СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТСКАЯ КУЛЬТУРА: РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН

М.Е. Аникина, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры социологии журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: maria-anikina@yandex.ru

ТРАНСФОРМИРУЮЩИЕСЯ ЖУРНАЛИСТСКИЕ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ: ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОДХОД

В статье описаны изменения в профессиональной журналистской культуре. В тексте представлен краткий обзор исследований профессиональных журналистов, проведенных в СССР. Это дает возможность проводить сопоставления и видеть портрет современного журналиста в исторической перспективе. На основании эмпирических данных автор описывает особенности представлений о профессиональных обязанностях и социальных ролях журналистов, распространенных в современном журналистском сообществе, рассматривая их в более широком международном контексте.

Ключевые слова: *журналистские культуры, уровни анализа, институциональные роли, профессиональные стандарты.*

The changes in professional journalistic cultures are described in this article. Brief review of journalists' studies conducted in the USSR is done. This lets make comparisons and see the portrait of modern journalist in historical prospective. On the base of empirical data author describes the perception of professional roles and duties spread among media professionals in a broad international context.

Key words: *journalistic cultures, levels of analysis, institutional roles, professional standards.*

Прежде всего необходимо дать формальное и точное определение термину «журналист», чтобы описать основные особенности профессиональной деятельности и наметить направления дальнейшего разговора. Существует большое количество интерпретаций, в которых журналист рассматривается с самых разных точек зрения и в самых разных аспектах. Интерпретации имеют как теоретический, так и практический характер. На наш взгляд, наиболее полным и достаточным может быть признано определение журналиста, представленное в российском законодательстве: «Лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее

уполномочию»[1]. Эта дефиниция указывает на основные направления дальнейшей дискуссии о профессиональных журналистских культурах в глобальном и национальном контекстах в том числе и потому, что содержит упоминание различных типов профессиональной активности и фиксирует принципы деятельности.

Исследовательские подходы

Прежде чем говорить о фигуре журналиста и о его работе в конкретных исторических, экономических и социально-политических условиях, представляется важным коснуться методологических вопросов и задать общие рамки дискуссии, которые помогут точнее понять процесс развития профессиональных культур журналиста в нашей стране и особенности ее изучения.

На протяжении десятилетий в области исследования СМИ и журналистики в нашей стране был накоплен богатый запас данных и информации по различным аспектам функционирования журналистики. Постепенно сформировалась база социологических методик и инструментов, пригодных для изучения журналиста и его профессиональных практик. И сегодня можно говорить о возможностях применения различных исследовательских методик и техник, в том числе о получении информации в ходе экспертных интервью, посредством телефонных и личных опросов, онлайн-исследований, об использовании дневников. Можно сказать, что в различных ситуациях основными источниками информации, объектами исследования становятся так называемые «обычные журналисты», среднестатистические сотрудники редакций массмедиа, медиаменеджеры и управленцы разного уровня, также важным объектом исследования остаются будущие профессионалы — студенты факультетов и отделений журналистики, получающие профессиональную подготовку, а также выпускники вузов, только начинающие свою работу в профессии.

Общая и наиболее широкая схема анализа журналистских практик и журналистских культур, разработанная западными исследователями, может быть представлена в виде трехуровневой структуры. Первый уровень анализа — социетальный. Исследования на этом уровне позволяют анализировать экономические и социально-политические условия профессиональной журналистской деятельности, изучать культурный и исторический контекст, принимая во внимание глобальные тенденции, реализующиеся в локальном масштабе. Второй уровень анализа — организационный — предпо-

[1] Закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ) от 27.12.1991 № 2124-1. Ст. 2.

лагает рассмотрение конкретной медийной структуры (редакции конкретного СМИ, ньюзрума, издательского дома, медиахолдинга и т.д.). На третьем — индивидуальном — уровне исследования речь идет об изучении фигуры конкретного журналиста, его персональных взглядов на специфику профессии и профессиональные практики, изучение особенностей его профессиональной деятельности. Таким образом в процессе изучения профессиональных журналистских культур способствовать формированию более объективной картины могут исследования медиасистемы в целом, анализ профессиональных практик с точки зрения медиаменеджеров, отвечающих за стратегическое планирование деятельности и развитие конкретного СМИ, руководителей среднего уровня, принимающих решения относительно конкретных проблем функционирования отдельного редакционного подразделения, а также изучение неуправляющего персонала редакций.

Современные исследователи — представители западноевропейских и американских научных школ [Weaver, 1998; Hallin, Mancini, 2004; Hanitzsch, 2010] — дают детальное описание социетального и организационного аспектов формирования и существования журналистских культур и особое внимание обращают на особенности политической культуры, в которой зарождается и существует медиасистема отдельной страны или конкретного региона. В российской ситуации эти аспекты изучения профессии также представляются значимыми, поскольку наша страна пережила череду серьезных социально-политических трансформаций. Постановка подобных задач в рамках проекта ведет к последующему изучению социальных типов СМИ, актуальных социальных ролей массмедиа и конкретных журналистов, к исследованию факторов, оказывающих влияние на журналистские практики, возможных сторонних контрагентов, обсуждению и изучению проблем свободы и ограничений профессиональной деятельности журналистов.

История изучения журналистов

Первые попытки исследований журналистов были предприняты в 1920-х годах. В то время необходимость изучения штатов газетных редакций была обусловлена необходимостью обеспечить редакции квалифицированными сотрудниками. В начале десятилетия велся статистический учет и регистрация численности журналистов, с одной стороны, решением этой задачи занимались партийные органы, с другой — профессиональные журналистские организации. Во второй половине 1920-х годов были проведены опросы журналистов, целью которых была разработка рекомендаций для руководства редакций, направленная на повышение про-

фессионального уровня журналистов и — одновременно с этим — на разработку типологии журналистских профессий (в которую входили непосредственно журналисты, редакторы, сотрудники типографий и т.д.). Исследовательское внимание концентрировалось, во-первых, на изучении содержания СМИ и, во-вторых, на определении объекта исследования и более детальном его описании. В 1930-х годах в стране социологические исследования в целом и в сфере журналистики и СМИ в частности были практически заморожены. Продолжался сбор статистической информации, но она не была широко представлена.

Возрождение исследований и общественных дискуссий вокруг социологических данных и информации пришлось на 1960-е годы. Одним из наиболее значимых этапов в развитии социологии журналистики стало создание Института общественного мнения «Комсомольской правды», уникального в масштабах страны редакционного подразделения, инициатором создания которого стал известный отечественный социолог и философ профессор Б.А. Грушин. Как говорил он сам, «это действительно была первая широкая, масштабная попытка создания института общественности, то есть создания гражданского общества. Базовая его характеристика: возникновение субъектов, не зависимых от государства. Люди стали высказывать собственное мнение — до нас этого не было» [Открывая Грушина, 2011, с. 135]. Этот феномен чрезвычайно интересен и важен в развитии социологии журналистики середины прошлого века в нашей стране, и невозможно не упомянуть его в рамках данной статьи, однако, нужно отметить, что его деятельность была в меньшей степени направлена на изучение фигуры журналиста — в отличие от других исследовательских инициатив.

В 1960-х годах были реализованы исследовательские проекты, посвященные изучению журналистов в различных регионах и отдельных городах СССР, — можно упомянуть группу исследователей под руководством В.И. Кузина, работавшую в Ленинграде, исследования новосибирских ученых во главе с Г.С. Парфеновым [см.: Парфенов, 1969], большой исследовательский проект Ю. Вооглайда, реализованный в Эстонской ССР.

Интерес социологов также касался изучения журналистики и СМИ с точки зрения особенностей разных типов СМИ — можно назвать исследования местной прессы (комплексное исследование “Районная газета и пути ее развития”, проведенное в Рязанской и Калининской областях), а также проекты по изучению различных аспектов функционирования конкретных изданий (например, «Литературной газеты»). Данные этого исследования были опубликованы в 1978 году в работе «“Литературная газета” и ее аудитория». В ходе подобного рода исследований фиксировали соци-

ально-демографические характеристики, уровень образования и специализацию, профессиональные ориентации журналистов, их представления о своей миссии, о задачах и функциях, определяли творческие навыки медиапрофессионалов, их социальный и профессиональный статус.

Одним из наиболее крупных проектов, разработанных и проведенных в 1969—1971 годы, стало комплексное исследование, объединившее в себе многочисленные исследовательские проекты и процедуры, направленные на изучение аудитории, опрос издателей, получение информации о содержании СМИ и анализ редакционной корреспонденции. Этот проект был посвящен изучению функционирования массовой информации в условиях города и получил название широко известного в социологическом сообществе «Таганрогского проекта». Идея этого проекта принадлежала профессору Б.А. Грушину. В рамках проекта велось и исследование журналистов — описанию этого сегмента проекта было посвящено, в частности, исследование «Отношение журналистов местных средств массовой коммуникации к деятельности средств массовой коммуникации как каналу выражения общественного мнения» (ПОМ-25), представившее журналистов с разных точек зрения [Свитич, Ширяева, 2010, с. 5—10; Жаворонков, 2006].

Одним из выводов «Таганрогского проекта» в связи с изучением медиапрофессионалов стало то, что представления профессионального сообщества о наиболее важных аспектах журналистской деятельности характеризовались авторами проекта как неполные и противоречивые. Это дало основания размышлять о профессиональном сознании журналистов не только в исторической перспективе, но и в целом говорить о нем как об одном из значимых регуляторов профессиональной активности [Свитич, Ширяева, 2010, с. 8]. Опрос также показал, что во второй половине 1960-х годов журналисты не воспринимали СМИ как канал выражения общественного мнения всерьез. Одним из возможных объяснений этого факта была существенная ориентация на идеологическое воздействие и формирование мнений и представлений в соответствии с существовавшей идеологией. Социально-политические трансформации в Советском Союзе и России не изменили ситуацию коренным образом. Перемены стали более очевидными на рубеже 1990—2000-х годов, однако, даже в современных условиях роль СМИ в выражении общественного мнения не стала основной по мнению практикующих журналистов (об этом см. дальше).

В 1970-х годах составленный социологами портрет журналиста дополнился новыми штрихами, появление которых требовало изучения перспектив развития профессии и исследования журналистского образования. Это была еще не дискуссия о журналистском

образовании в полном смысле современного понимания этого явления, а разговор об обучении будущих профессионалов. Исследования этого десятилетия, охватывали изучение статуса, профессиональной специализации и мобильности выпускников факультетов и отделений журналистики, анализ кадрового спроса и предложения в советской медиасистеме. Основными направлениями исследований были изучение задач и основ профессионального журналистского образования, направлений образования в зависимости от особенностей конкретных СМИ, связи между вузами и редакциями СМИ.

В 1980-х годах основными темами исследований в советской социологии журналистики стали работа с редакционной корреспонденцией, анализ взаимодействия с аудиторией и отдельными группами авторов. Исследовались также роль и особенности социологических исследований в редакционной практике, эффективность публикаций СМИ. Союз журналистов СССР и факультет журналистики МГУ провели почтовый опрос руководителей СМИ, представляющих региональные молодежные и городские газеты, телевизионные каналы и радиостанции.

1990-е годы начались с серьезных социально-политических трансформаций, повлекших за собой и изменения в медиасистеме. Социальные преобразования и развитие системы массмедиа привели к формированию новых условий профессиональной деятельности журналистов и развитию новых сфер исследования. Как отмечают ведущие эксперты в области исследований журналистов в СССР и современной России Л.Г. Свитич и А.А. Ширяева, «переломная социально-политическая ситуация... потребовала новых углубленных исследований фигуры журналиста как активного инициатора и участника начавшихся преобразований» [Свитич, Ширяева, 2010, с. 17]. Изучение отдельных каналов распространения массовой информации продолжилось — в 1990 году в рамках проекта «Перспективы развития телевидения и радиовещания» было проведено изучение телевидения и радио, опрошены журналисты, представлявшие информационные редакции и отделы социально-политических программ телевидения и радио.

Вопросы свободы и профессиональной независимости как важнейших факторов эффективной деятельности стали основными в данном исследовании. В начале 1990-х годов пятая часть респондентов называла себя относительно независимыми, половина участников исследования говорила об определенных ограничениях профессиональной деятельности, еще одна пятая заявляла об отсутствии необходимых свобод. Эти данные продемонстрировали движение профессионального сознания от доминирования идеологических задач в направлении к осознанию необходимости опе-

ративного информирования общества о происходящих событиях [там же, с. 18]. В новом десятилетии продолжилось и изучение местных СМИ, в отдельных областях реализовывались комплексные исследования, направленные на выявление динамики профессиональных предпочтений медиапрофессионалов.

Отличительной чертой этого периода развития исследований стало участие отечественных экспертов в международных проектах. В частности в 1992 году состоялось первое российско-американское исследование профессиональных ориентаций журналистов двух стран. Это направление получило развитие в 1995—1996 годах в исследовании, основным смысловым акцентом которого стало изучение проблем свободы медиа и журналистов. Оно продемонстрировало высокую значимость этического и законодательного регулирования для журналистов и выявило различия в профессиональных ориентациях представителей журналистских сообществ двух стран. Результаты этих исследований позволили проводить сопоставления, что стало началом сравнения журналистских культур в разных странах и регионах мира, получившего развитие в 2000-х годах.

Вопросам ежедневных журналистских практик и особенностям профессионального журналистского образования были посвящены российские исследования на рубеже XX и XXI века, также имели место исследования журналистов, работающих в местных СМИ. Результаты показали изменение факторов влияния на профессиональную деятельность журналистов — среди влиятельных участников массово-информационных процессов наряду с представителями власти и администрации появились собственники и различные финансовые структуры.

Отдельные исследования были направлены на определение взаимоотношений между СМИ и аудиторией. В 2002 году около трети участников опроса отметили, что локальные СМИ удовлетворяют информационные потребности аудитории, а больше половины не согласились с этим утверждением. Несмотря на это обстоятельство, зафиксированное в опросах профессиональных журналистов, уровень доверия аудитории СМИ к журналистам остается по-прежнему относительно высоким в российском обществе.

Журналисты в современной России: некоторые черты портрета

Обсуждение профессиональных обязанностей и классификации видов журналистской деятельности возвращает нас к термину «журналист», представленному в законодательстве РФ в начале данной статьи. Исходя из существующей интерпретации и из сложившейся

исследовательской практики, можно говорить о таких видах журналистской деятельности, как 1) сбор информации и расследовательская деятельность, 2) производство новостей, 3) оформление и дизайн СМИ и 4) координация работы редакции и редакционный менеджмент. Приведенное перечисление учитывает традиционные направления журналистской работы и вполне соответствует определению, закрепленному в законодательстве, в то же время оставляя в стороне новые сферы профессиональной креативной гражданской деятельности и самореализации медиапрофессионалов. Исследование российских журналистов, проведенное в 2007—2008 годах в рамках проекта «Миры журналистики» ("The Worlds of Journalism"[2]), дает основания говорить о том, что основная деятельность журналистов распределяется между сбором информации и расследованием, с одной стороны, и производством новостей — с другой. Этот вывод на эмпирическом материале подтверждает разделение, представленное в законе РФ «О средствах массовой информации».

Проведенный опрос показывает, что в целом отношение российских журналистов к политике в определенной степени отражает ситуацию в российском обществе. Данные исследований национальных социологических служб и центров свидетельствуют, что россияне вплоть до известных событий ноября 2011 — марта 2012 года были не склонны демонстрировать высокую политическую активность и вмешиваться в решение политических проблем. В последние полгода ситуация изменилась, однако, на момент проведения опроса журналистов можно было говорить об очевидных аналогиях. Уровень протестных настроений, характерный для российского общества, оставался относительно стабильным в течение последних лет — более 2/3 граждан традиционно не выражали намерения поддерживать акции общественного протеста и лично принимать в них участие. В 2010 году ВЦИОМ зафиксировал нежелание участвовать в протестных кампаниях у 2/3 российского общества[3]. К схожим выводам пришли и эксперты Аналитического центра Юрия Левады, говорящие о несовпадении интересов политиков и представителей российского общества. Опрос, проведенный в сентябре-октябре 2011 года, показал, что почти половина российского общества (49%) никак не связывала намерения публичных политиков с желаниями и намерениями остальной части российского социума.

[2] В ходе первой волны исследования были опрошены 100 журналистов, работающих в разных типах СМИ в различных регионах России, проект представлен в Интернете. Режим доступа: http://www.worldsofjournalism.org/

[3] Режим доступа: http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=13561

Упомянутый выше опрос журналистов показывает, что профессиональное журналистское сообщество чуть ярче, чем общество в целом, демонстрирует свои политические интересы и позицию. Более половины опрошенных (53%) упомянули, что просто интересуются и очень сильно интересуются политикой, меньшая часть респондентов выразила лишь некоторый, незначительный интерес к политической сфере жизни страны. Приведенные данные свидетельствуют о более активной социальной позиции журналистов, отмеченной во второй половине 2000-х годов. В общем же степень активности и заинтересованности представляется типичной для всего российского общества и предстоящее в 2013 году повторное исследование в проекте «Миры журналистики» позволит говорить об изменениях в настроении общества и конкретной профессиональной группы.

Определение места национальной журналистской культуры в общем более широком контексте представляется логичным проводить, используя обобщенную рамку исследования, в которой, например, «разнообразие строится на основании трех составляющих: **доминирующих институциональных ролей,** соотносящихся с нормативными представлениями и реальными функциями журналистики и журналистов в обществе, **эпистемологических характеристиках**, касающихся доступности реальности и природы получаемого опыта, а также **этических представлений** как третьей характеристики, демонстрирующей, как журналисты решают конкретные этические дилеммы. Три составляющие могут быть поделены на семь различных сфер: институциональные роли могут реализовываться в интервенцианализме, отдаленности от власти, рыночной (коммерческой) ориентации, оценивая эпистемологические характеристики, можно говорить о объективизме и эмпиризме, а в этических концепциях выделять релятивизм и идеализм» [Hanitzsch, 2007].

Оценивая результаты опроса российских журналистов в проекте «Миры журналистики», приходится говорить об относительной молодости профессионального журналистского сообщества — профессиональный опыт[4] значительной части российских журналистов менее 10 лет (об этом заявили 63% опрошенных). Здесь приведем неутешительный прогноз развития профессии, который дали в рамках менее масштабного российско-шведского исследования студентов факультетов и отделений журналистики: «Многие студенты настроены пессимистично относительно будущего и выражают опасения в том, что журналистика трансформируется в развлечение, PR, пропаганду и блогерство. Ответы, полученные от российских студентов, ясно показывают, что они видят тенденцию

[4] Режим доступа: http://www.worldsofjournalism.org/public.htm

инструментализации профессии, понимают, что это ограничивает профессиональную деятельность в современной России, осознают, что различные политические и экономические силы используют журналистику в своих целях» [Nygren et al, 2010, p. 131—132].

Возвращаясь к результатам первой волны исследования российских журналистов, скажем, что существующее в профессиональном сообществе восприятие собственной деятельности приводит к распространению *идеи* «*универсального журналиста*». Это подтверждают данные — 3/4 респондентов в своей собственной работе не сосредоточены на одной теме. Отчасти эта тенденция поддерживается и тенденцией тематической универсализации, отмечаемой в российской медиасфере в последние годы и по-прежнему довольно ощутимой, несмотря на развитие противоположных процессов.

Еще одной характерной чертой современного российского журналиста — исходя из данных проведенного исследования — может быть названо профессиональное сотрудничество и строгая связь журналиста с конкретной редакцией — большинство опрошенных (около 90%) заявили, что не сотрудничают с другими медиа. Можно предположить, что на оценки повлияли улучшение финансового обеспечения профессионалов и формирование более приемлемых социальных условий деятельности современных журналистов по сравнению с недавним прошлым. В то же время результаты могут быть обусловлены применением новых бизнес-моделей и заключением более строгих соглашений между журналистами и руководителями редакций. Однако необходимо сделать замечание относительно уровня искренности респондентов. Нежелание описывать реальную ситуацию также могло повлиять на полученные результаты, поэтому реальные показатели могут быть несколько ниже. Отчасти это предположение подтверждают выводы упомянутого выше проекта «СМИ в России и Швеции: сравнительный анализ журналистских культур»[5], проведенное в 2007—2009 годах. Выборка в данном опросе строилась на иных принципах, поэтому о полноценном сравнении говорить трудно, тем не менее можно заметить, что уровень связанности журналистов с конкретной (и единственной) редакцией ниже, чем это показала первая волна проекта «Миры журналистики», что дает повод для дальнейших размышлений и более детального изучения отдельных аспектов журналистской работы, поскольку в настоящий момент существует некоторая противоречивость в оценках, хотя полученные данные и дают право утверждать, что процессы, происходящие в профессиональном журналистском сообществе, связаны с более масштабными социальными процессами последних десятилетий.

[5] Режим доступа: http://www.nordicmedia.ru/Russian-Swedish_project_eng.htm

Национальная специфика в определенном смысле проявляет себя в определении основных задач, стоящих перед журналистами.

Таблица 1

Представления о значимых обязанностях журналистов в разных странах мира (в % от числа респондентов, назвавших функции значимыми и очень значимыми, N=1185)

	Австрия	Бразилия	Болгария	Германия	Индия	Израиль	Румыния	Россия	Испания	Швейцария	Турция	Уганда
Формировать политическую повестку дня	25	24	21	21	41	39	27	35	18	24	55	51
Влиять на общественное мнение	25	24	57	17	48	42	13	62	30	20	73	67
Способствовать социальным изменениям	37	53	28	23	61	49	49	29	44	31	80	87
Быть независимым наблюдателем	71	86	40	89	63	58	85	70	82	89	90	79
Быть наблюдателем за правительством	76	89	70	88	81	58	47	57	58	64	91	87
Быть наблюдателем за бизнесом	67	51	36	72	60	40	25	32	44	55	74	57
Поддерживать официальные политические взгляды	15	43	18	18	22	10	27	27	29	13	21	78
Распространять позитивный имидж	6	14	4	5	13	9	6	31	6	9	8	30
Привлекать максимально широкую аудиторию	40	19	43	36	71	44	31	53	30	38	53	61
Обеспечивать интересную информацию	62	67	73	84	72	68	72	64	74	82	55	56
Обеспечивать политическую информацию	79	99	86	98	79	77	79	71	71	95	90	94
Мотивировать людей	52	60	63	72	64	50	62	46	61	64	80	77

Результаты, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что для российских журналистов больше, чем для их коллег из других стран, характерно стремление формировать общественное мнение, что можно объяснить особенностями исторического раз-

вития национальной журналистской культуры. В то же самое время российские журналисты ниже представителей других стран оценивают важность собственного контроля за действиями правительства и не отмечают как важное стремление способствовать социальным изменениями или мотивировать людей к действиям (последняя черта, вероятно, связана со слабой и недостаточно укорененной в российском обществе традицией гражданского общества). Достаточно отчетливое и ярко представленное в ходе опроса желание журналистов привлекать максимально возможную аудиторию отличает наших соотечественников от представителей профессии из многих других стран и в целом — пускай с определенными оговорками — может быть оценено как позитивная черта.

По мнению российских журналистов, наиболее типичными для них в целом социальными ролями являются образование аудитории (85%) и распространение знаний (65—75%), психологическая поддержка людей (60—70%). Некоторые из названных в ходе исследования ролей тесно связаны с группой социальных функций СМИ, описанных теоретиками и социологами, как, например, средство общественного развития (60—65%), канал социальной коммуникации (55%), способ выражения общественного мнения (40—45%), канал публичной критики (35—40%) [об этом см. также: Массовая информация, 1980, с. 87; Фомичева, 2007].

Очевидно, что нормативные модели и идеальные представления, о которых чаще склонны говорить респонденты во время опросов, могут существенно отличаться от профессиональной обыденной практики. Тем не менее в ряде случаев возможно обнаружить пересекающиеся пространства в оценках медиапрофессионалов, когда реальное поведение журналистов приближается к идеальным образцам. Такими случаями оказываются непредвиденные, экстремальные ситуации, в которых приходится работать журналисту. Опрос, проведенный к первой годовщине крушения самолета с польской официальной делегацией под Смоленском в апреле 2010 года, демонстрирует это. При ответе на открытый вопрос о реально значимых и действующих на практике профессиональных стандартах чаще других журналисты называли объективность, беспристрастность, честность, эффективность, ответственность, надежность, точность.

Действительно, если бы все журналисты придерживались перечисленных выше стандартов, положение отечественной журналистики было бы близко к идеальному. Но также необходимо принимать во внимание препятствия в осуществлении высокой миссии журналиста и реально оценивать ограничивающие профессиональную деятельность факторы. По результатам того же исследования, сегодня наиболее важными для российских журналистов становятся ограничения, связанные с редакционной политикой

и неофициальной цензурой, спецификой канала распространения информации, политической спецификой в широком контексте, внутренними ограничителями и — что появилось в опросах не так давно — фактором времени. Типичной чертой современной медиареальности стало жесткое ограничение, обусловленное давлением сроков и высококонкурентной средой. Широкие и насыщенные информационные потоки, конкуренция в различных сегментах медиасистемы заставляют журналистов экономить время и обусловливают серьезное напряжение.

В рассуждениях об ограничителях журналистской деятельности можно сделать несколько акцентов.

Представляется важным, что аудитория все больше привлекает внимание журналистов и более половины медиапрофессионалов оценивают потребителей своей продукции как значимый фактор, влияющий на профессиональную деятельность. Это тем более интересно, что происходит сегодня, на современном этапе развития российской медиасистемы, когда коммерческая логика и коммерческие интересы серьезно вмешиваются в развитие ситуации и когда медиарынок переживает глубокую сегментацию, основанную на специфическом интересе со стороны аудитории и — шире говоря — на спросе со стороны читателей, слушателей и зрителей.

Уважение к источнику информации все еще остается типичной чертой российской профессиональной культуры. Одна из возможных причин этого кроется в законодательной сфере. В то же время медиапрофессионалы не всегда оценивают общество в целом как один из факторов, серьезным образом влияющих на журналистские практики в России. 2/3 респондентов не заботит реакция тех сообществ, жизни и деятельности которых касается созданный журналистом материал. Этот показатель обозначает слабость и уязвимость профессиональных позиций и противоречит существующему в сознании журналистов ви́дению аудитории.

Можно назвать примечательным и отметить как позитивный тот факт, что этика и корпоративные стандарты поведения стали факторами первостепенной значимости в ежедневной профессиональной деятельности. Однако — и это подтверждают данные — сегодня общие норма и принципы поведения более важны для широких кругов медиапрофессионалов, чем соглашения и нормы, существующие в конкретной редакции. При том, что понятным и объяснимым остается факт влияния редакционного руководства и старших коллег по редакции на деятельность обычного журналиста.

Среди менее влиятельных факторов, исходя из полученных результатов, можно назвать друзей и коллег, технологические условия и значимость профессиональных журналистских ассоциаций. Они утратили тесную и стабильную связь с профессиональным

сообществом, что неминуемо отразилось на отношении к ним самих журналистов.

Необходимо заметить, что журналисты не демонстрируют единства в оценках цензуры. Среди опрошенных были те, кто сталкивается с некоторыми цензурными ограничениями в ежедневной работе, и те, кто не чувствует на себе ее проявлений, нет единого мнения в и отношении влияния рекламодателей. При этом 14% опрошенных вообще заявили об отсутствии каких бы то ни было ограничений их профессиональной деятельности. Подобный показатель не очень высок, однако может стать хорошим началом для развития независимой журналистики и создания новой для российских условий профессиональной культуры.

Новое время ставит перед исследователями ряд вопросов, открывая новые горизонты. В определенном смысле вызовом становится потребность в описании численности и структуры журналистского сообщества в России. Развитие новых коммуникативных и информационных технологий ведет к расширению масштабов исследований и к появлению новых тематических направлений, а также пересмотру существующих исследовательских подходов.

Потенциально богатая сфера исследований лежит в области компаративных исследований — в сравнении представителей разных поколений журналистов, сотрудников разных типов СМИ и профессионалов с разным уровнем подготовки. Представляется интересным проведение исследований с учетом богатого исторического опыта и перспектив развития медиасферы в нашей стране.

Список литературы

47 пятниц. Вып. 2. М.: ИСИ АН СССР, 1972.

Жаворонков А. Российское общество. Потребление, коммуникация и принятие решений. 1967—2004 годы. М., 2006.

Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.

Общественное мнение — 2009. М.: Левада-центр, 2010.

Открывая Грушина. Т. 2. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.

Парфенов Г.С. Некоторые результаты исследования проблем журналистского творчества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. № 2. 1969.

Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Исследования журналистов в историческом контексте // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / сост. М.Е. Аникина. Ч. 2. М.: Факультет журналистики МГУ, 2010.

Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007.

Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics). Cambridge University Press, 2004.

Hanitzsch T. Deconstructing Journalism Culture: Towards a Universal Theory // Communication Theory 17 (4), 2007.

Hanitzsch T., Anikina M., Berganza R., Cangoz I., Coman M., Hamada B., Hanusch F., Karadjov C.D., Mellado C., Moreira S.V., Mwesige P. G., Plaisance P., Reich Z., Seethaler J., Skewes E.A., Noor D.V., Kee Wang Yuen. Modeling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-National Survey of Journalists // Journalism & Mass Communication Quarterly 87 (1), 2010.

Nygren G., Degtereva E., Pavlikova M. Tomorrow's Journalists // Nordicom Review. 31 (2), 2010.

Weaver D. H. Journalist Around the World: Commonalities and Differences // D.H. Weaver (ed.) The Global Journalist: News People Around the World. Cresskill, NJ: Hampton, 1998.

Поступила в редакцию
02.03.2012