

Проблемы теории журналистики

УДК 070

DOI: 10.28995/2073-6355-2018-11-51-58

Проблемы восприятия профессиональной идентичности журналиста

Наталья Я. Макарова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, rsuh.makarova@gmail.com*

Аннотация. Статья посвящена исследованию факторов, определяющих профессиональную идентичность журналиста в условиях информационного общества и их восприятию медиасообществом. Благодаря универсализации профессии идентификаторы профессиональной деятельности претерпели существенные изменения, а сама идентичность размывается. Сегодня быть современным журналистом означает уметь работать для разных медийных форматов, при этом одновременно адаптироваться к новым технологиям, пользоваться современной техникой для сбора и передачи информации, работать с большим объемом информации, уметь взаимодействовать с аудиторией исходя из «субъектно-субъектных» отношений, соблюдать этические и правовые нормы, находить новые формы профессионального творчества. Важную роль в формировании профессиональной идентичности играет журналистское образование. Если до начала своей профессиональной деятельности студент обретет прочные профессиональные идентификаторы, это станет залогом его карьерного и личностного роста.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, профессиональные компетенции журналиста, журналистское образование, информационное общество

Для цитирования: Макарова Н.Я. Проблемы восприятия профессиональной идентичности журналиста // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2018. № 11 (44). С. 51–58. DOI: 10.28995/2073-6355-2018-11-51-58

Perception issues of journalist's professional identity

Natalia Ya. Makarova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia;
rsuh.makarova@gmail.com*

Abstract. The article is devoted to the study of factors that determine the professional identity of journalists in the information society and their perception by the media community. Due to the universalization of the profession, the identifiers of professional activity have undergone significant changes and the identity itself is eroded. Today being a modern journalist means to be able to work for different media formats simultaneously, to adapt to new technologies and use modern equipment for collecting and relaying the information, to work with a large amount of information, being able to interact with the audience keeping in mind the “subject-subject” relationships, to comply with ethical and legal norms and find new forms of professional creative work. Journalism education plays an important role in the formation of professional identity. If prior to beginning his professional activity, the student gains strong professional identifiers, that will be the key to his career and personal growth.

Keywords: professional identity, professional competence of journalists, journalism education, information society

For citation: Makarova NYa. Perception issues of journalist's professional identity. *RSUH/RGGU Bulletin. "History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies" Series.* 2018;11(44):51-58. DOI: 10.28995/2073-6355-2018-11-51-58

В эпоху монополии традиционных СМИ вопросы профессиональной идентичности журналиста не были в центре внимания исследователей. В условиях информационного общества сама коммуникация становится формой жизни, коммуникатором – каждый желающий, а потому вопрос о профессиональной идентичности журналиста нуждается в тщательном переосмыслении.

Важно это не только с точки зрения общественного блага, но и для персональной, личностной самоидентификации. Каково отношение аудитории к СМИ? И как влияют новые информационные

технологии на развитие личности? Адекватно ли понимает абитуриент факультета журналистики то, что ждет его в рамках обучения и профессиональной деятельности? Каковы его цели и установки? По каким критериям он, вчерашний школьник, отделяет себя от «массового коммуникатора», чтобы получить слово и выступить перед публикой? И какие рейперные точки должен обозначить преподаватель профильных дисциплин, чтобы дать студенту возможность идентифицировать себя и коллег как профессионалов отрасли? Очевидно: проблематика поднимает массу вопросов, и все они должны быть детально рассмотрены.

В проведенном А.М. Сосновской в 2004 г. исследовании профессиональной идентичности на основе интервью с журналистами выдвигается ряд критериев и условий, отражающих профессиональную практику. Так, человек считает себя (а также коллег) журналистом, если он/она:

Поведенческие критерии:

- 1) работает в СМИ;
- 2) зарабатывает на жизнь с помощью этой профессии;
- 3) регулярно публикует (выдает в эфир) свои материалы;

Эмоциональный критерий:

- 4) имеет интерес к профессии;

Когнитивные критерии:

- 5) имеет журналистское образование;
- 6) входит в журналистское сообщество и признан коллегами;
- 7) имеет коммуникационные и публичные способности и интересы, а также активность [1 с. 125].

Этот набор – идеальная модель, норма соответствия, минимальный набор условий толерантности к «своим». Не упуская из вида историю процесса, стоит отметить, что во времена СССР набор критериев мало отличался от представленного в работе 2004 г. Правда, когнитивный аспект принадлежности значительно доминировал над остальными: советский журналист должен был лучше, чем «простой» советский человек, знать нормы, ценности и декларируемые цели общества.

В условиях современной универсализации границы идентичности размываются. Современные журналисты готовы включать в свои ряды людей с иной профессиональной самоидентификацией (историков, социологов, PR-специалистов, маркетологов): такие важные прежде характеристики, как стаж работы, регулярность деятельности и позиционирование себя в качестве журналиста, сегодня не имеют прежнего влияния, что также свидетельствует о размывании границ профессии.

Какова роль журналистики и журналистов в системе медиапрофессий современности и то, каков баланс между фундаментальным гуманитарным знанием и профессиональной практикой в образовании журналиста, обсуждалось на форсайт-сессии «Медиапрофессии XXI века» на базе МГУ в 2016 г. Тогда среди студентов и практикующих работников медиаотрасли звучали предположения, согласно которым «журналистики» (а соответственно «журналистов») сегодня не существует [2]. То, что принято называть «журналистикой», ушло в историю. Это некое представление о положении индустрии раньше, до глобализации, универсализации и конвергенции – то есть ДО информационного общества. Напротив, сегодня есть медиасфера и обслуживающие ее медиакommunikации, а значит, профессионалы в медиа и медийные коммуникаторы. Наряду с критерием наличия профессионального журналистского образования информационное общество выдвинуло новый критерий – прохождение профессиональной «журналистской школы», т. е. получение знаний от опытных журналистов [3], куда более котирующихся при трудоустройстве. Формальная характеристика принадлежности к профессии, обусловленная полученным образованием, значительно уступает неформальной «школе» и по результатам социологических опросов, в которых респондентами выступали профессиональные журналисты [3].

На той же форсайт-сессии заместитель министра связи и массовых коммуникаций РФ А.К. Волин заявил, что стремление к самосовершенствованию, систематизации собственных знаний и социализации к кругу «правильной публики» – вовсе не те опорные точки, на которых основан вектор развития российской журналистики ближайших лет. Идеалам, вычитанным в учебниках Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика и А.Я. Юровского, там нет места, как и курсу бакалавриата. Специалист медиабизнеса должен был эффективен, быстр и усидчив. «По большому счету любая редакция в состоянии открыть у себя платные курсы и выпустить у себя специалистов» [2], – подытожил заместитель министра.

Вторят этой позиции результаты опроса 2017 г., согласно которым 55% респондентов – членов профессионального журналистского сообщества (включая студентов) – отметили наличие формального образования по специальности «Журналистика» как необязательное и только 3% как обязательное [3]. Также мнение о том, что СМИ – это бизнес (и должны сами обеспечивать свое существование), преобладает над мнением о СМИ как деятельности социально важной и нуждающейся в субсидиях государства [3].

Сколь бы претенциозными и циничными ни были данные заявления, в них есть и разумное зерно. В системе российского журналистского образования крайне редко реализуется прикладной бакалавриат, что предполагает практико-ориентированную программу. Сама журналистика же профессия прикладная, а потому для трудоустройства выпускнику необходима не только теоретическая база знаний, но и определенный набор практических навыков. Среди ожидаемых работодателями компетенций выпускников на форсайт-сессии были названы: знание и понимание производственно-хозяйственной деятельности СМИ, медиаменеджмента; умение работать в команде; умение работать с аудиторией; знание и понимание маркетинга; умение критически мыслить, анализировать; умение использовать конкретные технологии; знание истории журналистики; понимание медиаиндустрии и тенденций ее развития.

Как видно, перечисленные работодателями и зафиксированные во ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» компетенции идентичны. Следовательно, речь идет уже не об установленном стандарте, а о технологии и методике преподавания дисциплин, каждая из которых, будь то история журналистики или разработка медиастратегии, должна быть прочно связана с профессиональным, содержательным и общественным контекстом. В связи с этим ключевая роль в формировании профессиональной идентичности лежит на преподавателе, который выстраивает стратегию обучения, понимая, какие профессиональные компетенции, а также личностные качества потребуются студенту в его профессиональной деятельности и какая именно конкретная дисциплина окажется полезной.

Сегодня выпускнику факультета журналистики недостаточно предложить работодателю свой авторский стиль написания текстов и подборку интересных тем для будущих материалов. В условиях информационного общества определение, данное журналисту в рамках законодательства еще в начале 1990-х гг., теряет всякую актуальность, совершенно не отвечая тенденциям времени. Напомним, Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» понимает под журналистом «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» [4]. Медиабизнесмены хотят видеть не просто журналистов, а медиаменеджеров, которые умеют оценивать, планировать, продвигать контент, достигать целевой

аудитории и расширять потенциальную. Медиаспециалисты должны умело применять в своей работе новейшие технологии. Именно университетское образование как конгломерат научных исследований отрасли и актуальной практики естественным образом поможет сформировать у студентов необходимые компетенции и сделать их более конкурентоспособными на медиарынке.

Надо признать, система критериев профессиональной идентификации журналиста практически не изменилась за последние 15 лет, однако сами критерии качественно усложнились. Если поведенческие и эмоциональный критерии достаточно стабильны, то когнитивные изменяются вместе со сменой типа общества. Согласно критерию наличия профессионального журналистского образования, эта позиция познавательного блока претерпела колебания в аспекте актуальности, но сохранила свою важность в модернизированном виде.

Динамичным критерием в когнитивном блоке профессиональной идентичности является и критерий признания в медиасообществе. В этой связи представляют интерес результаты исследования, проведенного группой ЦИРКОН и фондом «Медиастандарт», в котором участвовали 492 респондента (практикующие работники СМИ – от главных редакторов до внештатных сотрудников). В рамках опроса была предпринята попытка оценить, с кем из представителей профессионального сообщества идентифицируют себя журналисты, с кем сравнивают, на кого равняются – иными словами, кого признают («значимые другие»). Всего было упомянуто 938 журналистов, но лишь около трети из них (356) были упомянуты 5 раз и более. Самые популярные «значимые другие» – Владимир Познер (70 упоминаний) и Леонид Парфенов (56 упоминаний). Условное третье место с большим отрывом от «лидеров мнений» поделили Андрей Колесников и Дмитрий Соколов-Митрич (14 упоминаний). По мнению участников опроса, профессионала определяет наличие писательского таланта, грамотной речи и языка. Опыт работы оценивается выше, чем наличие формального профильного образования; при этом больше половины опрошенных имеют диплом журналиста или филолога.

Еще более парадоксальна статистика ответов на вопрос: можно ли назвать профессиональным журналистом человека, который пренебрегает профессиональной этикой. Абсолютное большинство (79% респондентов) ответили отрицательно, но, когда речь зашла о реальной работе, допустили возможность нарушать эти правила. На вопрос «Можно ли считать профессиональным журналистом человека, который не является сотрудником СМИ?» голоса «мож-

но» и «нельзя» разделились поровну. Обнажается проблема, верно подмеченная исследователями социологии СМИ И.М. и М.И. Дзялошинскими:

...в большинстве своем труженики пера и микрофона понимают, что и как они должны делать, но реальность подталкивает их к реализации диаметрально противоположного сценария профессиональной реализации [5].

В журналистику часто приходят по идеалистическим побуждениям, затем ключевой мотивацией становится материальная сторона вопроса, а далее наступает разочарование как в идеалах, которые невозможно воплотить, так и в возможности заработать на журналистике и сделать в ней карьеру.

Своевременное осознание журналистом собственной профессиональной идентичности способствует выбору направлений для дальнейшего самообразования, чтобы упрочить владение профессиональными компетенциями и получить перспективы личного роста. Чем эффективнее, квалифицированнее и успешнее журналист справляется с задачами, обусловленными его профессиональной деятельностью, тем легче ему себя идентифицировать, несмотря на подвижность медиасистемы.

Литература

1. *Сосновская А.М.* Профессиональная идентичность журналиста (анализ случаев) // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. № 3. С. 116–138.
2. Форсайт-сессия «Медиапрофессии в XXI веке» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.journ.msu.ru/about/news/19099/> (дата обращения 26 апр. 2018).
3. Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе: Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. Фонд Медиастандарт. Комитет гражданских инициатив. ЦИРКОН. [Электронный ресурс]. 2017. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf (дата обращения 5 мая 2018).
4. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 г. № 2124-1 (ред. от 25.11.2017) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения 5 мая 2018).
5. *Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И.* Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов // Медиаскоп: Электронный научный журнал. [Электронный ресурс]. 2011. № 4. URL: <http://mediascope.ru/node/952> (дата обращения 5 мая 2018).

References

1. Sosnovskaya AM. Professional identity of a journalist (analysis of cases). *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*. 2004;3:116-38. (In Russ.)
2. Foresight-session “Media professions in 21st century”. [Internet]. URL: <http://www.journ.msu.ru/about/news/19099/> (data obrashcheniya 26 april 2018). (In Russ.)
3. Journalists' ideas about the profession and the professional community General analytical report on the results of research. Mediastandart Foundation. Civil Initiatives Committee. ZIRCON [Internet]. 2017 (data obrashcheniya 5 may 2018). URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf (In Russ.)
4. The law of the Russian Federation “About mass media” of 27.12.1991 № 2124-1. [Internet]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (data obrashcheniya 5 may 2018).
5. Dzyaloshinskii IM., Dzyaloshinskaya MI. Ten Mortal Sins of Journalism in the Perspective of to-be Journalists (так в журн). *Mediascope* [Internet]. 2011;4 (data obrashcheniya 5 may 2018). URL: <http://mediascope.ru/node/952> (In Russ.)

Информация об авторе

Наталья Я. Макарова, кандидат педагогических наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; rsuh.makarova@gmail.com

Information about the author

Nataliya Ya. Makarova, PhD in Education, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125993; rsuh.makarova@gmail.com