Аникина Мария Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии массовых коммуникаций, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: maria-anikina@yandex.ru, ORCID 0000-0002-4688-4038

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА В ПРОСТРАНСТВЕ АКАДЕМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ОПЫТ СТРУКТУРИРОВАНИЯ И СИСТЕМАТИЗАЦИИ

В статье рассмотрен вопрос о составе и структуре профессиональной культуры журналиста, отмечены характерные направления трансформаций тезауруса современных исследований журналистского сообщества, представлены изменения в структуре и содержании базового определения феномена профессиональной журналистской культуры. На материалах эмпирических исследований показаны возможности расширения понятия «профессиональная культура журналиста» за счет включения в него анализа траекторий профессионального развития и оценки успеха журналистской деятельности. Представлены индикаторы различных видов успеха в журналистике (популярности, признания, преодоления и самопреодоления, призвания). Продемонстрирована связь понимания журналистики как особого социального института с необходимостью включения социологической культуры журналиста в модель профессиональной культуры. Обзор опыта эмпирических исследований представителей московской школы социологии СМИ подтверждает необходимость совершенствования социологических знаний и навыков современных журналистов.

***Ключевые слова**: журналист, социологическое воображение, социологическая культура журналиста, профессиональная культура журналиста, журналистская культура.*

Как цитировать: *Аникина М. Е.* Профессиональная культура журналиста в пространстве академических исследований: опыт структурирования и систематизации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 98–114. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.98114

Maria E. Anikina, PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Sociology of Mass Communications, Journalism Faculty, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: maria-anikina@yandex.ru, ORCID 0000-0002-4688-4038

PROFESSIONAL JOURNALISTIC CULTURE IN THE SPACE OF ACADEMIC RESEARCH: EXPERIENCE OF STRUCTURING AND SYSTEMATIZING

The paper introduces several related areas of sociological empirical research aimed to study representatives of the Russian journalistic community. The article considers the question about the composition and structure of the professional culture of a journalist as a phenomenon of public order, highlights the characteristic

directions of transformations taking place in the thesaurus of modern research of the journalistic community, presents changes in the structure and content of the basic definition of the phenomenon of professional journalistic culture. Based on empirical research materials, the possibilities of expanding the concept of "professional culture of a journalist" by including an analysis of professional development trajectories and evaluating the success of journalistic activities are shown. The indicators of various types of success in journalism (success-popularity, recognition, overcoming and self-overcoming, mission) are presented. The connection between the social nature of journalism and the understanding of journalism as a special social institution with the need to include the sociological culture of a journalist in the model of professional culture is demonstrated. A review of the empirical research experience of representatives of the Moscow school of media sociology confirms the need to improve the sociological knowledge and skills of modern journalists.

***Key words**: journalist, sociological imagination, sociological culture of a journalist, professional culture of a journalist, journalistic culture.*

To cite this article: Anikina M. E. (2024) Professional'naya kul'tura zhurnalista v prostranstve akademicheskikh issledovaniy: opyt strukturirovaniya i sistematizatsii [Professional journalistic culture in the space of academic research: experience of structuring and systematizing]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 6*: 98–114. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.98114

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.98114

Постановка проблемы и обзор источников

Вопрос о составе и структуре профессиональной культуры журналиста не теряет своей актуальности. Важным и вполне реалистичным видится применение для дальнейшего анализа журналистики давно известной рамки социологии профессий, поскольку она позволяет осмыслить формальный процесс получения специализированного образования, набор необходимых для осуществления деятельности навыков и знаний, а также социальную ориентированность работы профессионала (Абрамов, 2005). Она же позволяет рассматривать функциональные доминанты деятельности, существование социальных групп, отвечающих за реализацию конкретных функций, и систему объединений профессионалов (Спенсер, 1996). Использование подобного фундамента в современных исследованиях располагается в русле богатой традиции изучения журналистского сообщества, заложенной во второй половине XX в. представителями московской школы исследований журналистики – Л. Г. Свитич, А. А. Ширяевой, Г. В. Лазутиной, Е. П. Прохоровым, Я. Н. Засурским и другими.

Необходимо отметить существование в отечественном академическом пространстве различных проектов, направленных на осмысление

категорий профессонального сознания и профессиональной культуры журналиста. В частности, можно упомянуть проект «Профессиональная идеология журналистики»[1] ВШЖМК СПбГУ, в рамках которого профессиональная идеология журналистики определена как «совокупность мировоззренческих идей и принципов, которая выражает интересы профессионального сообщества журналистов и обеспечивает системную целостность института журналистики» (Блохин, 2023: 186). Подобная интерпретация в определенном смысле возвращает российских исследователей к широкому философскому пониманию идеологии и позволяет вслед за отечественным философом М. К. Мамардашвили (2023) увидеть в ней средство объединения социума в целом и журналистского сообщества как неотъемлемой его части. Российские ученые связывают формирование профессионала с ценностными ориентациями личности и оценками индивидом института журналистики, полагая, что «профессионализм во многом зависит от профессионального сознания самих журналистов, от того, как они сами оценивают журналистику» (Симкачева, 2008: 145). В отечественном научном дискурсе существует и концепция аксиологической культуры журналиста – «достаточно сложной системы ценностных координат, обусловливающих выбор определенной фактуры, ее видение и интерпретацию автором медиатекста», связанной с языковой картиной мира и построенной на общих для социума смыслах и значимых явлениях, становящихся результатом осмысления «социокода родной культуры» (Ерофеева, Сафронова, 2022: 134).

Важным элементом развития научных исследований в рассматриваемой сфере становится преобразование тезауруса современных исследований журналистисткого сообщества. Технологический детерминизм неизбежно приводит к повороту теоретических исследований от журналистики к медиа (Вартанова (ред.), 2019)[2], но тем не менее дает основание фиксировать (Вартанова, Аникина, Гуреева и др., 2019)[3] определенный уровень внимания к основному субъекту коммуникативного процесса, которого в традиционной концепции мы привычно именуем журналистом. Параллельно с этим отметим происходящее взаимопроникновение отечественных и зарубежных исследовательских практик, ставшее результатом различных международных проектов и проявившееся в обогащении категориального аппарата отечественных исследований. В частности, в российском научном пространстве в 2000–2020 гг. в качестве частичных синонимов сосуществовали термины «профессиональная культура», «журналистская культура», «профессиональные среды» и проч., они исполь-

зовались в научных работах разных жанров (Аникина, 2012)[4], а также в учебно-методических публикациях (Олешко, 2007).

Профессиональная культура журналиста: в поиске исследовательских моделей

В первые десятилетия XXI в. актуализировалась потребность в уточнении системы координат, в структурировании изучаемого поля и накопленного исследовательского опыта. На протяжении 10–15 лет происходит переосмысление составляющих журналистскую культуру элементов. Следует отметить дискурсивный динамический характер определения журналистской культуры, «которая изменяется с учетом набора разделяемых ценностей и существующих договоренностей, определенной совокупности идей и практик, в которых журналисты находят подтверждение своей роли в обществе и наполняют свою работу смыслом» (Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasad et al. (eds.), 2019). Ядро дискурса составляют идентичность и место журналистики в обществе, в то время как нормы, ценности и практика журналистики становятся частью более широкой смысловой структуры. С исследовательской точки зрения журналистская культура представляет собой сочетание трех базовых (см. рис. 1) и ряда дополнительных элементов.



Рисунок 1. Базовые элементы изучения журналистской культуры

Источник: составлено по: Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasad et al. (eds.), 2019.

Также можно зафиксировть появление в фокусе исследовательского внимания дополнительной группы медиаспециалистов, выполняющих сходный с журналистами набор задач, однако лишенных базовых черт журналиста. Это обстоятельство делает возможным и необходимым изучение сегмента так называемых «периферийных журналистов» и описание в профильной литературе феномена интерпретативного сообщества (*interpretative community*), объединенного общим дискурсом и пониманием ключевых событий, видением реальности, разделяемыми (признаваемыми) авторитетами, общением и коллективной памятью (Zelizer, 2017).

В результате в конце 2010 – начале 2020-х гг. вырабатывается более четкое определение совокупности контекстуальных факторов и субъектов, способствующих формированию профессионального сознания и моделей профессиональной деятельности журналистов. Происходит переход от более лаконичной модели, учитывающей наличие 1) ролевых ориентаций в континууме от интервенционализма до ориентации на получение финансовой прибыли от информационной деятельности; 2) этических регуляторов в континууме от универсалистских до релятивистских стратегий; 3) принципов работы с информацией (от объективности в подборе информации до практицизма в формировании медиатекстов), к более разветвленной модели описания журналистской культуры. В ней сосуществуют внешние (источники влияния, вопросы редакционной независимости) и внутренние (журналистские роли, этические ориентации и уровень политического доверия) элементы, а также контекстуальные возможности осуществления информационной деятельности, связанные с актуальной моделью медиасистем, ролью законодательства и представителей власти в функционировании медиакоммуникационного пространства, уровнем экономического и человеческого развития и проч. (Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasad et al. (eds.), 2019)

Междисциплинарные исследования последних десятилетий позволяют расширить систему исследовательских координат (а значит, и теоретические представляения о структуре профессиональной культуры журналиста) за счет включения в нее представлений об успехе. В современном социуме настойчиво звучат суждения об утрате журналистом статуса ключевого субъекта массово-информационной деятельности, обсуждается процесс депрофессионализации журналистики (Örnebring, 2009; Pasti, Ramaprasad, Ndlovu, 2015).

Произошедшие в первые десятилетия XXI в. изменения в профессиональной культуре журналиста, трансформации ценностных моделей, которыми руководствуются новые поколения журналистов, отчасти объясняют свойственную профессиональному сознанию российских журналистов комбинацию нормативных ожиданий и прагматических ориентаций. Последний элемент обращает исследовательское внимание к детальному изучению траекторий профессионального развития и разработке схемы для максимально точной оценки успеха в пространстве современной журналистики. Результаты проводимых исследований[5] дополняют существующие в психологической науке (Рикель, 2012) теоретические классификации видов успеха конкретными характеристиками успеха современного журналиста.

Актуальное описание видов успеха журналиста в современном медиакоммуникационном пространстве включает такие варианты, как популярность, признание в кругу значимых других, преодоление и самопреодоление, призвание (см. табл. 1).

Таблица 1

Виды и индикаторы успеха в современной деятельности журналиста

успех как популярность аудиторный фактор – преданность аудитории, размер аудитории, актуальность и востребованность контента, зарплата
успех как признание авторитетно значимых других признание в сообществе, статус в редакции, причастность к редакции, аффилиация (или ее отсутствие), обретение экспертного статуса, близость к власти
успех как преодоление и самопреодоление реализация навыка выживания в условиях социально-политических трансформаций, умение работать в условиях ограничений
успех как призвание опыт работы, человеческие качества, реализация навыков, независимость, узнаваемый стиль, собственные проекты

Источник: исследование автора, систематизация ответов на открытый вопрос «Как и чем можно описать / измерить успешность журналистов в современном обществе?» на основе концепции успеха А. М. Рикеля (Рикель, 2012).

Перечень маркеров профессионального успеха в журналистике формируется под влиянием вполне традиционных факторов (в частности, аудиторного и стратификационного, связанных с применением социологических подходов) с учетом внешних по отношению к журналистике обстоятельств. Анализ результатов проводимых

исследований дает основания считать успех еще одной важной составляющей профессиональной культуры журналиста, связанной с историческими и социально-политическими рамками журналистской и – шире – медиакоммуникационной деятельности, испытывающей влияние технологических детерминант.

Социальная природа журналистики и ее отражение в структуре профессиональной культуры современного журналиста

Представленная выше аналитическая рамка учитывает широкий спектр субъектов и контекстов, проявляющих себя в современном медиакоммуникационном пространстве и влияющих на мышление и деятельность журналистов в разных странах, в том числе в России. Однако присутствие в различных исследовательских подходах к описанию и структурированию идеологии журналистики такого элемента, как социальное служение/социальная миссия (Deuze, 2005), а также интерпретации журналистики как особого социального института, ставшей традиционной для представителей московской школы медиаисследований благодаря деятельности Е. П. Прохорова и зафиксированной в наиболее известной его учебно-методической работе «Введение в теорию журналистики»[6] (2023), позволяет более внимательно посмотреть на место и роль социологических элементов структуры профессионального знания и профессиональных ориентаций, увидеть значимость социологии в профессиональных практиках журналистов, более полно, чем прежде, представить сходство профессий журналиста и социолога, проявляющее себя в применении сходных способов сбора информации, в попытках работы с объективными сведениями и в ориентированности на соблюдение общественного интереса в широком смысле слова.

Как известно, общественная роль социологии актуализируется во время нарастания социальной напряженности, в период общественных трансформаций. Очевидную значимость приобретает полноценная социологическая экспертиза, объективно оценивающая ситуацию и способствующая эффективному решению существующих проблем. Однако в равной степени и в турбулентные, и в спокойные периоды существования социума в качестве желаемого эффекта реализации общественной роли социологической науки выступает формирование так называемого «социологического воображения» населения, помогающего взглянуть на острые социальные ситуации объективно, найти объяснение тем или иным событиям (Штомпка,

2001). Достижение положительного результата реализации данной функции в условиях существования медиатизированного общества практически невозможно без задействования медиаресурсов, без участия представителей журналистского сообщества, медийщиков, которых отличает социологическое мышление (Кузин, 2004). Появление «социологического воображения» современного человека становится результатом деятельности широкого спектра информационных каналов, поскольку материалы социологических проектов способны дать человеку дополнительные механизмы для определения собственного положения в социальном пространстве, выбора траектории развития и проч.

Осмысление ролевых моделей, разделяемых и поддерживаемых российскими журналистами в первые десятилетия XXI в., основанное на чтении результатов факторного анализа данных опроса журналистов разных типов СМИ в рамках второй волны проекта «Миры журналистики»[7] (см. табл. 2), позволяет говорить о том, что некоторые модели больше других направлены на трансляцию социологической информации и потенциально – на наиболее успешное ее восприятие аудиторией.

Таблица 2

Ролевые ориентации российских журналистов 2010 гг.

Роли	**Компоненты**						
	социальное развитие	**общественный контроль**	**политическая поддержка и сотрудничество**	**фасилитация и активизация аудитории**	**объективное информирование**	**развлечение**	**поддержание социально-культурного разнообразия**
Сторонний наблюдатель	,228	,300	-,421	-,034	,442	,102	,213
Объективный репортер	,161	,154	-,304	-,135	,550	-,080	,352
Аналитик текущей ситуации	,359	,126	-,070	-,088	,383	-,350	-,253
Контролер деятельности представителей власти	,466	,457	-,264	,084	,041	,324	-,123
Контролер деятельности представителей бизнеса	,403	,313	-,341	-,131	-,117	,419	-,327

Окончание таблицы 2

Субъект формирования политической повестки	,466	,513	,206	-,131	,012	-,029	-,002
Субъект формирования общественного мнения	,526	,045	,083	-,434	,098	-,057	-,407
Агент социальных перемен	,589	-,287	,014	-,331	,035	-,018	-,113
Оппонент власти	,328	,177	-,250	,048	-,321	-,030	,043
Агент национального развития	,572	-,332	,174	-,320	-,307	,122	,023
Источник позитивного образа политического руководства	,282	,272	,813	-,094	,066	-,007	,172
Субъект поддержки государственной полититики	,299	,294	,776	-,061	,122	,061	,169
Источник развлечения и отдыха	,113	-,299	,220	,298	,093	,333	-,256
Аттрактор внимания аудитории	,349	-,170	,126	,431	,338	,419	,062
Источник советов и рекомендаций по бытовым вопросам	,451	-,350	,142	,420	,085	-,009	-,192
Источник информации для принятия политических решений	,601	,277	-,077	,461	-,177	-,342	,009
Пропагандист идеи гражданского и политического участия	,611	,244	-,074	,399	-,328	-,262	,086
Организатор общественной дискуссии	,622	-,225	-,248	-,127	-,205	,143	,362
Просветитель	,383	-,416	-,091	-,045	,211	-,371	-,207
Рассказчик	,334	-,397	,026	,197	,289	-,033	,068
Агент культурного разнообразия	,521	-,454	-,110	-,177	-,117	,043	,379

Три первые отмеченные в таблице модели (социальное развитие, общественый контроль и политическая поддержка и сотрудничество) очевидным образом соотносятся с возможностями

политического участия аудитории СМИ, а значит, могут быть удобным пространством для применения социологической культуры журналиста, транслирующего определенный набор ценностей и смыслов. Четвертая и седьмая выделенные компоненты – исходя из результатов факторного анализа данных – представляют набор ролей, реализация которых обеспечивает полноценную коммуникацию с аудиторией. Ориентированная на активное взаимодействие с целевой аудиторией четвертая из полученных ролевых моделей (модель фасилитации и активизации аудитории) может быть реализована при помощи различных элементов социологической культуры сотрудников редакций массмедиа, поскольку изучение аудитории предполагает наличие у журналистов знаний о приниципах проведения самостоятельных социологических исследований и навыков применения полученных в их ходе данных для оптимизации диалога с аудиторией. Седьмая выделенная статистическим образом модель, связанная с поддержанием социально-культурного разнообрация, требует от журналиста понимания закономерностей общественного развития, знания ключевых принципов общественного взаимодействия, наличия у представителей редакций знаний в области социальной стратификации и иных знаний социологического порядка.

В медиатизированной среде именно СМИ разных типов становятся частью общественной структуры, отвечающей за существование науки в публичном пространстве и тем самым позволяющей аудитории (и обществу в целом) более полно и эффективно оценивать контексты и принимать социально значимые решения. В этой ситуации, по мнению британского мыслителя З. Баумана (1996), и происходит сближение экспертов разных типов, в частности социологов, медиапрофессионалов, политиков и журналистов, становится возможным своеобразный переход от «от мнения к пониманию».

Проекты, реализуемые на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на протяжении трех десятилетий, выявляют постепенное увеличение объема социологической информации при крайне неспешном росте уровня социологической грамотности авторов и формировании взаимной ответственности социологов и журналистов. На рубеже 1990–2000 гг. в работах представителей московской школы медиаисследований появляется вывод о том, что «СМИ не считают необходимым приводить методическую информацию о проведенном исследовании, которая позво-

лила бы аудитории (или хотя бы ее части) самостоятельно судить о качестве данных», а также перечисляются наиболее характерные неточности, допущенные журналистами при работе с социологическими материалами, происходит оценка медийных публикаций с точки зрения соответствия их содержания требованиям[8] профессинального социологического сообщества (Зурабишвили, 2002). В дальнейшем исследования продолжают фиксировать появление в традиционных СМИ не вполне корректных интерпретаций результатов социологических исследований, весьма вольных трактовок журналистами полученных от социологов данных (Аникина, 2011 (б))[9]. В то же время их выводы содержат рекомендации по организации совместной работы социологов и журналистов, по возможным формам их сотрудничества (Аникина, 2011 (а))[10], выявлению новых направлений профессиональной подготовки журналистов для того, чтобы обеспечить грамотную работу с социологической информацией, адекватное информирование общества о результатах проводимых социологами исследований и расширить сферу профессиональных компетенций журналистов. Данные 2022–2023 гг. указывают на сохраняющиеся проблемы с представлением различных видов социологической информации (прежде всего – данных опросов общественного мнения) в медиа, актуализируют необходимость развития социологической культуры российских журналистов как элемента их профессиональной культуры (Шейкина, 2023)[11].

Выводы

Исследовательский опыт последних десятилетий, накопленный представителями московской школы социологических исследований медиа и журналистики, заставляет по-новому взглянуть на вывод отечественных экспертов о том, что «социологические службы в СМИ, работающие на добротной научной основе, остались в XX в., став частью истории отечественной социологии» (Шариков, Ермолаева, 2016: 110). Очевидно, что время экспериментов по внедрению исследовательских центров в структуры редакций традиционных СМИ осталось в прошлом, обогатив отечественную социологию СМИ набором методических решений, достаточно широким набором данных и наблюдений. Вместе с тем постоянное возвращение социологов к идее публичной презентации материлов социологических исследований и социологической

экспертизы в целом заставляет задумываться относительно уточнения представлений об объеме, структуре и содержании профессиональной культуры журналиста.

Опыт работы со студентами позволяет предлагать к обсуждению комплекс знаний, умений и навыков профессионала, который позволит полноценно коммуницировать с представителями социологического сообщества и создавать материалы с использованием результатов проводимых социологами исследований. В набор необходимых компетенций входит знание характеристик социологического подхода к изучению представителей журналистского сообщества и направлений изучения журналистской деятельности; понимание содержания социально-функциональных ролей журналиста; сути специализированной (в данном случае – социологической) информации, способов и форматов ее презентации в современных медиакоммуникационных ресурсах, умение использовать социологическую информацию в профессиональной деятельности, интерпретировать материалы социологических исследований, вступать во взаимодействие с представителями социологических центров и институтов для создания максимально эффективных медиатекстов, представляющих актуальные социальные события и процессы. Отечественные исследователи связывают формирование и реализацию социологической культуры журналиста с развитием медиакультуры общества в целом, поясняя ее «с позиций гуманистической профессиональной парадигмы – медиаответственного отношения к своей журналистской миссии, создания медиапродуктов, отражающих социальную действительность, лишенных ангажированности и искусственной сенсационности, уважения своей аудитории, защиты ее прав, усиления интерактивности (“обратной связи”)» (Ефанов, 2018: 143). Попытка структурирования профессиональной культуры журналиста позволяет рефлексировать и относительно потенциальных социальных эффектов выработки социологической культуры журналиста и формирования его профессиональной культуры в целом, поскольку именно журналист по-прежнему остается носителем социальной миссии, способным – в терминологии Ч. Миллса – продемонстрировать аудитории связь «между биографией и историей» (1998), помочь аудитории понять влияние внешних сил и контекстов на состояние и развитие общества.

Примечания

[1] Режим доступа: https://j21.tb.ru/project (дата обращения: 12.09.2024).

[2] От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Изд-во Моск. ун-та: Фак. журн. МГУ, 2019.

[3] *Вартанова Е. Л., Аникина М. Е., Гуреева А. Н.* и др. Предметно-объектное поле отечественных медиаисследований: метатеоретический подход // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 3. С. 455–468. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).455-468

[4] *Аникина М. Е.* Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 4. С. 7–22.

[5] Представленная классификация базируется на результатах разведывательного исследования, проведенного на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова осенью 2022 г., N=222.

[6] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023.

[7] Международный кодекс *ICC/ESOMAR* по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных. Режим доступа: https://esomar.org/uploads/attachments/ckqtgf5ux01l9kjtrrv6ovzlx-iccesomar-code-russian.pdf#page=9 (дата обращения: 12.09.2024).

[8] Российский сегмент международного исследовательского проекта «Миры журналистики». Режим доступа: https://epub.ub.uni-muenchen.de/35063/1/Country_report_Russia.pdf (дата обращения: 12.09.2024), N=390.

[9] *Аникина М. Е.* (б) Социологическая информация в российских масс-медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 1. С. 55–69.

[10] *Аникина М. Е.* (а) Журналист и социолог: грани сотрудничества и особенности профессиональной подготовки // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 4. С. 69–78.

[11] *Шейкина А. Д.* Презентация результатов социологических опросов в СМИ: обозначение проблемного поля // Меди@льманах. 2023. № 6 (119). С. 52-59. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2023.5259

Библиография

Абрамов Р. Н. Профессиональный комплекс в социальной структуре общества (по Парсонсу) // СОЦИС. 2005. № 1. С. 54–66.

Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект Пресс, 1996.

Блохин И. Н. Параметры идентификации и оценки профессиональной идеологии журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12, № 2. С. 183–198.

Ерофеева И. В., Сафронова О. В. Аксиологическая культура журналиста информационной эпохи // Гуманитарный вектор. 2022. № 4. С. 128–137.

Ефанов А. А. Формирование социологической культуры у будущих специалистов в сфере медиа // Вестн. Сургут. гос. пед. ун-та. 2018. № 2 (53). С. 139–144.

Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 3. С. 39–43.

Кузин В. И. Социологическое мышление журналиста // Социология журналистики / под ред. *С. Г. Корконосенко*. М.: Аспект Пресс, 2004.

Мамардашвили М. К. Очерк современной европейской философии. М.: Азбука, 2023.

Миллс Ч. Р. Социологическое воображение / под ред. *Г. С. Батыгина*. М.: Стратегия, 1998.

Олешко В. Ф. Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Программа учебной дисциплины факультета журналистики. Екатеринбург: Изд-во Уральск. фед. ун-та, 2007.

Рикель А. М. Некоторые аспекты социально-психологической проблематики успеха // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14: Психология. 2012. № 1. С. 41–48.

Симкачева М. В. Региональная журналистика: ценностные ориентации профессионального сообщества и реальная практика // Учен. зап. Казанск. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2008. № 4. С. 146–159.

Спенсер Г. Основания социологии // Западно-европейская социология. М., 1996. С. 279–321.

Шариков А. В., Ермолаева О. Я. Отечественная социология и медиа: ретроспективный взгляд (1765–2000) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 4. С. 99–115.

Штомпка П. Теоретическая социология и социологическое воображение // Социологический журнал. 2001. № 1. С. 148–158.

Deuze M. (2005) What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6: 442–464. DOI 10.1177/1464884905056815

Hanitzsch T., Hanusch F., Ramaprasad J. et al. (eds.) (2019) *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures around the Globe*. New York: Columbia University Press.

Örnebring H. (2009) *The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work*. University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.

Pasti S., Ramaprasad J., Ndlovu M. (2015) BRICS journalists in global research. In Nordenstreng K., Thussu D. K. (eds.) *Mapping BRICS media*. Routledge. Pp. 205–228.

Zelizer B. (2017) *What Journalism Could Be*. Polity Press.

Notes

Anikina M. E. (2011 a) Zhurnalist i sotsiolog: grani sotrudnichestva i osobennosti professional’noy podgotovki [Journalist and sociologist: facets of

cooperation and features of professional training]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 4: 69–78.

Anikina M. E. (2011 b) Sotsiologicheskaya informatsiya v rossiyskikh mass-media [Sociological information in the Russian mass media]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 1: 55–69.

Anikina M. E. (2012) Transformiruyushchiesya zhurnalistskie kul'tury v Rossii: issledovatel'skiy podkhod [Transforming journalistic cultures in Russia: a research approach]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 4: 7–22.

Available at: https://j21.tb.ru/project (accessed: 21.12.2024).

Prokhorov E. P. (2023) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki: uchebnik dlya studentov vuzov* [Introduction to the theory of journalism: a textbook for university students]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.

Russian segment of the international research project "Worlds of Journalism". Available at: https://epub.ub.uni-muenchen.de/35063/1/Country_report_Russia.pdf (accessed at 09.12.2024).

Sheykina A. D. (2023) Prezentatsiya rezul'tatov sotsiologicheskikh oprosov v SMI: oboznachenie problemnogo polya [Presentation of the results of sociological surveys in the media: identification of the problem field]. *Medi@l'manakh* 6 (119): 52–59. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2023.5259

The ICC/ESOMAR International Code of Practice for Marketing and Social Research, Public Opinion Research and Data Analysis. Available at: https://esomar.org/uploads/attachments/ckqtgf5ux01l9kjtrrv6ovzlx-iccesomar-code-russian.pdf#page=9 (accessed at 09.12.2024).

Vartanova E. L. (ed.) (2019) *Ot teorii zhurnalistiki k teorii media. Dinamika mediaissledovaniy v sovremennoy Rossii* [From the theory of journalism to the theory of media. Dynamics of media research in modern Russia]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.; Faculty of Journalism MSU Publ.

Vartanova E. L., Anikina M. E., Gureeva A. N, Dunas D. V. (2019) Predmetno-ob"ektnoe pole otechestvennykh mediaissledovaniy: metateoreticheskiy podkhod [The subject-object field of domestic media research: a metatheoretical approach]. *Theoretical and practical issues of journalism* 8 (3): 455–468. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).455-468.

References

Abramov R. N. (2005) Professional'nyy kompleks v sotsial'noy strukture obshchestva (po Parsonsu) [Professional complex in the social structure of society (according to Parsons)]. *Sociological Studies* 1: 54–66. (In Russian)

Bauman Z. (1996) *Myslit' sotsiologicheski* [To think sociologically]. Moscow: Aspekt-press Publ. (In Russian)

Blokhin I. N. (2023) Parametry identifikatsii i otsenki professional'noy ideologii zhurnalistiki [Parameters of identification and evaluation of the professional ideology of journalism]. *Theoretical and practical issues of journalism* 12 (2): 183–198. (In Russian)

Deuze M. (2005) What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6: 442–464. DOI 10.1177/1464884905056815.

Efanov A. A. (2018) Formirovanie sotsiologicheskoy kul'tury u budushchikh spetsialistov v sfere media [Formation of sociological culture among future specialists in the field of media]. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* 2(53): 139–144. (In Russian)

Erofeeva I. V., Safronova O. V. (2022) Aksiologicheskaya kul'tura zhurnalista informatsionnoy epokhi [Axiological culture of a journalist in the digital era]. *Gumanitarnyy vektor* 4.

Hanitzsch T., Hanusch F., Ramaprasad J., de Beer A. S. (eds.) (2019) *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures around the Globe*. New York: Columbia University Press.

Kuzin V. I. (2004) Sotsiologicheskoe myshlenie zhurnalista [Sociological thinking of a journalist]. In Korkonosenko S. G. (ed.) *Sotsiologiya zhurnalistiki* [Sociology of journalism]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Mamardashvili M. K. (2023) *Ocherk sovremennoy evropeyskoy filosofii* [An essay on modern European philosophy]. Moscow. (In Russian)

Mills C. W. (1998) *Sotsiologicheskoe voobrazhenie* [Sociological imagination]. Moscow: Strategiya Publ. (In Russian)

Oleshko V. F. (2007) *Professional'naya kul'tura zhurnalista kak faktor informatsionnoy bezopasnosti. Programma uchebnoy distsipliny fakul'teta zhurnalistiki* [Professional culture of a journalist as a factor of information security. The program of the academic discipline of the Faculty of Journalism]. Ekaterinburg. (In Russian)

Örnebring H. (2009) *The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work*. University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.

Pasti S., Ramaprasad J., Ndlovu M. (2015) BRICS journalists in global research. In Nordenstreng K., Thussu D. K. (eds.) *Mapping BRICS media*. Routledge. Pp. 205–228.

Rikel' A. M. (2012) Nekotorye aspekty sotsial'no-psikhologicheskoy problematiki uspekha [Some aspects of the socio-psychological problems of success]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya* 1: 41–48. (In Russian)

Sharikov A. V., Ermolaeva O. Ya. (2016) Otechestvennaya sotsiologiya i media: retrospektivnyy vzglyad (1765–2000) [Domestic Sociology and Media: a retrospective view (1765–2000)]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* 4: 99–115. (In Russian)

Shtompka P. (2001) Teoreticheskaya sotsiologiya i sotsiologicheskoe voobrazhenie [Theoretical sociology and sociological imagination]. *Sotsiologicheskiy zhurnal* 1: 148–158. (In Russian)

Simkacheva M. V. (2008) Regional'naya zhurnalistika: tsennostnye orientatsii professional'nogo soobshchestva i real'naya praktika [Regional journalism: value orientations of the professional community and real practice]. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki* 4: 146–159. (In Russian)

Spencer H. (1996) Osnovaniya sotsiologii [The principles of sociology]. In *Zapadno-evropeyskaya sotsiologiya*. Moscow. Pp. 279–321. (In Russian)

Zelizer B. (2017) *What Journalism Could Be*. Polity Press.

Zurabishvili T. (2002) Sotsiologiya i pressa: tipichnye netochnosti pri publikatsii rezul'tatov sotsiologicheskikh issledovaniy v SMI i ikh prichiny [Sociology and the press: typical inaccuracies in the publication of the results of sociological research in the media and their causes]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes* 3. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-i-pressa-tipichnye-netochnosti-pri-publikatsii-rezultatov-sotsiologicheskih-issledovaniy-v-smi-i-ih-prichiny (accessed: 01.10.2024). (In Russian)

Поступила в редакцию
01.11.2024