

## «СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: БИЗНЕС? ПОЛИТИКА? ПРОСВЕЩЕНИЕ?»

### ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ЖУРНАЛИСТСКОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

**М.Е. Аникина,**

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, доцент  
E-mail: maria-anikina@yandex.ru

**Аннотация:** в статье на основании результатов социологического исследования российских журналистов в рамках международного проекта «Журналистика в изменении – профессиональные культуры в Швеции, России и Польше» описан феномен журналистской культуры, профессиональная идентификация рассмотрена как ее существенная часть, формирующаяся из понимания сути профессии, мотивов профессиональной деятельности и отношения к отдельным ее аспектам.

*Ключевые слова:* журналистская культура, журналистское сообщество, самоидентификация, профессиональная идентификация, выбор профессии, факторный анализ.

**Summary:** the data of Russian segment of research project “Journalism in change – professional cultures in Sweden, Russia and Poland” in the base of this article let describe phenomenon of journalistic culture. Professional identification is presented as its valuable element formed by the understanding of the core of profession, motivations of professional activity and the attitudes towards its aspects.

*Keywords:* journalistic culture, journalistic community, self-identification, professional identification, professional choice, factor analysis.

#### **Вместо предисловия**

В международной исследовательской практике термин «журналистская культура» сегодня имеет несколько интерпретаций. В широком смысле она понимается как разделяемая производителями новостей идеология, охватывающая широкий спектр профессиональных ценностей, практик и продуктов [1]. При подобном подходе особое значение приобретает профессиональная идентификация отдельных представителей журналистского сообщества.

В основе данной статьи лежат результаты российского сегмента международного проекта «Журналистика в изменении – профессиональные культуры в Швеции, России и Польше» (далее – «Журналистика в изменении»), реализуемого в 2011-2014 гг. совместно МГУ им. М.В. Ломоносова, университетами городов Седерторн (Швеция) и Вроцлав (Польша), выполненного при финансовой поддержке Балтийского фонда в Швеции. В статье использованы данные

количественного опроса 500 российских журналистов российских СМИ. В качестве основного критерия, значимого для построения выборки количественного этапа исследования был определен *тип СМИ*. Выборка была сформирована случайным образом из представителей СМИ разного типа; при этом было сохранено соотношение разных типов официально зарегистрированных медиа по данным на момент разработки программы исследования в 2011 г. Соотношение СМИ разного типа, отраженное в официальных отчетах и справках, стало основой для построения типологической выборки. Для построения выборки была использована информация из открытых источников.

В ходе опроса были изучены представители трех возрастных групп (Табл. 1).

Табл. 1.

**Распределение респондентов российской части проекта  
по полу и возрасту**

<b>Возраст</b>	<b>жен (%)</b>	<b>муж (%)</b>	<b>всего (% от общего числа опрошенных)</b>	<b>абс. (N=500)</b>
<b>35 лет и моложе</b>	70,9	29,1	69,4	347
<b>36-50</b>	59,8	40,2	23,4	117
<b>51 год и старше</b>	47,2	52,8	7,2	36

*Источник:* опрос «Журналистика в изменении», 2012 г.

В результате была получена информация о представителях разных поколений, сформировавшихся в разные периоды времени и имеющих различные навыки в сфере работы с информацией и коммуникации. В процессе формирования выборки было учтено географическое своеобразие России: в выборку были включены журналисты, живущие и работающие на территории шести федеральных округов (Центрального, Южного, Северо-Западного, Приволжского, Уральского и Дальневосточного). Количественный опрос журналистов был проведен в марте-октябре 2012 г.

**Выбор профессии**

Профессиональный выбор – один из наиболее серьезных шагов, который каждый человек предпринимает в жизни. И факторы, определяющие этот выбор, оказываются характерными для конкретной национальной медиасистемы (Табл. 2.).

**Важность отдельных характеристик журналистской деятельности при выборе места работы российскими журналистами**

<b>Критерий</b>	<b>Значение</b>
Возможность совершенствоваться	4,3
Атмосфера на рабочем месте	4,3
Степень свободы в профессиональной деятельности	4,1
Редакционная политика медиа	4,1
Зарплата	4,1
Возможность блюсти общественный интерес и помогать людям	3,9
Возможность сделать более успешную карьеру в журналистике	3,7
Безопасность деятельности	3,2
Возможность влиять на общество	3,1
Дополнительные социальные льготы	2,8

*Источник:* «Пожалуйста, оцените по шкале от 1 до 5, где 1 – совершенно не важно, 5 – очень важно, насколько важны для Вас следующие критерии при выборе работы?», опрос «Журналистика в изменении», 2012 г.

Примечательно, что российские журналисты одинаково высоко оценили условия творчества и редакционную атмосферу, а также возможность профессионального совершенствования, как несколько менее важные отметив профессиональную независимость, политику редакции и финансовый аспект деятельности. Широкое разнообразие отмеченных характеристик может свидетельствовать о противоречивости и сложности профессионального сознания российских журналистов.

При этом факторный анализ результатов опроса журналистов в трех странах – России, Польше и Швеции, проведенный с помощью программы статистической обработки данных SPSS, выявил три доминирующих фактора – фактор общественного развития, фактор условий работы, а также фактор творческого развития и роста (Табл. 3).

**Важность отдельных характеристик журналистской деятельности при выборе места работы (факторный анализ)**

	Общественное развитие	Условия работы	Творческое развитие и рост
Возможность влияния общественного интереса и помогать людям	,838		,217
Степень свободы в профессиональной деятельности	,544		,219
Возможность влиять на общество	,501		,450
Атмосфера на рабочем месте	,382	,367	
Дополнительные социальные льготы		,635	
Безопасность деятельности		,635	
Зарплата		,587	
Редакционная политика медиа		,383	
Возможность сделать более успешную карьеру в журналистике			,855
Возможность совершенствоваться	,287	,200	,552

*Источник:* опрос журналистов России, Польши и Швеции «Журналистика в изменении», 2012 г.

Обращает на себя внимание, что дальнейшая работа с российскими данными в программе SPSS подчеркивает большую значимость интегральных факторов творческого развития и общественного развития и менее ярко выраженное внимание российских журналистов к практической стороне профессиональной деятельности (Табл. 4).

**Значение каждого из выделенных факторов  
для российских журналистов**  
(значение каждого из трех наиболее важных факторов)

	Значение
Фактор 1 – общественное развитие	3,70
Фактор 2 – условия работы	3,36
Фактор 3 – творческое развитие и рост	3,83

Это позволяет характеризовать журналистское сообщество как сосредоточенное на социальном служении и описывать профессию как социально ориентированную, а вместе с тем рассматривать ее в рамках концепции креативного класса.

**Профессиональная идентификация**

Уровень популярности журналистики как профессии в современном российском обществе далек от максимального, различные образовательные и кадровые Интернет-порталы регулярно проводят исследования, по результатам которых можно фиксировать рост привлекательности смежных журналистике профессий (дизайнер, видеооператор, продюсер и некоторые другие) и некоторое снижение внимания собственно к журналистике (по итогам одного из исследований, она занимает 69 место из 100) [2]. Невысоким (но стабильным) остается в «последние 20 лет и уровень доверия к СМИ, он устойчиво держится около 25%. Если сравнивать с перестроечными временами, то он, конечно, упал (тогда не доверяли СМИ только 6%), но в принципе все последние годы он держится ровно» [3]. Однако, несмотря на не самый благоприятный внешний контекст, представители журналистского сообщества в России вполне удовлетворены своим профессиональным выбором (Табл. 5).

**Оценка респондентами суждений,  
связанных с профессиональной идентификацией**

Утверждение	Согласен и полностью согласен (4-5)	
	абс.	%
Я с гордостью называю себя журналистом	330	66
Основная причина моей работы в журналистике – стремление заработать	294	58,8
Работа значит для меня больше, чем семья и досуг	68	13,6
Моя профессия – мое призвание	105	21
Работа журналистом – шаг в моей карьере к другим сферам деятельности	161	32,2

*Источник:* «Ниже приведены некоторые утверждения, описывающие отношение к профессии. Пожалуйста, выразите свое отношение по шкале от 1 до 5, где 1 – совершенно не согласен, 5 – полностью согласен». «Журналистика в изменении», 2012 г.

Статистический анализ полученных данных показывает, что две трети респондентов с гордостью называют себя журналистами. Вместе с тем более половины признались, что основной причиной своей работы в журналистике считают стремление заработать. При более внимательном рассмотрении материалов исследования становятся очевидными определенные противоречия и сложность профессионального сознания российских журналистов, в котором прагматические установки соседствуют с пониманием социальной миссии журналиста. Так, например, треть опрошенных признает, что журналистика выступает для них как ступень карьерной лестницы, пятая часть респондентов согласна с тем, что журналистику можно назвать их призванием. Кроме того, финансовый вопрос наиболее существенно разделяет поколения журналистов – подавляющее большинство представителей старшего поколения респондентов признается, что наиболее важным мотивом профессиональной деятельности для них становится заработная плата (Табл. 5.1.).

**Оценка утверждения «Основная причина моей работы  
в журналистике - стремление заработать»  
в разных возрастных группах российских журналистов**

Возрастные группы	Согласен и полностью согласен (4-5)	
	абс.	%
35 лет и моложе	199	57,3
36-50 лет	68	58,1
51 год и старше	27	75,0

*Источник: «Журналистика в изменении», 2012 г.*

Вероятно, это отчасти объясняется актуальными социально-экономическими условиями, которые вынужденно сокращают горизонт планирования представителей различных социально-профессиональных групп (и журналисты не являются исключением). Как заметил А. Липский, «неуверенность в будущем демонстрирует и тот факт, что подавляющее большинство населения живет в основном сегодняшним днем, имея перед собой крайне короткий горизонт планирования жизни. Долгосрочное планирование почти отсутствует. 47% россиян не знают, что с ними будет в ближайшие месяцы, а еще 36% способны планировать свою жизнь лишь на год-два. Что особо неприятно – горизонт планирования сузился там, где еще недавно он был пошире, чем в целом по стране, то есть в столице и других крупных мегаполисах» [4]. Существующий контекст заставляет наименее защищенных граждан стремиться к тому, чтобы обеспечить себя на будущее, и в определенном смысле выводит за рамки персональной повестки задачи социального служения в профессии, что косвенно подтверждается изучением журналистских мнений относительно другого суждения (Табл. 5.2.).

**Оценка утверждения «Моя профессия – мое призвание»  
в разных возрастных группах российских журналистов**

Возрастные группы	Согласен и полностью согласен (4-5)	
	абс.	%
35 лет и моложе	78	22,5
36-50 лет	24	20,5
51 год и старше	3	8,3

*Источник: «Журналистика в изменении», 2012 г.*

Межпоколенческие различия остаются очевидными, хотя общие оценки более умеренные. С возрастом становится менее проявленным понимание профессиональной деятельности как дела всей жизни, что скорее всего трудно назвать характерной чертой профессионального сознания и можно определить как результат влияния общего социального климата. Тем не менее, сравнение установок представителей различных возрастных групп журналистов показывает отличия в профессиональной идентификации, обусловленные как личностными характеристиками, так и более общими факторами, и дает основания рассуждать об идентификации в профессии как значимом элементе национальной журналистской культуры, интерпретируемой как «набор идей и практик, с помощью которых журналисты обосновывают свою роль в обществе и определяют собственную работу как значимую» [5].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Hanitzsch T.* Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory // *Communication Theory*. 2007.
2. Престижные профессии, по мнению абитуриентов. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://www.moeobrazovanie.ru/reiting\\_professii\\_top\\_300](http://www.moeobrazovanie.ru/reiting_professii_top_300) (режим доступа – свободный)
3. Лев Гудков: «Люди доверяют практически всему, что говорят по телевизору» // *Новые известия*. 2014. 23 июля.
4. *Лунский А.* Наше общество впало в депрессию с элементами агрессии и мании преследования // *Новая газета*. 2014. 29 янв.
5. *Hanitzsch T.* Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory // *Communication Theory*. 17. 2007. P.369.

### **РОЛЬ МОНТАЖА В СОЗДАНИИ ПОРТРЕТА ГЕРОЯ СПЕЦИАЛЬНОГО РЕПОРТАЖА**

**А.В. Баданина,**

Медиа-центр Северо-Арктического федерального университета  
«Арктический мост» (г. Архангельск), корреспондент  
E-mail: [www.denisbv2008@rambler.ru](mailto:www.denisbv2008@rambler.ru)

**Аннотация:** данная статья посвящена изучению роли монтажа в построении портрета героя специального репортажа. Творческие открытия, сделанные мастерами кинематографа, проанализированы с точки зрения их использования авторами журналистских видеоматериалов федеральных телекомпаний. В итоге обозначены основные ошибки и удачные решения журналистов в конструировании экранного образа. Особое внимание уделено следующей единице визуального сообщения – фотографическому кадру. Было проведено сравнение с телевизионным кадром в связи с рассмотрением того, как уникальный жанр Ю. Роста – «взгляд» повлиял на «портретный» монтаж в специальном репортаже.