные городские порталы. Существует ли общая какая-то идеология, позиционирование, редакционный устав?

Устав должен быть по закону во всех средствах массовой информации. Каждый наш портал - это средство массовой информации, устав есть. Редакционная политика есть, но, в целом, если говорить каким-то очень простым языком, да, неформальным, то эээ... наши городские порталы пишут, в первую очередь, о том, что касается жителей тех городов, в которых мы представлены, да то есть всего о жизни, начиная от... не знаю... коммунальными темами, темами здравоохранения, да, культурными, спортивными, где-то в какой-то степени общественно-политическими, в общем, все то, что интересует горожанина, нас с вами. Это главное, что составляет информационную картину дня на городских порталах в нашей группе.

Это общее такое позиционирование для всех порталов. А вот у Е1, получается, существует свой редакционный устав?

Да, в каждом СМИ по закону должен быть устав, и конечно же он есть и у Е1.

А когда он появился?

Ммм... ну, вот это хороший вопрос, потому что все наши средства массовой информации в городе, в нашей сети они, да... ааа... были из разных групп. Они раньше принадлежали разным холдингам, и они входили в наш пакет в разное время, и среди них были средства массовой информации, среди них были порталы, которые всегда были средствами массовой информации, например, наша сибирская группа НГС... ааа... и среди них были порталы, которые никогда не были средствами массовой информации, они исторически развивались не как средство массовой информации, вот например... ааа... Е1 один из таких ресурсов, если вы знаете, то все-таки это развивалось раньше как городской справочник, городской форум, городской сервис далее... Сервисов было много по поиску работы, по поиску недвижимости, знакомства, работа, авто продажи, погода и так далее. И только последние лет пять мы стали, после того как приобрели этот ресурс, мы стали развивать там свою редакционную команду, которая действительно стала полноценной редакцией с главным редактором, с журналистами. с уставом и так далее. И в конце прошлого года, то есть практически год назад, мы зарегистрировали Е1 как средство массовой информации, поэтому у нас сейчас вполне себе такое взрослое СМИ.

Угу... Мне вот просто хочется конкретно про устав узнать, вот как происходила работа над этим уставом?

Честно говоря, я не могу сказать, потому что устав типичный для всех наших средств массовой информации, мы взяли устав, который был в НГС, мы взяли устав, который был в СМИ... ааа.... в НГС, в Новосибирске, *он очень довольно... ааа... формальный, я подчеркну, потому что, на мой взгляд, в первую очередь... эээ... ааа... журналисты живут не столько по уставу, сколько по такой редакционной политике,* которая должна быть понятна каждому, и тому, кто пришел, первый месяц работает, и тому, кто работает уже много лет. Вот. Вряд ли кто-то из журналистов современных читает уставы изданий, в которых они работают, это уже какой-то архаизм в какой-то степени, всего не пропишешь, не предусмотритишь. Вот, поэтому... эээ... какие-то...эээ... вещи, связанные с разными ситуациями, такими как ам... как мы публикуем рекламу, какую публикуем, какую не публикуем, какие у нас отношения с властью, какие отношения с акционерами, какие отношения с эм.... я не знаю, с правоохранительными органами и так далее, они... эээ... прописаны в разных... в разных каких-то наших внутренних... ааа... документах.

Угу. Ну, вот к вам приходит журналист работать, и как вы ему эти правила, эту редакционную политику объясняете?

А как? Вот журналист приходит, мы ему говорим: “Мы пишем все, что интересно для жителя Екатеринбурга”. Все. И мы начинаем работать. Это самое главное. *Мы не занимаемся никакой запретительной деятельностью, потому что, на мой взгляд, это именно губительно для журналистики, а все уставы и прочие регламентирующие форматы, они очень губительны,* поэтому мы регламентируем не столько журналистскую работу, сколько соприкасающуюся работу, например, с рекламой, например с властью, например, с акционерами. Вот здесь нам важно на берегу прописать, что акционеры не могут, не имеют право вмешиваться в редакционную политику. На берегу прописать, что мы сотрудничаем с правоохранительными органами, но при письменном обращении, то есть когда реально там заведено уголовное дело, или когда реально есть, а не просто есть желание... ааа... не выпустить материал какой-то, или чье-то, или корректировать материал. То же

самое с властью, мы открыты власти мы ... мы... у нас было в одном из наших порталов такое понимание: мы равноудалены от всех политических сил...ааа... На что мы в последнее время добавили еще одну формулировку: мы равноудалены и равно приближены. Это про нашу открытость вторая часть, про то, что мы искренне считаем... вот я искренне считаю что... власть это серьезный источник информации, закрывать который нельзя, это неправильно с точки зрения отображения действительности, и для полноты картины дня мы должны пользоваться этим источником информации. Вот... ааа... и поэтому... хотя повторяю, что в некоторых наших порталах до этого... ммм... эээ... серьезно себя ограничивали в контактах с властью, вплоть до того, что не участвовали ни в каких конкурсах, проводимых властью, не принимали никакие подарки, дипломы... вот и так далее... за свою работу.

Угу... то есть, как я поняла, политической направленности у холдинга нет, как и у Е1. А само влияние политическое, давление какое-то существует? Как вы на него реагируете?

Давление, оно существует конечно всегда. На то она и власть. Власть всегда будет раздражена СМИ, которые не только хвалят ее, не только по головке гладят, но и показывают некоторые нелицеприятные вещи. То есть в целом власти не нравится критика, и как показал мой опыт, это история не только про Россию, но и про Штаты, например, тоже. Вот я сегодня об этого говорил. *Любой власти не нравится, когда ее критикуют, поэтому давление будет всегда. Другой вопрос в масштабах этого давления... ааа... Но, на мой взгляд, и на взгляд наших акционеров, наша такая политика, по которой мы ругаем, если есть, за что ругать, подкрепляя это не просто какими-то голословными обвинениями, но и фактурой, доказательствами, а еще я прошу всегда следовать правилу: критикуя, предлагай.* То есть мы точно также стараемся искать какие-то решения проблем, которые есть в городе. Вот... а... если мы пишем о том, что в городе есть мнение, что храм на воде не нужен, то мы обязательно даем также несколько вариантов, которые также город предлагает, куда этот храм можно было бы перенести более безболезненно, например. Вот. И это в части критики власти, но мы следуем правилу, что если власть есть, за что хвалить, то мы будем ее хвалить, то есть мы ни в коем случае не хотим превращаться, например, в Новую газету. Вот я в одно время перестал ее читать, потому что безусловно журналистика там хорошая, школа журналистики очень сильная, но постоянная тональность негатива в публикациях меня удручала, я не смог это читать. В наших медиа мы не фокусируем свое внимание исключительно на критике и вообще не считаем самоцелью критиковать только власть и только критиковать. И поэтому мы хвалим там, где надо, и критикуем, там где надо, и, на мой взгляд, мы в этой части абсолютно открыты и объективны, потому что мы стараемся всегда... это наше главное правило - добиться комментариев, позвониться, достучаться любой ценой. То есть любой чиновник, или, например, представитель власти, или там... эээ... бизнеса, точно знает, что если его будут критиковать, то к нему обязательно обратятся за комментарием и дадут возможность объясниться. Вот, мне кажется...эээ... именно такая наша позиция для власти выглядит более понятной и прозрачной. Я очень надеюсь, она им еще и полезная... ааа... чем... ааа.... та, когда они работают с медиа, которое только хвалит и пляшет под дудку, которая в руках у власти.

Существует ли какой-то нематериализованный свод правил поведения для журналистов конкретно в Е1? Кто эти нормы придумывает, и кто следит за их соблюдением?

У нас 530 человек и контролировать... а в холдинге 2 тысячи человек... и контролировать то, что каждый пишет в своих социальных сетях не в одной, а в куче, мне кажется, это какое-то абсурдное занятие. Поэтому нет, на самом деле, не существует у нас никакого правила, мы очень надеемся на... ааа... разумность и адекватность наших работников... ааа... надеюсь на то, что они понимают, что... ааа... до тех пор пока они работают в нашей компании, то их и связывают с нашей компанией, особенно, если речь идет про журналистов. Я думаю, что журналистов воспринимают как рупоров компании и рупоров в социальных сетях тоже. Поэтому я надеюсь, что они понимают, что... ааа... любой.. любое... ааа... все, что они напишут, уже сейчас в наше время будут связывать не только с его личным мнением и именем, но и с брендом того издания, в котором они работают, поэтому... ааа... нет, у нас не было еще ни одного прецедента в сети, когда бы у нас, например, увольняли... как это было... или хотя бы требовали увольнения, как это было на Эхе Москвы... эээ... ммм... рассчитываю на то, что не будет никогда такого, потому что в целом мы довольно свободное медиа и... эээ... иии... не хотелось бы нам что-то доказывать нашим сотрудникам... эм... что они там пишут что-то такое в социальных сетях, с чем мы бы не хотели ассоциироваться как компания... или мы не считаем это каким-то правильным, верным или еще чем-то, может быть, потому у нас таких прецедентов и не было, потому что мы не уделяем этому внимания, или потому что у нас наоборот команда, которая четко понимает, что каждое слово, каждое их слово сыграет, например, ну... написанное... возможно сыграет против них, но и против большой корпорации.

А существуют ли какие-то правила для журналистов, связанные с поведением в интернете, например, в общении с аудиторией, комментарии? Как это регулируется?

Мы также не заставляем наших журналистов отвечать на комментарии. Вы, наверное, знаете, сколько их у нас на одном Е1 оставляют, поэтому у нас нет такой обязанности отвечать на комментарии.

Не отвечают то есть?

Ну... они отвечают, когда им это интересно. Их иногда цепляет что-то, они могут дополнить, они, например, когда журналистов.... ааа... эээ... уличают в какой-то ошибке, они могут написать: “Исправили, спасибо”, или наоборот поспорить: “Нет, это не ошибка, это вот такие данные, вот такое у нас было доказательство”. Ну то есть когда журналистов это прямо цепляет... эээ... то конечно он отвечает на это. С другой стороны, если в комментариях содержится оскорбление, то у нас есть правила модерации таких комментариев, и модераторы удаляют оскорбления... оскорбления журналистов, либо героев публикации. Мы стараемся это удалять в комментариях на самом Е1, так и в наших социальных сетях тоже.

Любой редактор - это в какой-то мере цензор. Вы уже не редактор Е1, но, все-таки, может быть, вспомните, какой контент вы к публикации не допускали?

Это же... не только не допускать... Редактор... он формирует какую-то картину дня. Вот какую-то, которая ему видится, что эта картина дня будет наиболее эффективна с точки зрения интересов аудитории. Понимаете? Его задача, чтобы на его ресурс приходило все больше аудитории. Вот его задача... эээ... что-то,

как вы говорите, он отсекает, что-то наоборот он говорит: “Вот это надо написать, а об этом...”. И так будет всегда, это своего рода фильтр, отвечающий за успех издания. На нем лежит большая ответственность и серьезная задача - выбрать... ааа.. что... ааа... ааа... важно людям сейчас, что, может быть, им полезно, интересно и так далее. Вот... эээ... в этом плане я не согласен здесь с формулировкой “цензор”. *Цензор - это, в первую очередь, если вы обратитесь к этому термину, это цензор по политическим мотивам... ааа... мы по политическим мотивам ничего, никого не цензурируем, у нас есть понимание, что у нас не должна быть площадка наших порталов... предоставляться как трибуна для неких политических сил, для любых политических сил, будь то Единая Россия, либо партия какая-нибудь там... Навального. Но мы точно знаем, что митинг Навального, равно как и митинг Единой России мы будем освещать, потому что это городское событие. Вот... эээ... и это не цензура, и редакционная политика, о которой я до этого рассказывал, вот и интересы аудитории, мне кажется, что вот так.*

Я знаю, что вы работали в Комсомольской правде. Работали ли вы с людьми-носителями ценностей советской эпохи, старой закалки, так скажем? В чем проявлялись различия?

Таких я даже уже.. Ну... Сунгоркин [Владимир Николаевич], он работал в советскую эпоху, да... еще был... эээ... в ЦК, когда был орган ЦК комсомола была газета. Мне посчастливилось, нельзя сказать что бок о бок поработать, но поработать, скажем так... ммм... ходить вместе в одних коридорах, пообщаться... ааа... послушать великих классиков, которые работали в Комсомольской правде... Это Василий Михайлович Песков, это Инна Павловна Руденко. К моему большому сожалению, они уже ушли. Вот с этими людьми мне посчастливилось поработать. Но если ваш вопрос направлен в целом на то, наверное как... эээ... как работалось с людьми иных каких-то политических взглядов...

Даже не политических взглядов, а вот этой старой закалки журналистской.

Очень интересный был Василий Михайлович Песков. Он, например... эээ... например, никогда ... он от руки писал тексты все, то есть он компьютером не пользовался. Да, и он сдавал, ему все набирали, и он потом приходил.. ааа... сам вносил правки уже в сверстанную полосу, это было интересно. Конечно, я бы даже сказал, что здесь различия не с советской школой, а очень много различий... ааа... каждый год работа журналистов меняется, и зачем сравнивать с советской школой журналистики, можно еще с дореволюционной школой журналистики сравнить, когда можно сравнивать, а что было с прошлым годом, да. Можно сравнить вот, как журналисты год назад, два года назад работали, я, например, был свидетелем, как в комсомолке тот же Сунгоркин прямо при мне отчитывал... он их называл: “Вы! Золотые перья!”. Так называются обозреватели, которые писали один-два-три больших текста в месяц. А он им говорил: “Вы получаете самую большую зарплату среди всех редакционных сотрудников в Комсомолке и пишете два-три текста в месяц...”. А парень, который днем и ночью бегают, он получает в три-четыре-пять раз меньше и пишет десять новостей на сайт. И, к сожалению, такая сложность современной медиа бизнес-модели, действительно трафика монетизируемого. Ты сможешь больше привлечь с помощью десятка сотни новостей мелких, чем одного, но хорошего материала. Поэтому это, с одной стороны, вот я помню такую разборку, когда их, обозревателей, заставляли

писать чаще. А потом был другой слом интересный, когда печатных журналистов, я был печатным журналистом, стали заставлять работать на сайт, в первую очередь. Не тащить к вечеру материал, когда газета сдается, а сдавать материал тогда, когда произошло, надиктовывать его с места события, передавать видео, передавать фотогалереи, то что раньше никогда не надо было делать. Вести онлайн-трансляцию, это дикость была, это в штыки воспринималось, все закончилось тем... я уже уволился из Комсомолки, когда мне это рассказали, что в Комсомолке отменили гонорары за газету. То есть в газету не платят гонорар, ты платишь... вернее, получаешь за то, что опубликовано на сайте, а потом уже с сайта... отдельная маленькая группа, которая делает дайджест и отдает его в печать. Это было совсем недавно, а что мы видим сейчас... сейчас современные конфликты другие, когда главный редактор ругает журналистов, которые не выставляют свои публикации в социальные сети, они ему говорят: "Так там же должен быть SMM-редактор", он говорит: "А с чего ли SMM-редактор должен ваши тексты выставлять?". Завтра, может быть, тоже: "В телеграм почему не отправляем?". Поэтому... эммм.. скажем так... вот изменения работы журналистов и внутренних каких-то процессов медиа, оно происходит гораздо чаще, чем изменения работы советского журналиста, да, например, и журналиста девяностых-нулевых, каждый день что-то меняется, чего еще вчерашние журналисты не умели делать, не хотели делать, не могли делать, не знали, как делать и так далее. И это их заставляют, потому что время такое.

Уход в журналистики Сети, стремление к большому количеству просмотров и кликабельность... как это все повлияло на профессию журналистов? Вот эти сломы

Послушайте, в какой-то степени сейчас скажу очень прямо, в какой-то степени... голосует читатель... угу... *вот наш Бог - это читатель. Это не автор какой-нибудь учебника по журналистике какого-то года. Нет. Наш Бог - это читатель, если ему это интересно, если мы видим, что читателей все больше и больше приходит, то, пожалуй, мы будем следовать этой модели.* Безусловно мы не... ааа... не переступаем какие-то наши собственные фундаментальные устои там какие-то. Мы проверяем информацию, мы не выпускаем информацию без так называемого фактчекинга, то есть мы стараемся всеми поводами добиться подтверждения этой информации. Мы стараемся оставаться объективными, если мы кого-то критикуем, то мы обязательно даем высказаться тому, кого критикуем. Мы стараемся быть независимыми, мы стараемся не превращаться в пропаганду... в пропаганду ни в политическом плане, ни в пропаганду какого-то журналиста или какого-то главного редактора, когда главный редактор считает, что надо вот такие ценности какие-то политические, допустим, продвигать. И в этом плане это тоже очень плохо, поэтому мы очень внимательно здесь смотрим, чтобы никто из журналистов, из главных редакторов или, например, из акционеров, которых у нас довольно много не старался пропихнуть собственную точку зрения на какой-то процесс. Хотя точка зрения, на мой взгляд, это одно из самых главных, что должно быть у журналистов. И я наоборот поддерживаю и прошу журналистов описать личные впечатления. Вы в поликлинике столкнулись там с какой-то несправедливостью или еще с чем-то - придите, напишите колонку, поделитесь своими свежими впечатлениями, съездили в какую-то страну - напишите, сравните, как у нас, а как там... и так далее. Но... безусловно, не используя наши медиа, наши порталы как чью-то, в первую очередь, политическую трибуну, потому что... ну это не то, чего ждут от нас читатели, я в этом точно уверен. Для примера... я на недавней конференции одной... я приводил пример наших онлайн-трансляций, когда у

меня спрашивают, что сегодня самое популярное на сайте Е1 и вообще в нашей сети... Я приводил пример недавней публикации на Е1, которая собрала 1 150 000 тысяч просмотров за один день. Это публикация про массовые минирования в Екатеринбурге. Весь город сидел на Е1, потому что мы в режиме онлайн публиковали все, что происходит в городе: что заминировали, как минировали, что ищут, что нашли... ааа... почему такое происходит, куда звонить, куда жаловаться, какие данные от органов правоохранительных... и так далее. До этого 650 тысяч был рекорд в Екатеринбурге в режиме онлайн мы следили за поисками пятилетнего малыша, потерявшегося в тайге. Это рекордные цифры, но я рассказал об этом, что раньше, вот еще несколько лет назад, может быть, даже год назад журналист пошел бы в этот лес, поговорил с волонтерами, поговорил с родителями, поговорил с полицией, поговорил с лесниками, описал бы все, я так делал. Я так делал, когда работал еще главным редактором. Еще пять-шесть лет назад... в... если вы знаете... ааа... под Серовом взлетел самолет-кукурузник, полностью набитый людьми, полетели кататься, по-моему, там больше десяти человек было, и исчез. Он таинственно исчез, его искали почти год. Так вот я, помню, принимал участие в одной из таких поисковых операций, ходил, искал и описывал, как ищут самолет. Потом, конечно, не в Екатеринбург ехал, а там где-то в Серове садился за компьютер, писал, фотограф передавал фотографии, это публиковалось в газете, потом на сайте. Сейчас это уже уму непостижимо, чтобы мы так работали, хотя прошло несколько лет. Сейчас журналиста еще нет, еще не приехал он туда, ребенок только пропал, уже на сайте Е1 будет онлайн-репортаж, по крупницам информация, которая приходит, она уже будет появляться на сайте Е1, и журналисты... на сегодняшний момент стоит задача - все в режиме онлайн передавать, и, вы видите, я сегодня уже об этом говорил, что не просто уже в тексте, а мы уже в режиме онлайн видео передаем. Вот здесь и сейчас. Вам ничего не надо, вам только телефон открыть и сидеть, и смотреть, как это дело все происходит. Страдает ли от этого качество журналистики... Слушайте, ну это вопрос к исполнителям, я, например, не считаю, что онлайн-репортажи... они взаимоисключают просто репортажи. Нет, репортаж интересно читать? Интересно, я люблю читать репортажи, особенно когда они классно написаны, с деталями, с образами, с сюжетами, вкусными описаниями и так далее. Но вы в начале передавайте все, что в режиме онлайн интересное, потому что нам всем интересно, что сейчас происходит с нашими университетами, из которого нас эвакуировали, а не когда-то вечером, когда газета там выйдет на следующий день вообще или сюжет вечером выйдет. Это то, что изменило, это меняет нашу работу. Если ты потом приехал и написал репортаж, и он очень интересный, там есть много того, чего не было в онлайн-репортаже, я его возьму и публикую, потому что это тоже соберет людей, которым интересна тема репортажа, и они придут к нам почитают то, что там ты такое увидел, что не вошло в онлайн-репортаж, например. Вот какие-то такие вещи, на мой взгляд, очень сильно меняют журналистику, меняют журналистов, меняют их подходы к работе, их рабочий график. Вот... ну это данность такая, время такое, ничего не поделаешь. Точно не надо этому, на мой взгляд, противиться и каким-то что-то старую школу противопоставлять. Зачем? Это технологии, которые развиваются, не стоят на месте, и журналисты должны быть с этими технологиями тоже, потому что как бы с голубями уже никто никакую почту не отправляет, потому что сейчас все здесь, и сейчас читают, и информация появляется молниеносно и должна появляться молниеносно.

Сначала вы практикующим журналистом были, потом редакционная деятельность началась. Сейчас бизнес. Конкретно что в вас изменилось, как вам пришлось поменяться внутренне, переходя из одного этапа в другой?

Ну... вот, например, я сегодня тоже об этом говорил, да. Например я по-другому посмотрел на работу продаж, на работу рекламной службы... иии... нельзя сказать, что в ущерб редакционному контенту, но я заставил себя пересмотреть подходы к производству рекламы и считаю, что до сих пор она у нас не того качества, которое мы можем обеспечить и рекламодателям, и читателям. Я заставляю себя обращать внимание на рекламный контент, вот я по-другому стал... ааа... вообще строить, наверное.... строить свои отношения с сотрудниками, стал больше стараться ценить то, что они умеют очень хорошо делать... эээ... хотя, наверное, все-таки стараюсь... и сам стараюсь обеспечить какую-то учебу, школу для сотрудников тоже, и вообще условия труда их, в первую очередь, улучшать. Вот... то есть... эээ... я меньше стал редакционной деятельностью заниматься, это факт. Но я стал заниматься другой деятельностью, которая оказалась не менее интересна. Я кстати всегда говорю о том, что журналисты должны... эээ... понимать все бизнес процессы в том медиа, в котором они работают. Я лично в этом точно уверен, что главный редактор должен понимать, например, откуда компания берет деньги, и как они зарабатывают, сколько зарплаты получает журналист, сколько зарплаты получают журналисты в других медиа на рынке. Вот... эээ... я искренне считаю, что главный редактор должен работать в тесной связке с программистами, с разработчиками, с рекламным отделом... с другими отделами, отделом продвижения, как они занимаются маркетингом. Вообще никогда не занимался маркетингом. Я и сейчас... мне не хватает знаний маркетинга из области маркетинга, но это факт, что сам контент сам себя не сможет продвигать. Его тоже нужно как-то продвигать. И то, чем я тоже сейчас занимаюсь... мы недавно провели мероприятие “Народная премия Е1”, это я придумал эту премию в Екатеринбурге. Это премия из области маркетинга наша, какие-то такие пиар задачи решает. Но тоже интересно я считаю, что успех премии... мы... почти полмиллиона человек побывало на сайте премии. 5 тысяч компаний предложили. 80 тысяч голосов было за эти компании. Вся элита пришла к нам на мероприятие, руководители, владельцы бизнеса... ааа... успех этого проекта в том, что как раз его готовили совместно представители разных отделов: и рекламы, и редакция, и промо, и руководство. Мы все были в одной связке, редакция понимала, зачем мы эту премию проводим, реклама понимала, зачем мы эту премию проводим, промо понимали, зачем мы эту премию проводим. Это я иллюстрирую то, что я считаю, что журналисты должны интересоваться смежными какими-то такими вещами, а то когда они делают такую.... а... как я, например, раньше... Мне казалось, что отдел рекламы - это прямо враги народа. Вот они только наш прекрасный редакционный контент только портят своей рекламой. Всякую херь публикуют, всякую фигню... “Но, дружище”, - я сейчас сам себе говорю: “Не будет рекламы, ты не сможешь писать большинство того, что сделает из тебя честного журналиста, независимого журналиста”. У тебя очень много будет ограничений, которые связаны с тем, что рекламы нет, но зато тебя финансирует, например, либо государство там, какой-нибудь город, мэрия, область, губернатор, либо какая-нибудь бизнес или политическая структура, которая... эээ... эти медиа создает исключительно для собственных каких-то целей. И эти цели не пересекаются с теми целями, о которых мы говорили в самом начале, где речь идет про обслуживание интересов горожан, в первую очередь, а не заказчиков, не учредителей.

Почему для вас так важно было сокращать количество рерайта?

Я и сейчас, скажем так... мы настойчиво а... настойчиво просим не заниматься переписыванием чужих новостей. Новость, она на то и новость, чтобы сообщить ее первыми, а не пятыми, не вторыми, недесятыми. Слава Богу, Яндекс новости сейчас

показывает, кто в каком порядке переписывает чужие новости. Если в Е1 зайдете, не в Е1, а в екатеринбургскую вкладку Яндекс новостей, то увидите 95% - это скорее всего... это новости, где есть Е1, это где Е1 первый сообщил эту новость, а 5% - это вопрос про... не чей-то эксклюзив, а скорее всего про события какие-то, не знаю... там какой-то сильный пожар, ДТП или там еще что-то произошло, где вопрос в скорости уже, кто पहले, того и тапки, кто पहले встал, того и тапки. И эта модель показала то, что мы на... ааа... используя исключительно эксклюзивные информационные поводы, во-первых, не просто... эээ... привлекаем все больше аудитории... Посещаемость новостей Е1 выросла многократно, то есть для иллюстрации... если еще в 2013 году, когда я пришел, посещаемость только новостей, я сейчас не беру там форумы, сервисы, я сейчас не беру, а только новости, материалы... на Е1 было 110 тысяч уникальных посетителей в сутки, то на сегодняшний день среднесуточная посещаемость - 260 тысяч уникальных посетителей в сутки, это колоссальный трафик и... эээ... такой большой трафик, наверное, показывает, что выбранная стратегия в части эксклюзива... она... эээ... более близка читателям. Это первый плюс. Второй плюс, когда журналисты... ммм... эээ... вынуждены при такой модели... эээ... какие-то дополнительные источники информации искать. Кроме средств массовой информации чужих, они находят интересных людей, они выстраивают с ними связи, они находят компетентных людей, экспертов, которые понадобятся им в следующей работе и... эээ... на будущее... материалы многие у нас первыми появляются еще и потому, что были выстроены эти отношения, были найдены эти люди и... эээ... журналист завоевал авторитет и доверие источников информации в предыдущих публикациях. Написал без ошибок, внятно, понятно, быстро, дал согласовать и так далее. *И когда журналист... эээ... получает хорошего источника информации и вообще большую базу источников информации, это вообще один из самых ценных людей в медиа, получается.* Я иногда таких журналистов сравниваю с менеджером по рекламе. У менеджера по рекламе есть база клиентов, и иногда менеджеру по рекламе достаточно встать из одного ааа... медиа, уволиться, устроиться в другое место, перетащить с собой клиентов и забрать с собой бюджеты, то же самое я говорю про журналиста. Когда у журналиста есть хороший багаж источников информации, он встает и уводит этих источников информации на другое медиа. *И вот, на мой взгляд, когда у журналиста хорошая база источников информации, с которым он плотно работает, он специалист в этой деятельности, то это один из самых ценных журналистов.* Я, может быть, сейчас скажу какую-то крамольную мысль, то иной раз... эммм... в нашей жизни база источников информации, наверное, ценнее какого-то особенного таланта журналистского. Он может красиво писать, интересно, образно, но нет источников информации. А другой пишет... ну корявенько... каждый раз приходится редактору пыhtеть над текстом, но зато он найдет такую информацию, которой нет ни у кого. И эта информация будет подлинная, а не с пресс-релиза, или другого СМИ. И вот честно говоря, мне ближе будет второй журналист. Для меня капитал этот, он ценнее, потому что я уже видел, как за несколько лет журналисты меняются, как их стиль, как их слово меняется. Они пишут в разы гораздо лучше. Но есть журналисты, которые умеют базу источников собирать, а есть, которые, увы, искать материалы не могут, они могут только... им скажут: "Вот напиши про это, либо перепиши вот это, либо вот возьми оттуда". Поэтому мне вот близка больше модель, когда журналист как бы так системно, день за днем собирает источники информации, ездит к ним, знакомится, завоевывает их доверие... ааа... изучает их специализацию, сам становится в какой-то степени специалистом, чуть-чуть понимает это, не сильно поверхностно, и именно из-за этого понимания источник информации больше доверяет этому журналисту, у них завязываются какие-то отношения, которые сверх ценны в нашей работе.

Каких журналистов вы можете назвать авторитетными для вас? Почему?

Ну... я бы не сказал, что мне авторитетно чье-то мнение у журналистов, я не могу так сказать, да. *Поэтому есть журналисты, за которыми я слежу, я называл сегодня Диму Коляева из Znak.com. Мне интересно то, что делает... Эээ... Кашин Олег... Мне интересно то, что делает Парфенов.* Хотя я не знаю, можно ли назвать его журналистом, просто какой-то медийный издатель, режиссер, продюсер и так далее. Вот... поэтому... эээ... вот эта мысль, которая была сегодня сказана на встрече, мне интересны журналисты, которые имеют свое лицо, журналисты-бренды, которые... ааа... переживают насчет собственной репутации. Понимаете, на мой взгляд, журналист, который переживает насчет собственной репутации, никогда не позволит открыто, огульно... Нет... открыто, как-то, на мой взгляд, прямо ммммм... так вот поддерживать вот какие-то политические силы или политические личности какие-то, политические процессы... вот... ааа... не просто поддерживать, а вот поливая грязью другие политические силы. Я могу свое мнение высказать, сказать, что ребята... в этой части, например... в части коммуникации государства и средства массовой информации... российская власть... я не согласен со многими ее какими-то процессами в этой коммуникации, не согласен с законами, которые наспех принимаются, хотя и понимаю, почему они принимаются. Особенно после поездки в Штаты, я вам рассказывал, что я понимаю, почему существующая... действующая власть в России принимает ряд ограничительных мер в области информации... в области распространения информации. Понимаю, потому что действительно ответная мера на действия геополитических... ааа... игроков других... вот, но... эммм... но я бы никогда не позволил себе укутавшись во флаги какой-нибудь Единой России или Навального ходить на их митинги. Нет. И у меня недавно спрашивали, задавали такой вопрос: “Какого бы вы журналиста не взяли на свою работу?”. Я очень долго думал, я никогда не задумывался просто об этом, я вот точно также ответил: *“Пожалуй, я бы не взял на работу журналиста... пожалуй... если бы он был замечен мною... эээ... вот в каком-то таком участии в таких политических процессах на переднем плане, где он, отвергая другие процессы, другие мнения, другие взгляды.... ааа... чересчур... ааа... пропагандирует и... ааа... превозносит взгляды собственные или взгляды своих политических кумиров”.* Вот . Наверное, вот я бы так ответил, что когда журналист отходит от объективности во всем, от максимальной хотя бы независимости... Ведь на своих площадках в социальных сетях мы независимы даже от работодателя или политических взглядов работодателя, учредителя и так далее. Но когда человек в своих социальных сетях пишет там: “Вот эти агенты госдепа, то есть, а эти там агенты Кремля”... там раздает клейма каждому вот... ааа... я не согласен с такой позицией и вот не согласен, что журналисты должны этим заниматься. А те, кто этим не занимается, те кто старается независимую политику, те кто стараются бережно обращаться с фактами, те кто стараются развиваться технологически... вот эти журналисты...эээ... вызывают во мне симпатии... Я за ними слежу, часть из них я вам перечислил.

Ну, я все что хотела, вроде спросила. Спасибо большое!

Интервью с Валерией Васильевной Горонковой

Информант: Валерия Васильевна Горонкова, бывший корреспондент газеты «Уральский рабочий», затем редактор «Четвертого канала».

Дата интервью: 16 ноября 2017 г.

Время проведения интервью: 10.00-11.30.

Интервьюер: В. Хафизова.

Расскажите, пожалуйста, о своем профессиональном пути.

Ну, по первому образованию я инженер-электрик, работала 15 лет в Свердловэнерго. Когда у меня практически была готова диссертация, ну у меня успешная была карьера достаточно как энергетика, я не знаю, почему... а, вспомнила, почему. Меня выбрали редактором стенгазеты, а я человек такой дотошный, я решила, что надо поучиться. И значит пошла в общественный университет печати при газете «Вечерний Свердловск», где Саша Левин был декан, сейчас он пресс-секретарь Союза журналистов. Мне показалось, это так легко и интересно. Мне повстречался чудеснейший человек Рудольф Григорьевич Шипулин, сейчас его нет в живых, он фельетонист известный был тогда очень. Он мой патрон был первый. Он мне давал задания, я их выполняла. А в советское время была такая установка - 40% своих строк, 60 % - авторских, то есть кто-то должен... там рабкоры, собкоры, инженеры, доярки, шоферы... в общем, писать, поэтому я была большой находкой для Шипулина тоже, потому что я писала очень много и в общем всех своих знакомых описала, все очерки, про всех своих друзей... “Людей неинтересных в мире нет”. Вот и эти авторские строки легко давались, ну потом заметил меня зам. редактора, пять лет это продолжалось, никак не хотели... женщина, беспартийная, с очень сомнительной фамилией Очинян (девичья), тогда такая у меня была фамилия. Трудно было в Областной... Три газеты всего было: «На смену», «Уральский рабочий» и «Вечерний Свердловск», вот «Уральский рабочий» самая... как бы крутая, как сейчас говорят. Взяли меня туда на работу, самые лучшие годы профессиональные как журналистки конечно прошли в Уральском Рабочем, потому, что бы не говорили о цензуре и так далее, все равно темы мы выбирали сами, внутренний цензор жил в нас, в журналистах, мы знали, что этого нельзя, а это можно. Но чтобы редактор сказал: «Этого нельзя». Нет. Правда, из Обкома доставалось даже.

Однажды было внеочередное заседание бюро обкома 31 декабря, на котором мой материал рассматривали. Замечание объявили (смеется) вот. Это отдельная тема... Потом, когда началась перестройка, а мой друг и на ту пору зав. отделом Женя Колязев, Евгений Иванович Колязев, тоже великолепный человек, Царствие ему небесное, в общем предложил мне уйти из Уральского рабочего, и я вот как нитка за иголкой за ним... вплоть до Четвертого канала. Значит, Инженерная газета, Аргументы и факты, Коммерсант - это все как-то было вместе. А потом Игорь Миши упорно и настойчиво переманил меня на телевидение. Мишин когда расстался с Шереметом, что лучше меня ему не найти, ну вот так я и появилась на «Четвертом канале». Знаете, я себя телевизионщиком не ощущаю в полной мере, потому что я газетчик по своей сути. Я потом написала восемь книг, то есть я не создала ни одного телевизионного фильма, у меня порыва такого, желания нет. Мне нравится писать, до сих пор нравится писать, теперь я пишу для своих внуков, всякие сказки иногда придумываю. Когда я поняла, что телевидение без меня спокойно обойдется, что все там уже выросли, из моих так сказать с помочей моих сошли уже все: и Аня Титова, и Слава Захаров, и Лена Егорова, в общем, очень талантливые были все ребята, замечательные. Ну и про меня в это время вспомнили мои любимые энергетика. А Чубайс Анатолий Борисович, он обязал всех создать пресс-службы. И как ни

сопротивлялись генеральные директора, они вынуждены были это сделать, Валерий Николаевич Родин меня пригласил, я десять лет там проработала. До реформы. Тоже очень кстати интересно было.

Какие темы Вы выбирали? И еще Вы говорили, что у Вас внутренний цензор, который что-то не позволял вам писать, а что именно?

Например, я прекрасно знала, что как беспартийная, я не имела право критиковать деятельность райкомов, горкомов, всяких партийных работников, и когда появилась такая необходимость, то я пригласила с собой члена партии Мишу Васькова, собкора нашего и мы с ним вместе работали, то есть я собирала материал, отсеивала и писала я, но когда надо было идти в Обком и спрашивать, мол почему вы так себя ведете, то он шел, а не я. *Мне никто не говорил, что нельзя, но я понимала, что это может плохо кончиться, что я... потом, когда напишу материал, то Обком неизвестно, какотреагирует, потому что жаловались в Обком.* И наш редактор Григорий Максимович Каета, он героически отстаивал нас перед Обкомом. Он вызывал, допустим, меня, очень часто, потому что я острая пером была, что говорить. Валерия Васильевна, вот на вас жалоба, я говорила ему, что вот так, так и так. А у нас очень строгое было правило, что все, что вот мы разговариваем, я все стенографирую, там протоколирую, не знаю, как это назвать, не стенограмма, а просто все это записывала и потом показываю человеку, и он ставит свою подпись. То есть все свидетельские показания, они все были в блокноте, особенно все, что касалось острых моментов. Вот такой вот внутренний цензор.

Это был 87 год, так называемый октябрьский маршрут, это было 70 лет советской власти, как раз выступление Ельцина на октябрьском пленуме. Уже тронулся лед. Перестройка уже началась, но еще далеко не все было разрешено. И я писала, ну выбирали вот точки на карте области, можно сказать, очень любила ездить в командировки. И Мартюш есть такой посёлок, как Каменск. Поехала туда и меня заинтересовало, почему нет обелиска. Во всех поселках обязательно этот памятник Обелиск Великой отечественной, а оказывается, это поселок, в котором ссыльные, раскулаченные кулаки, там всякие зажиточные люди жили, и их не брали в армию, и вот они рассказывали мне. Там старые люди еще были живы, они рассказывали мне, как им жилось, как их привезли как их оторвали от родных мест и все такое. А писать об этом было тогда нельзя

Почему?

Потому что это были враги народа. Это раскулаченные люди, их и за дело сослали.

Но уже же перестройка?

87 год еще. Перестройка только начиналась. Уже в 89 уже можно было, я потом написала уже потом об этом материал. "Поселок без обелиска" назывался он. А сначала нет. Вот такой редактор. И я же не спрашивала, можно ли написать. Я же знала, что нельзя.

Вы знаете, Вика, какую мы чувствовали ответственность, это имеет отношение к вашей теме, *ответственность была колоссальная, потому что на газету реагировать были обязаны все, на выступление газеты, и если это выступление в Правде, Обком должен реагировать, если это выступление в Уральском рабочем - все райкомы, там исполкомы, суды, все абсолютно должны были учитывать критическое выступление, снимали людей с работы или наоборот.* Про меня говорили: "Женщина, которая сделала министра". Штагер такой был. То есть вот когда собираешь материал, выслушиваешь все стороны, и обдумываешь, и советуешься с коллегами, с товарищами, с отцом я часто

советовалась со своим. Потому что знаешь, что ты напишешь, и человека инфаркт хватит, или его снимут с работы, заслуживает ли поступок человека такой огромной ответственности, то есть вот иногда ночи не спишь, я тогда думала: «Боже, как же судьи, они каждый день принимают такие решения, я-то раз в месяц принимаю эти решения, а они каждый день, как они спят, как они живут, а если они неправильно решат судьбу человека». И надо сказать, что многие журналисты наши были конечно равнодушные, те, кого профессиональная дефо... выгорание наступило, как у врачей бывает, тоже нет сочувствия, в основном вот мои друзья, по крайней мере, были очень совестливые люди.

Эта ответственность она скорее была перед аудиторией или организациями?

Перед людьми. Перед теми, кого ты критикуешь или высмеиваешь, если это фельетон. Сейчас фельетон ведь как жанр вообще ведь умер. А когда я работала, это был король всех жанров. И фельетонисты были самые уважаемые люди. *Так вот если ты выступаешь в газете с критическим материалом, то будь готова к тому, что обязательно будешь отвечать перед своей совестью, перед редакцией, перед Обкомом партии.*

А какой у Вас главный мотив был заниматься журналисткой деятельностью? Что Вы хотели своими материалами донести, сказать?

Сказать, что я была бунтарем профессиональным - нет. Но я, во-первых, человек неравнодушный, мне всегда было жалко тех людей, которые попадали в тяжелую ситуацию по вине других людей. *Вот какая-то тяга к справедливости возможно, не говоря громких слов, но она была, во всех хороших журналистах она есть. А потом еще просто любовь к слову.* То есть вот действительно, приезжаешь из командировки, тебя переполняют ощущения, садишься перед белым листом бумаги, и тебя трясет, как перед первым свиданием, это надо пережить. Мой муж нынешний говорил, что у него к науке такое отношение, он ученый, он мне описывал вот это свое состояние, когда вот он в результате ряда экспериментов получает результат. Я думаю, у меня то же самое, когда я садилась писать за материал, который меня до глубины души трогал.

Когда Вы пришли в 94 году на Четвертый канал, до вас уже был редактор. Как в это время выглядел Четвертый канал, что из себя представлял?

Пришла, фактически команда была уже создана, провели отбор и даже подготовили пилотный выпуск, не на аудиторию, а внутренний, мне только оставалось выбрать ведущих из предлагаемых: Колю Сазонова и Касю Попову. Они были первыми ведущими на Четвертом канале. Телевидение для меня было темный лес совершенно. Единственное, что я умела и научилась, нескромно, но скажу, что я была первым журналистом телевизионным, который убедил, что новости должны быть новостями сегодняшнего дня. Сейчас это странным кажется, кто будет рассказывать новости вчерашние. Даже Игорь Мишин говорил мне: «Валерия Васильевна, если это вчера было, а мы расскажем сегодня, ну если это интересно». Я говорю: «Тогда информационный подвод надо найти какой-то сегодняшний, допустим, если вчера кто-то кого-то убил, а сегодня его поймали, то нам надо говорить, что его поймали сегодня, а вчера он убил, тогда повод будет - поимка преступника». Ну, это грубо. Я все говорила, что только по поводу сегодняшнего дня, ищите информационные поводы, ребята. Мы стали делать такие новости.

Я была координатор, тогда он назывался исполнительный продюсер, «координатор» слова тогда не было, потом появилось. Записываешь там во столько то-то, во столько то-то, вот здесь то-то. И потом уже часам к 12, когда уже ребята возвращаются, начинаешь отбирать, что чего куда. Сначала посылаешь по этим адресам, репортеров и операторов, потом начинаешь отбирать, что мы поставим в программу с выпускающим редактором.

Выпускающий он был же и ведущий у нас, как правило. Народу было мало, работали очень много. Мне уже тогда 50 исполнилось у них на канале, ну да, год я проработала и... 49 лет мне было, когда я пришла, то есть я была старше всех естественно по определению.

Очень важной для меня была точность, точность для меня была важнее оперативности. Я и ребятам это говорила, но телевизионщики отличаются тем, что они путают фамилии. Вот был такой Леша Нарицын, очень талантливый парень кстати, ну там все были талантливые, он приходил со съемок, садился отсматривать видеоряд перед монтажом и говорил: "Валерия Васильевна, это кто?" показывает мне. Я говорю: «Ты же там был!» «Ну вы же знаете...» Понимаете, вот так. А отсматривать снятый материал времени не хватало, то есть вот они приходили, рассказывали, мы определяли концепцию, я выясняла, со всеми ли они поговорили. Потому что поговорить с одной стороной, это ни в коем случае недопустимо, обязательно нужно со всеми поговорить. Это газетное правило, и на телевидении я его внедряла, потом говорю: «Ну идите». Вот они идут, снимают, что они в титрах пишут, тоже я не знаю, иногда проходишь мимо монтажки, глянешь, какую-нибудь ошибку увидишь, отругаешь, пошел дальше. Значит, вот правило телевизионное, которое и сейчас есть, что без картинки нет сюжета, а вот то, что точность важнее оперативности, тут я думаю, что сейчас грешат телевизионщики.

Заказных у нас не было материалов. То есть заказных в плане там рекламы - да. Дима Басов приходил, говорил, что фирма такая-то, они заплатят, сделайте про них сюжет. Находили информационный повод, делали сюжет, ну интересный повод искали, как правило, чтобы все-таки новости не были дурацкие. А вот что касается политических заказных вещей, нет. Мишин был политически не ангажирован, и никогда он не заставлял меня делать то, что мне не нравилось, он очень уважительно относился к нашей редакции новостной, мы тогда вообще были на особом положении. Все было нам, в первую очередь, и монтажки, и машины, и камеры, в общем, все.

Значит, политическое давление все-таки было?

Да. Но оно проявлялось не в форме политического давления, Мишин был вынужден стать депутатом Областного совета для того, чтобы противодействовать. Был депутатом.

Вы как редактор, был какой-то контент, который Вы не пропускали?

Нет, не совсем так. Что поставить, а что не поставить мы отбирали на стадии отправки журналистов, то есть если это какая-то пресс конференция, допустим, а пресс-конференция это не информационный повод, вот мы ищем, что там можно в этой пресс-конференции, какой вопрос задать, чтобы мнение лидера общественного мнения узнать. Не было таких закрытых тем. Ну естественно, что очень важно, у нас Лена Егорова была, она была большой специалист по тематике, по поводам у нее было очень много знакомых среди врачей, милиционеров, ей все время подбрасывали, даже вплоть до того, что когда вот был такой случай один, что мужик взял заложницу, то ей позвонили, именно конкретно ей, вот и она помчалась и успела как раз снять, как его убили, этого мужика, который взял заложницу. Вот, в общем, не знаю, вот позвонили ей из зоопарка, тигр или лев укусил ребенка руку, откусил.

Ужас!

Ну конечно вроде как ужас, такая новость это тоже новость, ну во-первых, она поучительная, не надо совать руки в клетки, а во-вторых, ну обывателям интересно. Всякие медицинские сюжеты. У нее муж был врачом, причем врач санитарной авиации, она с ним летала. Часто снимала сюжеты по области, какие-то экстренные случаи. Там

медведь задрал человека, повредил сильно. Нет поводов таких чтобы сказать: этого мы не будем делать.

А насколько для Вас тогда были актуальны закон о СМИ и профессионально-этические кодексы?

У нас не было профессионального кодекса (про редакционный устав). И закон о СМИ я не читала, если честно признаться, то есть все было на уровне совести, совести шеф-редактора, совести журналистов. Вот это было важно. Если опровергали какие-то сюжеты, извинялись. Я тогда журналиста вызывала, мы разговаривали с этим человеком, выясняли, что он, допустим, переврал что-то, не то сказал, не ту фамилию назвал, я спрашивала: «Что вы хотите от нас? Хотите, мы в следующем сюжете скажем, что не то, что мы опровергаем что-то, это мы не правильно сказали, а скажем так, как на самом деле, найдем повод информационный?». Выходили из положения, но это было нечасто.

Вы знаете, Вика, очень важно для нас для всех, для меня, в первую очередь, вот именно совесть и сострадание, и сочувствие к человеку. Когда началась война в Чечне, ребятам было очень интересно, все хотели поехать в Чечню. Можно было послать только двух. Естественно послали самых лучших. Лучшего оператора и лучшего репортера. Потом я долго не могла уснуть, несколько ночей думала, имела ли я право. В церковь ходила, хотя признаюсь сразу, я не верующий человек, ходила в церковь поставила свечку, они приехали, слава Богу. И у нас начался новый этап в нашей работе, это мы показывали, они записали письма обращения ребят, которые воевали, ведь даже не знали родители, где их дети, что с ними, и они и мы каждую программу была специальная страница отведена на видеописьма. Очень долго это продолжалось, к нам приезжали отсматривать видеоряды со всей области люди, и женщина привезла пирожки, яблоки, угощала нас сидела с нами: «Ааа вот он, вот он мой сын!». Увидела она его там. Не было записано его видеообращение, но она его увидела в числе всех, увидела, что он жив. Вот социальная ответственность, социально ответственный был наш канал, наша программа. Это было очень важно, и когда сейчас я смотрю новости центральные с отвращением... явно заказные материалы. Не знаю, смогла ли я сейчас бы работать на телевидении, думаю, что нет, мне бы совесть не позволила. Только на «Дожде» если. На телеканале «Дождь».

А каким способом Вы транслировали свои ориентиры ценности, вот Вы же говорите, что Вы воспитываете журналистов, возвращаете, вот каким образом шло вот это воспитание, передача ценностей?

Словами, да. Личным примером. Мы много разговаривали с ребятами, я со многими из них дружила просто по-человечески, они хорошо ко мне относились, гораздо лучше, чем в пресс-службе. В пресс-службе я немножко подрастеряла свое влияние на умы почему-то, так получилось, не знаю. А вот в газете на телевидении мне как-то доверяли они, прислушивались к моему мнению. Репутация была безупречной как у журналиста, честно могу сказать, ни одного суда я не проиграла. У меня всегда была доказательная база, более чем уверенно я себя чувствовала всегда в газете, постаралась также везти себя на телевидении. Искренность, наверное, они верили мне, потому что я была честна с ними, никогда никого не принуждала обманывать.

А Ваши профессиональные принципы менялись с течением времени? Как Вы считаете?

Нет, я не могу сказать, что у меня были профессиональные принципы, это были принципы, которым учили на кафедре теории и практики партийной печати, я потом

университет закончила, когда работала в Уральском рабочем. Мои профессиональные принципы опять же на совести и на ответственности базировались, я не кривлю душой. Интеллигентность, совесть и ответственность, это три кита, на которых вообще человеческий характер нормального русского интеллигента российского строится. Журналист, который не обладает этими качествами, не обладал, он не имел право выносить вердикт, а наше выступление это своего рода вердикт был. Сейчас, по-моему, все по-другому. То есть сейчас они не ездят в командировки, темы черпают из интернета.

Вы назвали эти три кита, а вот откуда они должны появиться в журналисте? Или они должны быть изначально заложены в нем? Или они должны быть образованием или редактором, или государством?

Родителями. Я думаю, что они должны быть в семье, так как государство наше безнравственное и всегда таким было. Значит, институт вообще не нужен журналисту, между нами говоря, в том виде, в каком он тогда существовал. Проф этика был предмет, ну там ... если человек преступник, он прослушает этот предмет, он и останется преступником в душе. Если он бессовестный, совести у него и не прибавится, но, к сожалению, такой тест не проводят при приеме в институт, поэтому очень много бессовестных журналистов. Стыдно признаться, но я когда сдавала историю советской печати, у меня были так называемые флаги, я писала билеты, и все это в дипломат складывала. Преподаватели знали, что я работаю в Уральском рабочем, что я хороший журналист. Поэтому я спокойно открывала, доставала и выкладывала. Потому что, например, о чем писала во втором номере передовая статья, и кто был редактором газеты «Искра», в тот момент запомнить было немыслимо и ни к чему совершенно. Вот дальше «Ленин-редактор». Такой был курс у нас. Преподавательница в это искренне верила, наверное. Потому что потом сын мой учился, после меня уже. То есть я на заочном, а он на очном. И он рассказывал, что он тогда пришел из армии, а его с первого курса забрали, и часть предметов он сдал, а часть – нет. И когда уже время диплом сдавать было, выяснилось, что он не сдал курс «Ленин – редактор», а это был уже 90-й, наверное, год. Он говорит: «Да зачем это надо? Поставьте зачет». А она ему говорит: «Сережа, ну неужели вы считаете, что опыт Владимира Ильича Ленина как редактора вам не пригодится?». Он говорит: «Думаю, что нет». Она говорит: «Нет, я считаю, что вы должны выучить этот курс». В общем, он взял диктофон и пошел по редакциям. Редакторы ему дали интервью, пользуются ли они опытом Владимира Ильича Ленина, и совершенно честно и откровенно сказали, что они ни с ним ни духом не знают, каким редактором был Ленин, и не надо им это. Он принес диктофон, включил, но она ему все равно зачет не поставила, пришлось ему что-то там учить (смеется).

Назовите, пожалуйста, журналистов, чье мнение для Вас авторитетно?

Ну, Леонид Парфенов. Телеканал «Дождь», газета «Медуза». Газета «Медуза» ухитряется сочетать в себе современный подход к журналистике и умение заинтересовать читателя, это мало кому дается, и полное отсутствие желтизны. «Российская газета» очень профессионально делается, хотя там даже ошибки встречаются, просто корректор плохой.

Спасибо большое, Валерия Васильевна!

Интервью с Риммой Александровной Печуркиной

Информант: Римма Александровна Печуркина, бывший корреспондент газет «Уральский рабочий» и «Областная газета»

Дата интервью: 28 ноября 2017 г.

Время проведения интервью: 15.00-16.30.

Интервьюер: В. Хафизова.

Римма Александровна, расскажите о Вашем профессиональном пути и образовании.

Филфак закончила, но мне всегда хотелось на журфак. Боясь конкурса, пошла на филфак. Училась, в школе немножко поработала. Я маленькими перебежками добиралась до Уральского рабочего, я работала в газете «Геолог Урала», многотиражке, мне там тоже нравилось, потому что была возможность ездить даже за пределы области. Я ездила по городам, мне это нравилось. А газету потом закрыли. Тогда взяли меня в Телерадиокомитет, я там работала, я там называлась редактор, но там редактор это невысокая должность, корреспондентская, по сути дела. Я там работала на радио, и на телевидении. А сама все потихоньку мечтала насчет Уральского. Ну я уже показывалась редактору, пришла. Донесся слух, что кто-то уходит, и я пришла показаться, но оказалось, что берут уже, место отдано. Я ушла грустная назад. А потом мне через какое-то время позвонили и сказали: «Если хотите, приходите». Еще бы не хочу. Побежала бегом.

А почему так хотели в «Уральский рабочий»?

А газет-то практически тогда никаких не было. Эти много лет подряд существовали, если не говорить о многотиражках: «Уральский рабочий», «На смену» и «Вечерка». Но «Уральский рабочий» была высшая ступень как бы. Я там нормально работала, орден мне там со временем дали.

А в каком году вы получаете в Уральский рабочий пришли?

Наверное, где-нибудь в 73.

После Уральского рабочего Вы работали в Областной газете. Я читала в Интернете, что Вы ушли из Уральского рабочего по идейным соображениям. Что произошло?

Вот это правильно, потому что как раз была перестройка, эти съезды. На эти съезды я тоже ездила, ну просто как корреспондент от газеты. Там смотрела, как работают наши депутаты, какая там позиция, как там отстаивают свои убеждения, как они участвуют в выборах, какие у них заседания. Писала обо всем. Скажем, какой-то вопрос рассматривают, я начинаю спрашивать у одного, у второго, у третьего депутата. Узнаю их позицию, еще был такой пробный камень, поименное голосование. Скажем, какой-то принципиальный вопрос рассматривается, не знаю, даже отношение к партии, еще КПСС жива здорова была, ну и ловишь данные по этому голосованию, а потом стараешься эти данные показать как-то. Меня руководство наше подталкивало: «Не показывай только вот

демократов своих, давай, все будет взвешенно, если какой-то принципиальный вопрос, то спрашивай у тех, кто не на стороне Ельцина». Я задала вопрос, человек высказался, как он считает нужным, я расшифровала, отправила. Причем это никакая не электронка, это я стенографистке диктовала по телефону. Так работали. Однажды, когда борения на областных уровнях были, пришел к нам представитель Обкома. На уровне заведующего отделом, не секретарь. Тех, кто пишет материалы политические, собрали и начали нас проверять. Дискуссия пошла. Я в этой дискуссии, разумеется, была не на очень правильной с их точки зрения стороне. И нашему гостю это очень не понравилось. Он мне сказал прямо так, злобно и строго: «Это нож в спину в партии». Я пришла и написала заявление об увольнении. Это был мой уход. Сгладить эту ситуацию пытались наши руководители, но я же понимала, что теперь надо держать под козырек, меня это не устраивало, я понимала, что всю палитру мнений надо показывать, так я это и делала.

А до этого были проблемы с Обкомом?

Ну, просто-напросто критические какие-то материалы, которые задевают как-то руководителей каких-то учреждений, были, но я не была такая – политик с флагом, нет. У меня была своя ниша. Я думаю, что ничего такого позорного нет в том, чтобы найти свою нишу, темы свои, которыми достаточно хорошо владеешь, найти круг людей, которому ты можешь доверять. И в конце концов эти общечеловеческие ценности все равно могут быть базой для интересных материалов, за которые не стыдно, которые все равно какую-то пользу приносят. Я конечно на этом выезжала нередко. Напишешь о каких-то энтузиастах, о каком-то человеке замечательном и не кривишь душой, ведь и никому от этого не плохо, но когда уже надо защищать какие-то свои устои, так уж приходится защищать.

Какие мотивы были заниматься журналистской деятельностью, что Вам хотелось донести через свои материалы? Почему Вы занимались журналистикой?

(Смеется) Сам процесс очень нравился, прежде всего. Мне было интересно, я ездила, наверное, больше всех. Природное любопытство – это же двигатель. Очень хотелось найти людей ярких. Иной раз не успокоишься, пока не уловишь у человека какую-то изюминку, какой-то яркий факт в его биографии, что-то интересное, сделанное им, из его привычек, пока не поймешь, не убедишься, что это может хорошо прозвучать, что это не будет занудно и серо. А попытки как-то помочь людям естественно были, потому что я в отделе писем работала долгое время в Уральском рабочем. Писем туда приходила гора, такая гора, что на тебя заваливается, мы там читали эти письма по очереди. Неделью читаешь, дальше можешь ездить. В неделю обычно не уложишься. Я помню, у меня рекордная цифра была прочитать 198 писем, причем их если не принять к расследованию, то их надо куда-то расписать по соответствующим инстанциям. Люди обязаны вмешаться. И недели иной раз и не хватало. Остался хвост какой-то, а тебе надо бы ехать. Слезы лья, писали многие, жаловались на что-то. Сейчас уже не вспомнишь. Но стараешься куда-то ехать, чью-то квартиру, например, решили, человек уволился. Едешь туда, пытаешься. Иной раз появление журналиста все-таки ситуацию разряжает. Кто прав, кто не прав, а засвечиваться неохота. Интерес и благие намерения. Зуд такой был, ехать куда-то, что-то видеть. Говорить какими-то возвышенными словами... нет для этого основания.

Какой образ был у советского журналиста? Как к нему вообще относились люди?

В основном, хорошо. Меня-то все время по глубинкам носило, там редко же журналисты появляются, поэтому интересно им, в диковинку даже. Груз такой был

большой, потому что начинают на житуху свою жаловаться, думаешь: «Ага, с этим еще можно что-то сделать, а тут мне не по зубам». В основном, приветят, чайком напоят, если без всякого комфорта территория, обязательно к бабушке отведут или к себе домой, чтобы еще и поговорить, да и поспрашивать.

А был у Вас внутри внутренний цензор, который Вам не позволял какую-то информацию публиковать? Что Вы сами себе запрещали писать?

Да не знаю. Конечно. Это ощущение пройдет – не пройдет. Я понимала, что где-то надо себя придерживать, потому что, положим, в одном и том же материале те факты, которые вполне после оглашения их на страницах печати могут быть поправлены, а какие-то – нет.

Значит, Вы ушли из Уральского рабочего в Областную газету. А в Областной газете сколько работали?

20 лет, я ушла в 2012 году. Пришли эти новые лихие мальчишки, не совсем мальчишки, но достаточно моложе, такие шапкозакидатели. С ними мне вообще не нравилось. Соберешься куда-нибудь – «Нет, зачем, зачем ездить, деньги тратить? Вот вам компьютер, интернет, телефон, садитесь». Я к этому не привыкла. Я думаю, что и не надо к этому привыкать, они считают, что такая оцифрованная журналистика должна быть сейчас, без живых контактов, без каких-то собственных впечатлений, мне это страшно не нравилось. Я нашла выход из положения, потому что я снова придумала себе нишу. Я предложила путешествия по границе области, везде на стыке двух областей поселки, города, люди. Есть там, что с чем сравнивать. Еще был случай, на какой-то праздник нас приглашали религиозный. Я тоже собралась, а он сказал, что не надо, мы теперь не будем столько давать. Буквально только я уволилась, как он спохватился и велел написать про верхотурский монастырь нашей хорошей сотруднице, взяв по телефону интервью. Отец Филипп сказал этой Татьяне: «Я по телефону готов ответить только Печуркиной, а со всеми остальными я разговариваю с глаз на глаз». Он от меня избавился, и образовались проблемы с тем, чтобы освещать православную тематику. Мне не нравилось такое отношение, конфликты.

Какими качествами, на Ваш взгляд, должен обладать журналист?

Я не знаю, уметь писать, прежде всего. Какой журналист, если казенными словами изъясняется, а это так часто случается. Наверное, хорошо бы, чтобы все были правдолюбцами. И писали хорошо, и умели общаться с людьми, и были настойчивы в отстаивании своих точек зрения. И находить какие-то возможности говорить то, что ты хочешь сказать, а если уже совсем поперек горла, тогда уж уходить. Базовые ценности из общечеловеческих, которые тебе особенно дороги, не отдавать. Хорошо, чтобы в этой нише были твои любимые темы, которые надо делать так хорошо, чтобы туда больше никого не посылали. Надо держаться, потому что это место не только зарплату дает, но и возможность делать что-то хорошее.

Есть ли у Вас авторитетные журналисты?

Я сейчас в этой среде не вращаюсь. Борис Васильевич Воробьев фельетонист. Я работала вместе с ним. Он мои порывы сдерживал, говорил: «Ты что, Печуркина, хочешь меня под удар подвести?». Он был мой зав. отделом, не давал мне очень-то развернуться, а сам-то он боец был, фельетоны такие писал, хвастался, сколько людей по его

фельетонам сняли. Был язык замечательный. Даже я не знаю... нормальных много журналистов... Ирина Клепикова хороший журналист.

Ваши взгляды, профессиональные принципы с течением времени менялись?

Я думаю, точка зрения на какое-то конкретное явление менялась, а принципы, по-моему, нет. Я не знаю, тут в этих перипетиях оценки по линии, кто есть кто, сначала к человеку так относишься, а потом по-другому. А так нет.

Спасибо большое, Римма Александровна! Это очень ценная для меня информация

Таблица 1

Мотивы выбора студентами профессии

Мотивы	Кол-во	%
Хочу заниматься любимым делом, получать удовольствие	58	56,9%
Я смогу реализовать свои способности	52	51,0%
Хочу заниматься творчеством	41	40,2%
Я получу новые знания, возможности для развития	39	38,2%
Хочу приносить пользу обществу, помогать людям	36	35,3%
Стремлюсь стать известным, популярным	22	21,6%
Другое	3	2,9%
Итого:	102	100,0%

Таблица 2

Мотивы выбора профессии студентов разных университетов

Мотивы	УрФУ		ГУ	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Хочу приносить пользу обществу, помогать людям	25	24,5 %	11	10,8%
Я смогу реализовать свои способности	35	34,3%	17	16,7%
Хочу заниматься любимым делом, получать удовольствие	32	31,4%	26	25,5%
Стремлюсь стать известным, популярным	12	11,8%	10	9,8%
Хочу заниматься творчеством	26	25,5%	15	14,7%
Я получу новые знания, возможности для развития	23	22,5%	16	15,7%
Другое	3	2,9%	0	0,0%
Итого:	62	152,9%	40	93,1%

Таблица 3

Мотивы выбора профессии среди работающих и неработающих студентов

Мотивы	Работающие		Неработающие	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Хочу приносить пользу обществу, помогать людям	16	15,7%	20	19,6%
Я смогу реализовать свои способности	20	19,6%	32	31,4%
Хочу заниматься любимым делом, получать удовольствие	23	22,5%	35	34,3%
Стремлюсь стать известным, популярным	4	3,9%	18	17,6%
Хочу заниматься творчеством	12	11,8%	29	28,4%
Я получу новые знания, возможности для развития	17	16,7%	22	21,6%
Другое	1	1,0%	2	2,0%
Итого:	40	91,2%	62	154,9%

Мотивы выбора профессии студентов разного пола

Мотивы	Женский		Мужской	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Хочу приносить пользу обществу, помогать людям	26	25,5 %	10	9,8%
Я смогу реализовать свои способности	39	38,2%	13	12,7%
Хочу заниматься любимым делом, получать удовольствие	44	43,1%	14	13,7%
Стремлюсь стать известным, популярным	14	13,7%	8	7,8%
Хочу заниматься творчеством	30	29,4%	11	10,8%
Я получу новые знания, возможности для развития	34	33,3%	5	4,9%
Другое	2	2,0%	1	1,0%
Итого:	78	185,3%	24	60,8%

Таблица 5

Готовность студентов работать по профессии

Степень готовности	Кол-во	%
Скорее хочу работать журналистом	40	39,2%
Уверен(а), что хочу работать журналистом	37	36,3%
Еще не решил(а)	10	9,8%
Скорее НЕ хочу работать журналистом	9	8,8%
Уверена, что НЕ хочу работать журналистом	6	5,9%
Итого:	102	100,0%

Таблица 6

Готовность работать по профессии студентов разных университетов

Степень готовности	УрФУ		ГУ	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Уверен(а), что хочу работать журналистом	19	18,6%	18	17,6%
Скорее хочу работать журналистом	26	25,5%	14	13,7%
Скорее НЕ хочу работать журналистом	6	5,9%	3	2,9%
Уверена, что НЕ хочу работать журналистом	6	5,9%	0	0,0%
Еще не решил(а)	5	4,9%	5	4,9%
Итого:	62	60,8%	40	39,2%

Готовность работать по профессии студентов разных курсов

Степень готовности	1 курс (б)		2 курс (б)		3 курс (б)		4 курс (б)		1 курс (м)		2 курс (м)	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
Уверен(а), что хочу работать журналистом	14	13,7%	8	7,8 %	7	6,9%	4	3,9%	1	1,0%	3	2,9%
Скорее хочу работать журналистом	8	7,8%	6	5,9%	9	8,8%	14	13,7%	0	0,0%	3	2,9%
Скорее НЕ хочу работать журналистом	1	1,0 %	1	1,0 %	3	2,9%	4	3,9%	0	0,0%	0	0,0%
Уверена, что НЕ хочу работать журналистом	1	1,0 %	1	1,0 %	0	0,0%	2	2,0%	2	2,0%	0	0,0%
Еще не решил(а)	4	3,9 %	3	2,9%	1	1,0%	1	1,0%	1	1,0%	0	0,0%
Итого:	28	27,5 %	19	18,6%	20	19,6%	25	24,5%	4	3,9%	6	5,9%

Таблица 8

Степень готовности работающих и неработающих студентов работать по профессии

Степень готовности	Работающие		Неработающие	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Уверен(а), что хочу работать журналистом	20	19,6%	17	16,7%
Скорее хочу работать журналистом	15	14,7%	25	24,5%
Скорее НЕ хочу работать журналистом	2	2,0%	7	6,9%
Уверена, что НЕ хочу работать журналистом	2	2,0%	4	3,9%
Еще не решил(а)	1	1,0%	9	8,8%
Итого:	40	39,2%	62	60,8%

Таблица 9

Степень готовности работать по профессии по наличию опыта

Степень готовности	Опыт в редакции							
	Менее года		1-2 года		Больше 2 лет		Нет	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
Уверен(а), что хочу работать журналистом	12	11,8 %	12	11,8%	5	4,9%	8	7,8%
Скорее хочу работать журналистом	18	17,6 %	8	7,8%	4	3,9%	10	9,8%
Скорее НЕ хочу работать журналистом	6	5,9 %	2	2,0%	0	0,0%	1	1,0 %
Уверена, что НЕ хочу работать журналистом	2	2,0 %	1	1,0%	1	1,0%	2	2,0%
Еще не решил(а)	6	5,9 %	1	1,0%	0	0,0%	3	2,9%
Итого:	44	43,1%	24	23,5%	10	9,8%	24	23,5%

Таблица 10

Степень готовности работать по профессии студентов разного пола

Степень готовности	Женский		Мужской	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Уверен(а), что хочу работать журналистом	30	29,4%	7	6,9%
Скорее хочу работать журналистом	29	28,4%	11	10,8%
Скорее НЕ хочу работать журналистом	6	5,9%	3	2,9%
Уверена, что НЕ хочу работать журналистом	6	5,9%	0	0,0%
Еще не решил(а)	7	6,9%	3	2,9%
Итого:	78	76,5%	24	23,5%

Таблица 11

Форматы СМИ, в которых работают студенты

Форматы	Кол-во	% от опрошенных	% от ответивших
Интернет-СМИ	17	16,7%	42,5%
Телевидение	10	9,8%	25,0%
Газета, журнал	7	6,9%	17,5%
Конвергентное СМИ (смешанное)	5	4,9%	12,5%
Радио	1	1,0%	2,5%
Итого:	40	39,2%	100,0%

Таблица 12

Форматы СМИ, в которых хотят работать студенты

Форматы	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Конвергентное СМИ (смешанное)	19	18,6%	30,6%
Телевидение	14	13,7%	22,6%
Интернет-СМИ	9	8,8%	14,5%
Радио	7	6,9%	11,3%
Затрудняюсь ответить	7	6,9%	11,3%
Газета, журнал	6	5,9%	9,7%
Итого:	62	60,8%	100,0

Таблица 13

Масштаб распространения СМИ, в которых работают студенты

Масштаб распространения СМИ	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Местное	17	16,7%	42,5%
Региональное	16	15,7%	40,0%
Федеральное	6	5,9%	15,0%
Затрудняюсь ответить	1	1,0%	2,5%
Итого:	40	39,2%	100,0%

Таблица 14

Масштаб распространения СМИ, в которых хотят работать студенты

Масштаб распространения СМИ	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Федеральное	24	23,5%	38,7%
Международное	16	15,7%	25,8%
Региональное	10	9,8%	16,1%
Затрудняюсь ответить	9	8,8%	14,5%
Местное	3	2,9%	4,8%
Итого:	62	60,8%	100,0%

Таблица 15

Тип собственности СМИ, в которых работают студенты

Тип собственности СМИ	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Частное	21	20,6%	53,8%
Государственное	9	8,8%	23,1%
Корпоративное	5	4,9%	12,8%
Муниципальное	4	3,9%	10,3%
Итого:	39	38,2%	100,0%

Тип собственности СМИ, в которых хотят работать студенты

Тип собственности СМИ	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Частное	35	34,3%	56,5%
Государственное	13	12,7%	21,0%
Корпоративное	9	8,8%	14,5%
Муниципальное	3	2,9%	4,8%
Ни в каком	1	1,0%	1,6%
В любом	1	1,0%	1,6%
Итого:	62	60,8%	100,0%

Таблица 17

Форма занятости работающих в СМИ студентов

Форма занятости	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
В штате на постоянной основе	16	15,7%	40,0%
По договору/по совместительству	8	7,8%	20,0%
Фрилансер	8	7,8%	20,0%
Как самостоятельный автор/блогер	6	5,9%	15,0%
Затрудняюсь ответить	2	2,0%	5,0%
Итого:	40	39,2%	100,0%

Таблица 18

Предпочитаемая форма занятости неработающих студентов

Форма занятости	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
В штате на постоянной основе	33	32,4%	53,2%
Как самостоятельный автор/блогер	11	10,8%	17,7%
Фрилансер	7	6,9%	11,3%
Затрудняюсь ответить	6	5,9%	9,7%
По договору/по совместительству	5	4,9%	8,1%
Итого:	62	60,8%	100,0%

Содержательная направленность СМИ, в которых работают студенты

Содержательная направленность СМИ	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Информационно-аналитическое	17	16,7%	42,5%
Информационно-развлекательное	11	10,8%	27,5%
Культурно-просветительское	6	5,9%	15,0%
Деловая журналистика	2	2,0%	5,0%
Спортивный интернет портал	2	2,0%	5,0%
Корпоративная газета	1	1,0%	2,5%
Модные журналы	1	1,0%	2,5%
Итого:	40	39,2%	100,0%

Таблица 19

Содержательная направленность СМИ, в которых хотят работать студенты

Содержательная направленность СМИ	Кол-во	%от опрошенных	%от ответивших
Информационно-развлекательное	27	26,5%	43,5%
Культурно-просветительское	16	15,7%	25,8%
Информационно-аналитическое	10	9,8%	16,1%
Расследовательская журналистика	4	3,9%	6,5%
Деловая журналистика	3	2,9%	4,8%
Ни в каком	1	1,0%	1,6%
Не выбрал	1	1,0%	1,6%
Итого:	62	60,8%	100,0%

Таблица 20

Образ журналиста в представлениях студентов

Образ журналиста	Кол-во	%
Творчески мыслящий человек, новатор, способный создавать уникальный контент (художник)	51	50,0%
Известный в профессиональных кругах, авторитетный, компетентный, всегда в центре событий, стремится к новым знаниям (специалист)	32	31,4%
Честный, объективный, ответственный, стремящийся к правде и справедливости (гуманист)	17	16,7%
Другое («Любой», «Все три»)	2	2,0%
Итого:	102	100,0%

Образ журналиста в представлении студентов разных университетов

Образ журналиста	УрФУ		ГУ	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Честный, объективный, ответственный, стремящийся к правде и справедливости	13	12,7%	4	3,9%
Творчески мыслящий человек, новатор, способный создавать уникальный контент	27	26,5%	24	23,5%
Известный в профессиональных кругах, авторитетный, компетентный, всегда в центре событий, стремится к новым знаниям	21	20,6%	11	10,8%
Другое («Любой», «Все три»)	1	1,0%	1	1,0%
Итого:	62	60,8%	40	39,2%

Таблица 22

Образ журналиста в представлениях работающих и неработающих студентов

Образ журналиста	Работающие		Неработающие	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Честный, объективный, ответственный, стремящийся к правде и справедливости	6	5,9%	11	10,8%
Творчески мыслящий человек, новатор, способный создавать уникальный контент	21	20,6%	30	29,4%
Известный в профессиональных кругах, авторитетный, компетентный, всегда в центре событий, стремится к новым знаниям	12	11,8%	20	19,6%
Другое («Любой», «Все три»)	1	1,0%	1	1,0%
Итого:	40	39,2%	62	60,8%

Таблица 23

Образ журналиста в представлениях студентов разного пола

Образ журналиста	Женский		Мужской	
	Кол-во	%	Кол-во	%
Честный, объективный, ответственный, стремящийся к правде и справедливости	11	10,8%	6	5,9%
Творчески мыслящий человек, новатор, способный создавать уникальный контент	44	43,1%	7	6,9%
Известный в профессиональных кругах, авторитетный, компетентный, всегда в центре событий, стремится к новым знаниям	23	22,5%	9	8,8%
Другое («Любой», «Все три»)	0	0,0%	2	2,0%
Итого:	78	76,5%	24	23,5%

Личности, которым подражают студенты

Личности	Кол-во	%
Никому	48	47,1%
Владимир Познер	17	16,7%
Юрий Дудь	11	10,8%
Леонид Парфенов	4	3,9%
Ирада Зейналова	4	3,9%
Иван Ургант	3	2,9%
Себе	3	2,9%
Ксения Собчак	2	2,0%
Марина Ахмедова	2	2,0%
Тина Канделаки	2	2,0%
Георгий Черданцев	2	2,0%
Дмитрий Быков	2	2,0%
Анастасия Ивлеева	2	2,0%
Александр Гордон	2	2,0%
Сергей Минаев	1	1,0%
Елена Летучая	1	1,0%
Юрий Рост	1	1,0%
Анна Винтур	1	1,0%
Опра Уинфри	1	1,0%
Роман Кармен	1	1,0%
Константин Симонов	1	1,0%
Мария Ситтель	1	1,0%
Дмитрий Соколов-Митрич	1	1,0%
Виталий Волочай	1	1,0%
Андрей Голубев	1	1,0%
Ярослав Кузнецов	1	1,0%
Андрей Лошак	1	1,0%
Евгений Фельдман	1	1,0%
Иннокентий Шеремет	1	1,0%
Ольга Скабеева	1	1,0%
Владимир Роменский	1	1,0%
Регина Тодоренко	1	1,0%
Дмитрий Киселев	1	1,0%
Алексей Венедиктов	1	1,0%
Аркадий Мамонтов	1	1,0%
Дмитрий Шлыков	1	1,0%
Василий Уткин	1	1,0%
Хантер Томпсон	1	1,0%
Ольга Шелест	1	1,0%
Сумма:	129	126,5%
Итого:	102	100,0%

Таблица 25

Личности, которым не хотят подражать студенты

Личности	Кол-во	%
Нет таких	67	65,7%
Владимир Соловьев	12	11,8%
Юрий Дудь	9	8,8%
Ксения Собчак	4	3,9%
Журналисты с федеральных каналов	3	2,9%
Дмитрий Киселев	2	2,0%
Андрей Малахов	2	2,0%
Владимир Познер	2	2,0%
Ольга Скабеева	1	1,0%
Маргарита Симонян	1	1,0%
Виталий Седюк	1	1,0%
Иннокентий Шеремет	1	1,0%
Владислав Завьялов	1	1,0%
Пётр Толстой	1	1,0%
Артём Шейнин	1	1,0%
Евгений Попов	1	1,0%
Алексей Венедиктов	1	1,0%
Александр Гордон	1	1,0%
Сумма:	111	108,8%
Итого:	102	100,0%

Таблица 26

Оценка студентами ценностей, связанных с созданием журналистских материалов (по 5-бальной шкале)

Ценности	1	2	3	4	5	Среднее
Фактчекинг	0(0,0%)	1(1,0%)	8(7,8%)	22(21,6%)	71(69,6%)	4,6
Точность	0(0,0%)	1(1,0%)	5(4,9%)	38(37,3%)	58(56,9%)	4,5
Честность	0(0,0%)	0(0,0%)	7(6,9%)	37(36,3%)	58(56,9%)	4,5
Уважение к источнику информации	0(0,0%)	3(2,9%)	15(14,7%)	33(32,4%)	51(50,0%)	4,3
Оперативность	2(2,0%)	2(2,0%)	17(16,7%)	33(32,4%)	48(47,1%)	4,21
Объективность	2(2,0%)	1(1,0%)	14(13,7%)	46(45,1%)	39(38,2%)	4,17
Достоверность	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	102(100,0%)	0(0,0%)	4,00
Эксклюзивность	0(0,0%)	3(2,9%)	30(29,4%)	37(36,3%)	32(31,4%)	3,96
Большое количество лайков	10(9,8%)	8(7,8%)	36(35,3%)	26(25,5%)	22(21,6%)	3,41

Таблица 27

Оценка студентами ценностей, характеризующих отношение журналиста к власти, коллегам и аудитории (по 5-бальной шкале)

Ценности	1	2	3	4	5	Среднее
Свобода слова	0(0,0%)	2(2,0%)	8(7,8%)	28(27,5%)	64(62,7%)	4,51
Уважение авторского права	1(1,0%)	1(1,0%)	11(10,8%)	39(38,2%)	50(49,0%)	4,33
Выражение общественных интересов	0(0,0%)	2(2,0%)	12(11,8%)	40(39,2%)	48(47,1%)	4,31
Независимость	1(1,0%)	2(2,0%)	11(10,8%)	38(37,3%)	50(49,0%)	4,31

Таблица 28

Оценка студентами ценностей, связанных с миссией журналиста (по 5-бальной шкале)

Ценности	1	2	3	4	5	Среднее:
Раскрытие правды	1(1,0%)	3(2,9%)	13(12,7%)	32(31,4%)	53(52,0%)	4,3
Помощь людям	0(0,0%)	3(2,9%)	16(15,7%)	40(39,2%)	43(42,2%)	4,2
Высокий доход	2(2,0%)	6(5,9%)	10(9,8%)	42(41,2%)	42(41,2%)	4,14
Авторитетность	1(1,0%)	5(4,9%)	19(18,6%)	38(37,3%)	39(38,2%)	4,07
Признание	0(0,0%)	3(2,9%)	28(27,5%)	38(37,3%)	33(32,4%)	4
Служение обществу	2(2,0%)	3(2,9%)	28(27,5%)	38(37,3%)	31(30,4%)	3,9
Популярность	4(3,9%)	11(10,8%)	31(30,4%)	33(32,4%)	23(22,5%)	3,6

Интервью со Светланой Дашиевной Балмаевой

Информант: Светлана Дашиевна Балмаева, декан факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета, эксперт в области теории журналистики.

Дата интервью: 10 марта 2018 г.

Время проведения интервью: 15.00-15.30.

Интервьюер: В. Хафизова

Светлана Дашиевна, расскажите, пожалуйста, почему Вы выбрали работу в сфере журналистики, и как стали деканом факультета журналистики?

Я с 14 лет, еще будучи школьницей, работала на читинской студии телевидения, была ведущей ежемесячной программы для старшеклассников под названием «Современник», мне это очень-очень нравилось, и я это делала с 14 лет до выпускного класса. И хотела поехать на журфак МГУ поступать, мне дали такую большую характеристику-рекомендацию от областного комитета по телевидению и радиовещанию. Я поехала поступать на журфак, а поступила на философский факультет, но все, что связано с журналистикой, так и осталось для меня очень интересным, просто это еще дополнилось большим интересом к теории массовой коммуникации, к работам Маклюэна. И потому, что мне кажется, что в самом деле коммуникация очень сильно определяет все другие стороны жизни общества. И параллельно так получилось, что я работала преподавателем истории философии, а еще я занималась, всегда с интересом читала работы, которые выходят по теории коммуникации. Наш университет был создан в 1990 году, а в 96 году руководство университета пришло к выводу, что нужно открыть факультет журналистики, и меня собственно пригласили учредители. Мы же друзья все, и я взялась, и вот с 1996 по сегодня я занимаюсь этим проектом, мне это очень нравится и мне это очень интересно.

Каков, на Ваш взгляд, современный облик студентов, обучающихся на факультете?

Я уже говорила не раз, что приходят два типа людей. Одни - борцы за справедливость, для которых журналистика это просто один из инструментов. Другие – люди, которые просто хотят стать известными и понимают, что карьера журналистская позволяет им жить интересной жизнью в среде известных людей. И это вообще может быть в одном флаконе, и это все нормально. Потому что даже пока студенты учатся, видно, как происходят изменения в мотивации. Кто-то вдруг обнаруживает, что он не сможет работать журналистом, в силу этого очень напряженного труда журналиста, в силу того, что очень большие требования к речи, к владению языком, что обычно 50 % отсеиваются именно потому, что происходит коррекция мотивов.

Сейчас конечно появилась новая краска в мотивах поступающих, это все что связано с развитием сетей, поскольку очень много непрофессиональной журналистики и много очень фантазий по поводу непрофессиональной журналистики, блогеров, которые много зарабатывают, что происходит какая-то деформация мотивов. Да появился такой тип людей, которые вдохновлены развитием блогерства.

Какая доля выпускников, на Ваш взгляд, работает по специальности?

Это хороший вопрос, и нам бы надо промониторить. Но есть два обстоятельства, которые нужно учитывать, поскольку факультет давно существует, то мы видим, что, условно говоря, 75 % выпускников уходит в профессию. Но остаются ли они там потом, спустя, например, 5 или 10 лет профессиональной карьеры, потому что не секрет, что работа журналиста по нервным перегрузкам как работа космонавта, может быть и есть профессиональное выгорание. Поскольку эксплуатация на телекомпаниях очень высокая, по два сюжета в день, - это одна история. Вторая - человеку надоедает работать в новостях, поскольку там маленький сюжет, это короткое высказывание, а люди хотели бы делать более сложные.

Какова роль высшего образования в воспитании Ваших студентов, в формировании их ценностных ориентаций?

Поскольку у нас приходят абитуриенты очень молодые люди, не как в Европе, не 20 летние, которые уже более точно себя понимают, и соответственно свои надежды и планы готовы более рефлексивно обсуждать. У нас очень молодые люди приходят поступать, и мне кажется, по мере того, как они учатся, они начинают понимать то, чего они не понимают, пока не поступили на факультет. Это более точная профессиональная деятельность, что это такое после практик. И в зависимости от успешности первой практики видно, как происходит ломка мотивов, потому что кому-то поручали более ответственную работу, и у него вышли материалы, а кто-то там кофе носил и был все время в зависимости. Они не увидят результата и социального признания той деятельности, которую они осуществляли на практике. И по мере того, как сила практического обучения и того, что у нас на факультете и того, что на учебной и производственных практиках, это вот коррекция мотивов. Потом в любой профессии человек должен встретиться с каким-то маяком, на которого он бы хотел походить, чтобы он мог взвесить, что его ждет при зрелой карьере, при этом это не обязательно должно выражаться в формах социального признания в виде денег, ну а в форме, может быть, авторитета среди профессионалов. Это тоже ведь ты не знаешь, пока не начнешь учиться. Ну и все-таки вуз всегда есть социальный лифт. Он позволяет адаптировать свое понимание профессии. Тем более, что у нас на факультете образование не в передаче слов заключается, а в том, чтобы студент создавал практический проект. И первый неуспех и первый успех - это самое ценное лекарство. Фактически, пока человек не пройдет этим путем, он не узнает своих возможностей, ошибок, поэтому у человека есть святое право совершить свои собственные ошибки. Ошибки - условие дальнейшего роста.

Какие еще субъекты влияют на становление профессиональных ценностей журналистов?

Если уж говорить совсем просто, то мне кажется, что ценности, которые в значительной степени детерминируют личность, вырастают в семье, и связано это с формированием языковой личности тоже, с наличием рефлексивного навыка у человека - навык самовоспитания, тоже в семье должен сформироваться. И затем это только потом получает профессиональную огранку. Не бывает так, что пришел бесчестный человек, и тут благодаря высшему образованию вдруг стал честным. Другой вопрос, что он, получая профессиональное образование, был не чутким, он не видит каких-то сложностей, противоречий в жизни.

А каким способом Вы транслируете свои ориентиры, ценности студентам?

Мне кажется, что у нас никто не делает этого демонстративно, так специально, просто потому что у нас небольшой коллектив, и коллектив очень ярких личностей, которых я очень уважаю и которые уважают друг друга, и это позволяет создавать такую атмосферу, когда никакой трескотни какой-то идеологической или даже ценностной нет, но все понимают, о чем идет речь. Либо у нас есть специальные предметы: «Основы теории журналистики». Я там тоже никогда на баррикады не лезу и каких-то пламенных речей не произношу, даю тексты, которые с той же Догмой газеты Ведомости, чтобы они их сами разбирали, и как бы это приходило к ним как требования других профессионалов, а не как норму, которую озвучивают уста преподавателей, ну это более правильный, на мой взгляд, подход.

Есть ли такие журналисты в современном российском медиaprостранстве, на которых студентам стоит ориентироваться? Кто это? А на каких журналистов не нужно ориентироваться студентам и почему?

Да, конечно. Леонид Парфенов. Но надо сказать что абитуриенты сейчас приходят, они не знают, кто такой Парфенов, поскольку у него нет давно эфиров. И есть ряд журналистов, которых я лично очень уважаю, но студенты, у них нет такого широкого поискового поля. Я, например, очень уважаю Кононова, такой журналист, который сейчас главный редактор журнала Секрет фирмы. Я вот всегда ездила на Медиамейкерс конференцию, где лучшие медийные проекты обсуждаются. И когда Кононов говорит, ты прямо с ним солидаризируешься, с его ценностями, когда он говорит, что журналистика важна, нужна, что мы сами не будем вкладываться вопреки тем трендам, которые развиваться будут более успешно, чем честная журналистика. Все равно в любой области бывают лидеры мнений, на которых ориентируются. Для него, наверное, лидер мнения – Парфенов. Еще бы я сказала - Шура Буртин с журнала Русский репортер, Дмитрий Соколов-Митрич. Михаил Старков - Деловой квартал.

Не стоит ориентироваться - значительная их часть в газете Комсомольская правда работают. Такая оценочная журналистика.

Как Вы считаете, насколько курс “Профессиональная этика” и кодексы профессиональной этики, которые там преподаются, актуальны в настоящее время?

Я считаю, что это очень важный курс. И очень благодарна Борису Николаевичу Лозовскому, что он всегда с момента создания нашего факультета вел этот курс. Я рада, что я это не преподаю, а преподает человек из другой журналистской школы с очень именем хорошим. Потому что нет профессии без профессиональных ценностей.

Кодексы актуальны, а как без этого... Я считаю, что в любой профессиональной деятельности есть кодексы. Даже если мы их не формулируем, но есть такое понятие неявного знания. Что есть какие-то принципы в профессиональной деятельности, которых данное сообщество придерживается на уровне социального инстинкта. Либо эта профессия выживает, либо умирает, если мы каких-то ценностей не соблюдаем. А коль скоро объективная ситуация есть, то они должны быть опредмечены, то есть они должны быть сформулированы, об этом нужно говорить, и это залог жизнеспособности любой профессиональной деятельности.

Какие, на Ваш взгляд, события, разделяющие советскую эпоху и современную, повлияли на ценностные ориентации журналистов? И каким образом?

Во-первых превращение российской медиаиндустрии, медиабизнес, разделение государственных средств массовой информации, которые питаются из гос. бюджета, и независимых, которые могут учреждаться отдельными физ. лицами, либо организациями, и которые на свой страх и риск выживают. И среди них тоже там огромное множество, какие-то богатые медиаорганизации, а могут быть издания, которые муниципалитет содержит, а могут быть издания, которые вообще индивидуальный предприниматель создал в небольшом городке. Я знаю, что в Свердловской области такого опыта очень много. Поэтому появление частной собственности в российской экономике, и соответственно появление частной собственности в медиаиндустрии, это очень важный переломный фактор. И очень важный переломный фактор - пришли люди, которые могли вообще не иметь журналистского образования. Они это делали на свой страх и риск, как у них получалось, и в этом смысле был момент депрофессионализации профессиональной журналистской деятельности. В равной мере была такая девальвация профессионального журналистского образования. Считалось, что наличие журналистского диплома это волчий билет в профессию.

В чем, на Ваш взгляд, заключаются ключевые различия в ценностях современных журналистов и советских?

Мне кажется, что в советской журналистике было много очень честных хороших журналистов, но средства массовой информации Советского союза всегда имели в качестве учредителя какую-то государственную организацию. Поэтому все средства массовой информации были практически государственные, если вот только мы не говорим о профсоюзах, о тех средствах массовой информации, которые были учреждены профсоюзами. А журналисты могли понимать свою миссию по-разному. Одни могли чувствовать себя служителями интересов государства, а могли быть журналисты, которые всегда знали свою аудиторию и писали для своей аудитории. Поэтому человек, который работает для своей аудитории - это скорее исключение из всего корпуса советских журналистов. И появление независимых СМИ как раз заставило понимать, что ты работаешь для конкретной аудитории. Мне кажется, что все-таки это более здоровая ситуация. Так что либо во главе угла интересы государства, либо во главе – интересы аудитории. Это главная демаркационная линия

А Ваши профессиональные принципы менялись с течением времени? Если да, то каким образом?

Я четко понимаю свое место в этом мире, я часть журналистского образования. И моей задачей было создать очень гибкую, очень подвижную, адекватную региональному рынку образовательную модель. Я за это отвечаю головой, поскольку мы еще отвечаем перед кошельком родителей наших студентов. Соответственно я по своему образованию, воспитанию, истории семьи, я конечно человек, который за историческую справедливость, за социальную справедливость.

Охарактеризуйте, пожалуйста, журналиста будущего? Каким он будет, на Ваш взгляд?

Честно сказать, я не могу ответить точно, потому что на эту тему сама размышляю. Совершенно очевидно, что сейчас, если раньше у тебя был талант хорошо писать - ну и сиди и пиши, а тебе снимать необязательно, а сейчас очевидно, что ты хочешь – не

хочешь, ты должен уметь работать многими инструментами. Это поле инструментальное журналиста будущего, так, причем ты никогда не можешь сказать, что владеешь ими хорошо, потому что уже через месяц появится новый программный продукт, который тебе в чем-то упростит, в чем то усложнит, поэтому просто вообще не представляю. Еще есть такая вещь - профессиональный успех должен как-то измеряться в признании профессиональной средой, затем мерило жизненного успеха - либо деньги, либо какое-то громкое имя. Сейчас все фрагментируется, люди могут вообще не знать.

Спасибо Вам большое за интервью!

Интервью с Борисом Николаевичем Лозовским

Информант: Борис Николаевич Лозовский, декан факультета журналистики Уральского федерального университета, преподаватель дисциплины «Профессиональная этика журналиста», председатель палаты медиасообщества Уральской общественной коллегии по жалобам на прессу.

Дата интервью: 20 марта 2018 г.

Время проведения интервью: 12.00-12.30.

Интервьюер: В. Хафизова

Борис Николаевич, почему Вы выбрали работу в сфере журналистики? И почему конкретно в сфере профессиональной этики?

Не думаю, что первый вопрос относится к теме магистерской диссертации. Что касается второго, то на него ответил аргентинский писатель Габриель Гарсиа Маркес: «В журналистской профессии профессионализм и этика неразделимы так же, как жужжание и муха».

Охарактеризуйте Ваших студентов, каков современный облик студента-журналиста, кто сегодня стремится стать журналистом, получить эту профессию?

Картина довольно пестрая. Примерно треть – это мотивированные студенты, прошедшие подготовительные курсы «Воскресная школа», участники конкурсов юных журналистов, слушатели разного рода курсов для начинающих журналистов, имеющие, как правило, публикации в СМИ. Из таких, как правило, работодатели берут в штат даже со второго курса. Вторая треть – заинтересовавшиеся в журналистике, с любопытством изучающие профессию, во время учебы начинающие понимать куда они попали и зачем. Оставшаяся треть – дети, решившие с чистого листа попробовать, «а вдруг что-то и получится?» Тем более, что платят родители. Получается не у всех. Но это разделение на страты очень условно.

А что касается облика, то практически все они вооружены современными гаджетами, виртуозно с ними обращаются, поэтому отсутствие начитанности с лихвой компенсируют интернетом. Круг интересов очень широк. Сбиваются в сетевые стаи. Одним словом, поколение технически хорошо вооруженное, но при этом скудно социализированное. В былые времена один месяц на картошке давал реальное представление о жизни, без чего журналистом по-настоящему не стать. Жаль, что такая практика исчезла насовсем из вузовской жизни. К тому же они учились в другой школе, у других учителей, воспитывались родителями, выросших во время перемен. Они читают другие книги, кроме того, что нужно по ЕГЭ. Слушают другую музыку. В отличие от нашего поколения.

Какая доля выпускников, на Ваш взгляд, работает по специальности?

Примерно треть работает в средствах массовой информации, примерно треть в рекламных агентствах, пиар-службах и подобных организациях, остальные – кем только не работают, от бизнес-тренера до владельца магазина по продаже кальянов.

Какова роль образования в воспитании журналистов, в формировании ценностных ориентаций?

Здесь принципиальное значение имеет преподаватель с его жизненным, профессиональным и гражданским опытом. В памяти многих поколений студентов есть несколько имен педагогов нашего факультета, существенно повлиявших на профессиональную траекторию выпускника и на сумму его ценностей.

Какие еще субъекты влияют на становление профессиональных ценностей журналистов?

Естественно, те СМИ, в которых они проходят практику и далее работают, старшие коллеги, редакторы, спонсоры, рекламодатели – в разной степени многие субъекты, в том числе и аудитория.

А каким способом Вы транслируете свои ориентиры, ценности студентам?

При каждом удобном случае «долблю»: все, что вами написано, должно быть выправлено, вычитано, отредактировано, без единой ошибки, снабжено заголовком.

Есть ли такие журналисты в современном российском медиапространстве, на которых студентам стоит ориентироваться? Кто это? А на каких журналистов не нужно ориентироваться студентам и почему?

Все зависит от того, чего хочет добиться студент, обучаясь на журфаке. Если он хочет «сеять разумное, доброе, вечное», то это будет один список. Если он желает добиться правды, заняться расследованиями – другой. Если он хочет попасть на TV-экран – третий. Стать блогером с миллионом подписчиков – четвертый. «Заработать», выполняя заказы, – пятый. И так до бесконечности.

Профессиональный кодекс российского журналиста, в создании которого, насколько я помню, Вы тоже принимали участие, был одобрен в 1994 году. Как происходил процесс его создания?

На том Конгрессе была создана рабочая группа. Туда включили меня, видимо, для массовости. Мы обсудили проект, подготовленный Павлом Гутионтовым, внесли правку, дополнения, потом вынесли на обсуждение делегатов. Обсуждали долго, в конечном итоге так и не приняли, а только одобрили. Потом было проведено несколько семинаров в разных регионах страны, в том числе и в Екатеринбурге, но собранные замечания и поправки так и остались не учтенными. Поэтому Кодекс имеет тот вид, в котором он был одобрен Конгрессом.

Почему в журналистском сообществе возникла потребность в саморегулировании? Почему недостаточно Закона о СМИ?

Отнюдь не все еще регулируется законодательством. Но есть еще один негласный закон: если профессиональное сообщество не принимает на себя дополнительных обязательств перед обществом, государством, аудиторией, то кто-то другой примет их в форме законов. Этот другой, как правило, – государство. Известны многочисленные и не прекращающиеся попытки «усовершенствовать» ЗРФ «ОСМИ», купируя существующие права журналиста.

Чем Медиаэтический стандарт 2015 года отличается от своих предшественников?

Он значительно подробнее и конкретнее, чем «Кодекс профессиональной этики российского журналиста». Хотя, как мне кажется, «Положение о порядке контроля за соблюдением положений «Кодекса профессиональной этики российского журналиста», созданное на основе «Кодекса профессиональной этики журналиста», принятого последним съездом Союза журналистов СССР на конфедеративной основе в 1991 году, несмотря на некоторые устаревшие положения, более конкретно формулирует проступки и нарушения профессиональной этики журналистов.

Насколько кодексы профессиональной этики актуальны в настоящее время?

В связи с появлением Большого Жюри при Союзе журналистов и подобных институций на местах и, в особенности, активные практики «Общественной коллегии по жалобам на прессу», она рассмотрела более 170 жалоб, и в своих решениях точно квалифицировала нарушения профессиональной этики журналистами, профессиональное сообщество стало более внимательно относиться к таким оценкам. А общественность увидела в ней возможность более активного влияния на то, что производится СМИ и журналистами.

Можно ли сказать, что принципы универсальные и подходят для всех поколений, или все-таки какие-то из них устарели и появились новые?

Цифровизация, коммерциализация, корпоративизация СМИ вызывают существенные изменения в профессиональных стандартах и представлениях о норме в журналистском деле. Это тема для отдельной монографии и, может быть, даже нескольких.

В 2016 году возникла Уральская коллегия по жалобам на прессу. Вы являетесь Членом палаты медиасообщества. Какие споры рассматриваются чаще всего? Связанные с жалобами на прессу или со спорами, которые происходят внутри медиасообщества? Какие именно?

Я - председатель палаты медиасообщества. Уполномоченный по правам человека Свердловской области Татьяна Мерзлякова – председатель Палаты медиааудитории. В марте этого года мы заслушали пока лишь одно обращение. Поэтому опыт только накапливаем.

В чем, на Ваш взгляд, заключаются ключевые различия в ценностях современных журналистов и советских?

Есть такая книжка, написанная журналистами-известинцами, - «С журналистикой покончено. Забудьте!» Там авторы «грустят» по поводу утраченных ценностей. Есть книжка современного журналиста-расследователя, автора «Новой газеты» Леонида Никитинского «Апология журналистики», где автор выступает в защиту журналистики как таковой. Есть бездна текстов, где авторы то хоронят, то воскрешают профессию. Есть полчища технократов, призывающих пересмотреть ценности. Сегодня мало чего устоявшегося везде, не только в СМИ, не случайно получил распространение термин «текущая современность».

Однако «ключевые», я бы назвал их базовыми, ценности, а именно: первичный контакт журналиста с источником, проверка полученных сведений, грамотным русским языком составленный текст, ответственность перед источниками и аудиторией – вечны.

Охарактеризуйте, пожалуйста, журналиста будущего? Каким он будет, на Ваш взгляд?

Никто не мог в двадцатом веке предсказать такое взрывное развитие средств коммуникаций. Теперь каждый - сам себе медиа, сам себе «журналист» и гражданин мира. Что будет дальше, - гадать не буду. Скажу только одно, у журналистики, как профессии, работающей на общественное благо, несмотря на ее многочисленные извращения и похороны, не только богатейшая история, у нее все еще впереди.

Большое спасибо за помощь, Борис Николаевич!

Удачи.

Дорогие друзья!

Я студентка Департамента политологии и социологии УрФУ. В настоящее время провожу социологическое исследование, посвященное профессиональным ценностям журналистов.

Приглашаю Вас принять участие в данном исследовании и заполнить анкету. Опрос является анонимным, результаты будут использованы в обобщенном виде.

1. Являетесь ли в текущее время студентом факультета журналистики?

1. Да
2. Нет

2. В каком университете Вы учитесь?

1. Гуманитарный университет
2. Уральский Федеральный университет
3. Не обучаюсь ни в одном из них

3. Ваш курс

1. 1 курс (бакалавриат)
2. 2 курс (бакалавриат)
3. 3 курс (бакалавриат)
4. 4 курс (бакалавриат)
5. 1 курс (магистратура)
6. 2 курс (магистратура)

4. Есть ли у вас опыт работы в редакции СМИ?

1. Да, менее года
2. Да, 1-2 года
3. Да, более 2 лет
4. Нет

5. Работаете ли вы на данный момент в СМИ?

1. Да
2. Нет

Для тех, кто ответил ДА в вопросе 5:

6. В каком формате СМИ Вы работаете?

1. Газеты, журналы;
2. Радио;
3. Телевидение;
4. Интернет-СМИ;
5. Конвергентное СМИ (смешанное);
6. Затрудняюсь ответить.

7. В каком СМИ по масштабу распространения Вы работаете?

1. Международное
2. Федеральное
3. Региональное
4. Местное
5. Затрудняюсь ответить

8. В каком СМИ по типу собственности Вы работаете?

1. Государственное;
2. Частное;
3. Корпоративное;
4. Муниципальное
5. Другое _____

9. На какой основе Вы работаете?

1. В штате на постоянной основе
2. По договору/по совместительству
3. Как самостоятельный автор/блогер
4. Фрилансер
5. Затрудняюсь ответить

10. В каком СМИ по содержательной направленности Вы работаете?

1. Информационно-аналитическое (например, Е1, ТАСС, Медуза);
2. Информационно-развлекательное (например, Пятница);
3. Культурно-просветительское (например, Сноб, КультурМультир, The Village);
4. Деловая журналистика; (например, Бизнес и жизнь, Деловой квартал, РБК)
5. Расследовательская журналистика (например, Русский репортер, Новая газета);
6. Другое _____

Для тех, кто ответил НЕТ в вопросе 5:

6. В каком формате СМИ Вы хотели бы работать?

1. Газеты, журналы;
2. Радио;
3. Телевидение;
4. Интернет-СМИ;
5. Конвергентное СМИ (смешанное);
6. Затрудняюсь ответить.

7. В каком СМИ по масштабу распространения Вы хотели бы работать?

1. Международное
2. Федеральное
3. Региональное
4. Местное
5. Затрудняюсь ответить

8. В каком СМИ по типу собственности Вы хотели бы работать?

1. Государственное;
2. Частное;
3. Корпоративное;
4. Муниципальное
5. Другое _____

9. На какой основе Вы хотели бы работать?

1. В штате на постоянной основе
2. По договору/по совместительству
3. Как самостоятельный автор/блогер
4. Фрилансер
5. Затрудняюсь ответить

10. В каком СМИ по содержательной направленности Вы хотели бы работать?

1. Информационно-аналитическое (например, Е1, ТАСС, Медуза);
2. Информационно-развлекательное (например, Пятница);
3. Культурно-просветительское (например, Сноб, КультурМультип, The Village);
4. Деловая журналистика; (например, Бизнес и жизнь, Деловой квартал, РБК)
5. Расследовательская журналистика (например, Русский репортер, Новая газета);
6. Другое _____

11. Как Вы оцениваете свое желание работать журналистом?

1. Уверен(а), что хочу работать журналистом
2. Скорее хочу работать журналистом
3. Скорее не хочу работать журналистом
4. Уверен(а), что не хочу работать журналистом
5. Еще не решил(а)

12. Почему Вы выбрали профессию журналиста? (выберите не более трех вариантов ответа)

1. Хочу приносить пользу обществу, помогать людям
2. Я смогу реализовать свои способности
3. Хочу заниматься любимым делом, получать удовольствие
4. Я получу новые знания, возможности для развития
5. Хочу заниматься творчеством
6. Высокая зарплата
7. Стремлюсь стать известным, популярным
8. Другое _____

13. Какой образ журналиста Вам наиболее близок?

1. Честный, объективный, ответственный, стремящийся к правде и справедливости
2. Известный в профессиональных кругах, авторитетный, компетентный, всегда в центре событий, стремится к новым знаниям
3. Творчески мыслящий человек, новатор, способный создавать уникальный контент
4. Другое _____

14. На кого из журналистов Вы бы хотели быть похожи?

1. _____
2. Журналиста, на которого бы я хотел походить, нет

15. На кого из журналистов Вы бы НЕ хотели быть похожи?

1. _____
2. Журналиста, на которого бы я не хотел походить, нет

16. Оцените по 5-бальной шкале, насколько значимы для Вас как для журналиста следующие принципы.

17-25. Насколько для Вас важно соблюдение следующих принципов при создании журналистских материалов? (1 – Абсолютно не важно, 5 - Очень важно)

	1	2	3	4	5
Достоверность	1	2	3	4	5
Эксклюзивность	1	2	3	4	5
Объективность	1	2	3	4	5
Точность	1	2	3	4	5
Фактчекинг	1	2	3	4	5
Уважение к источнику информации	1	2	3	4	5
Честность	1	2	3	4	5
Оперативность	1	2	3	4	5
Большое количество лайков	1	2	3	4	5

26-29. Насколько для Вас важно соблюдение следующих принципов в отношениях с аудиторией, коллегами, властью? (1 – Абсолютно не важно, 5 - Очень важно)

	1	2	3	4	5
Выражение общественных интересов	1	2	3	4	5
Уважение авторского права	1	2	3	4	5
Независимость	1	2	3	4	5
Свобода слова	1	2	3	4	5

30-36. Насколько важным для Вас является достижение следующих целей в журналистской карьере? (1 – Абсолютно не важно, 5 - Очень важно)

	1	2	3	4	5
Раскрытие правды	1	2	3	4	5
Служение обществу	1	2	3	4	5
Помощь людям	1	2	3	4	5
Популярность	1	2	3	4	5
Признание	1	2	3	4	5
Авторитетность	1	2	3	4	5
Высокий доход	1	2	3	4	5

37. Укажите Ваш пол

1. Женский
2. Мужской

38. Укажите Ваш возраст

1. 17-18
2. 19-20
3. 21-22
4. 23-24
5. 25<