

УДК 070

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ ЭПОХИ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

М.В. Симкачёва, А.И. Шакиров

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, 420008, Россия

Аннотация

Современная цифровая медиасреда стремительно изменяется. Это мульти- и транс-медиасреда, глобальное и интерактивное информационное пространство, в котором сегодня работают медиаспециалисты. Мобильность и технологичность способствовали изменению принципов функционирования информации в обществе, изменению профессиональных установок журналистов, а также медиаповедения аудитории. Журналисты стали выполнять функции, не свойственные общественной журналистике. Появилось много профессий в медиасфере, напрямую связанных с маркетингом, рекламой, PR и др.

В статье предпринята попытка систематизировать мнения журналистов о своей профессии: о роли современной журналистики в обществе, об отношении к ней, о статусе и положении журналиста, профессиональных принципах и стандартах, реализуемых в сознании медиаспециалистов, и современной интерпретации профессии самими журналистами. Интервью с журналистами проводили в 2015–2017 гг. Полученные результаты сопоставлены с выводами исследования, проведенного авторами в 2006 г.

Ключевые слова: журналистика, профессиональные принципы, профессиональные проблемы, медиасфера, универсальный журналист

Какой он, современный журналист? Каково отношение общества к журналистике? Что собой представляет современная медиасфера? Не только теоретики, но и сами представители медийной сферы задаются этими вопросами. Эпоха медиаконвергенции привнесла существенные изменения в работу медиаспециалистов и функционирование медиа. Их деятельность определяют законы функционирования современных медиасистем. Медиасфера сегодня оперирует технологиями, приемами, средствами, несвойственными журналистике в классическом ее понимании. Возможно, в будущем эта деятельность приобретет другое название, которое будет характеризовать ее настоящую суть исходя из современных реалий. Сегодня технологизм явно превалирует над творчеством, PR- и рекламные технологии перенимаются журналистикой. Журналистика жива, только пока есть идея.

В одном из последних актуальных материалов, посвященных сути современной журналистики, «Журналист-одиночка родом из традиционных СМИ вынужден сегодня творить публичный скандал» в казанском интернет-издании «Бизнесонлайн» профессор С.К. Шайхитдинова говорит о роли СМИ и журналистики

в целом, статусе и образе «нового журналиста по-российски» [1]. В частности, она отмечает: «СМИ сами по себе давно не отражают общественного мнения в его полноте. Они примкнули к другим ветвям власти и к рынку. <...> Одним медиаорганизациям для этого пришлось сделаться “ручными”, другим – “пираниями”. А журналисты? Это люди, которым просто надо зарабатывать свой хлеб. <...> Да, сегодня журналистика переживает не лучший период своей истории, но времена не выбирают. Важно понимать, что из человека с дипломом об образовании журналиста делает не власть – любая по счету, не технологии, какими бы передовыми они ни были, а то, что в нем самом, его критическое мышление, жизненная позиция» [1].

Обратную связь с аудиторией издания и реакцию прочитавших материал можно увидеть в содержательных комментариях к статье С.К. Шайхитдиновой, где даются следующие характеристики журналистики: полное недоверие к государственным СМИ, изжившим себя, их бессодержательность; фейковость популярных коммерческих СМИ. Оптимистичными выглядят комментарии о возрастании роли СМИ в связи с развитием технологий, в которых отмечается тенденция к развитию новых качественных СМИ.

Проблемы профессионализма и ценностных ориентиров журналистов изучаются нами начиная с 2006 г. [2] в динамике до 2019 г. В 2006 г. в исследовании приняли участие 52 журналиста из 41 регионального издания в возрасте от 23 до 70 лет с опытом работы от 5 до 55 лет. Спустя 10 лет, в 2015–2017 гг., проведены интервью с журналистами региональных, федеральных и зарубежных СМИ. Опрошено 104 человека в возрасте от 23 до 67 лет, имеющих опыт работы от 3 до 45 лет.

В статье приведены высказывания без указания авторства; сделано это в связи с тем, что, во-первых, были подобраны наиболее часто встречающиеся высказывания о профессии, носящие обобщающий характер, и, во-вторых, чтобы не усложнять жизнь самим журналистам, так как не всегда их мнение совпадает с мнением редакции издания

Исследование показало, что корреляции возраста, опыта работы, должности опрашиваемого, формы собственности СМИ с представлениями о современном состоянии профессии не выявлено, но четко представлена общая тенденция следования интервьюированными ее ценностным основам: профессиональной этике, классическим журналистским принципам, соблюдению законов, нравственности, общечеловеческой морали.

Профессиональные принципы. Профессиональные принципы медиаспециалистов зачастую перекликаются с общечеловеческими этическими принципами: жить по совести и чести, быть ответственным, не навредить, заслужить доверие и стараться его удержать, создавать качественный, интересный и полезный контент, постоянно удивлять. Журналисты говорят о необходимости создавать полезные материалы, проверять информацию перед публикацией, размещать только согласованную с источником информацию.

Современные медиатексты грешат поверхностностью, неполнотой информации, отсутствием противоположных точек зрения. Опрашиваемые указывают на эту проблему и в качестве выхода из сложившейся ситуации говорят, как должно быть:

– Задача журналиста не только в том, чтобы придать огласке проблему, но и решить ее. Например, если снять сюжет о разрушающемся доме, то этот самый журналист должен добиться его ремонта. Результат заключается в реальных действиях и помощи – вот в этом ценность профессии и истинное удовлетворение¹.

– Руководствуюсь в работе, во-первых, принципами уважения истины и права общества. Во-вторых, журналист не имеет права копировать «чужое», врать, ведь читатель, зритель, слушатель имеют право знать правду. В-третьих, не измышлять и не выдвигать ложные обвинения. В-четвертых, уважение общественных интересов.

Зачастую, понимая, как должно быть, респонденты указывают на то, что для них неприемлемо в профессии, например: ложь, публикация непроверенной информации в погоне за сенсацией:

– Сначала публикуют неточные (неверные) сведения, потом начинают их уточнять. Лучше потратить чуть больше времени, но дать наиболее полную и проверенную информацию.

– Любую информацию, которую выдаешь на страницы газеты, необходимо проверять либо документально подтверждать.

Недопустимы также искажение и подмена фактов для того, чтобы получить громкую историю; провоцирование героев историй на поступки, которые они не хотели бы совершать:

– Я никогда не перешагну через личностные качества. Прежде всего, я человек и только потом журналист.

Тем не менее, несмотря на осознание журналистами главных принципов и канонов профессии, современные медиа, независимо от их статуса, в Интернете часто размещают непроверенную информацию, слухи, субъективное мнение автора публикации. Некоторые позже исправляют неточности, но информация уже получила распространение и ее уже цитируют как правдивую.

Профессиональные проблемы и трудности. Наиболее часто в ходе исследования опрашиваемые в качестве издержек профессии указывают проблему эмоционального выгорания, перенасыщения сознания информацией, сложности в налаживании коммуникации с героем материала, поиска тем и даже угрозы жизни:

– Трудность в том, что люди не идут на контакт: не ко всем людям возможно найти подход. Отказываются говорить на камеру, просят отключить диктофон.

– эмоциональное выгорание и перенасыщение информацией. Сложно 24/7 постоянно находиться в информационном поле и вечных размышлениях. Также тяжело пропускать все эмоции героев через себя, да, этого можно не делать, но тогда и текст получится сухим и малоубедительным. Выхожу из кризисных ситуаций путем смены деятельности: помогает поездка куда-нибудь и, конечно, новые знакомства, которые могут подарить новые темы для будущих материалов.

Кроме названных проблем, интервьюируемые указывали на особые трудности в работе, связанные с административным давлением представителей власти:

¹ Здесь и далее цитаты респондентов приводятся по архиву М.В. Симкачёвой (А 2015–2017).

– Одна из главных трудностей в работе журналиста – это административный ресурс. Четыре года работы в районном СМИ подтвердили подобную практику. Такую трудность преодолеть можно, только если решишься идти на прямую конфронтацию с властью. В противном случае приходится наступать на горло себе и своим принципам. Что в большинстве случаев и приходилось делать.

– При стыке интересов «журналистика» встает на сторону, выгодную ей (власти), не показывая честно и непритязательно второй стороны и восхваляя другую.

«Телефонное право» власти, к сожалению, способствует росту недоверия общества к журналистам. И это одна из черт современных традиционных СМИ и реалии, в которых приходится работать.

Характерные черты современной журналистики. Журналисты чувствуют недоверие общества к себе, скептическое отношение к СМИ, что подтверждают следующие высказывания:

– ...В основном реакция людей иная, многие опасаются журналистов, боятся, что работники пера что-то пронюхают, а потом повернут информацию в пользу себе. Такое общественное мнение сформировалось из-за того, что сейчас мало СМИ, которые бы действительно влияли на общество и были резонаторами общественного мнения. Журналистика стала некачественной, нынешнее поколение журналистов халатно относится к своей профессии...

– Однако сложилось впечатление, что собратья по перу гонятся за неведомой сенсацией для поднятия тиражей своего издания (это не в осуждение, а, так сказать, констатация факта). Серьезная аналитика перешла в профильные журналы. Много негатива льется и со страниц газет, и с экранов телевизора. А ведь СМИ доселе остаются четвертой властью, ибо они создают «картинку» жизни, формируют мировоззрение подрастающего поколения. А потому хотелось бы побольше позитива и поменьше «копания в грязном белье».

Сами журналисты акцентируют внимание на негативных сторонах, свойственных современной журналистике, соединяя в одном ряду как технологические, так и этико-профессиональные характеристики:

– ...Мобильность, открытость, ясность, оперативность, «продажность», скупость.

– Сенсационность, оперативность, сокращение объемов, конвергенция, уход в интернет-пространство.

Востребованность специалистов также определяется этими качествами:

– Сегодня журналист – это человек мобильный, с быстрой реакцией, готовый рисковать, тратить огромное количество личного времени на работу.

– Востребован специалист новых медиа, умеющий мониторить социальные сети, находить нужную информацию.

Интернет охватывает огромную долю современного медиапространства. Большая часть информации, которая «оккупирует» аудиторию из глобальной сети, доступна, мгновенно распространяется через приложения, мессенджеры, средства связи. Находясь внутри этой волны и одновременно являясь ее частью и участником информационного процесса, люди не успевают осваивать всю информацию, не успевают разобраться, выбрать нужное, сориентироваться

в постоянно нарастающем медиапотоке. Явление «информационных пузырей», таргетированность в современных медиаресурсах, в сети Интернет только лишь усугубляют ситуацию. Медиа и журналисты зачастую способствуют стимулированию этого процесса, распространяя одну и ту же информацию, одни и те же тексты на многочисленных порталах.

Информационную политику современных СМИ формируют законы времени, компьютерные технологии, глобализация и власть медиасистем. Общество вынуждено подстраиваться под новые медиаресурсы, с одной стороны, но с другой – оно само является частью медиасистемы. Развитие медиа напрямую зависит от аудитории, которую надо создавать, удерживать и увеличивать. Поэтому средствам массовой информации важно не только иметь свою аудиторию, но и сохранять ее. О том, как сохранить аудиторию городской ли газеты, районного издания, федерального СМИ или нового медиа, у интервьюируемых имеется свое мнение.

Чтобы сохранить своего читателя, зрителя, слушателя, сегодня нужно работать:

– Оперативно, качественно.

– Прежде всего не быть равнодушным к проблемам своих героев, писать текст, пропуская все эмоции и чувства через себя. Авторский стиль также позволяет удержать аудиторию, сегодня чем проще язык, тем больше тебя любит публика. Ну и конечно, писать на различные темы, не быть заикленным на чем-то одном, сегодня ты освещаешь форум общероссийского народного фронта, а завтра пишешь о разведении морских свинок.

– Главное – быть честным со своим зрителем. Работать надо так, чтобы эксклюзив для твоего зрителя стал привычной нормой. Люди моментально реагируют на «копипаст».

Востребованная тематика в СМИ. Ответы на вопрос о том, какая тематика востребована в современных медиа, очень разнятся, порой до противоположных. По мнению одних журналистов, таковой сегодня является негативная тематика, а именно происшествия и криминал:

– Почему-то негатив с психологической точки зрения всегда интересует людей больше, чем позитив. Очень многих интересуют также подробности частной жизни звезд и т. д. Мне одновременно и понятна, и непонятна такая позиция. Поэтому СМИ и должны воспитывать аудиторию, чтобы возрастала потребность в качественном контенте. Качественный контент – это проверенная информация на серьезные темы: политика, экономика, общество, спорт и т. д. Происшествия и криминал, увы, тоже. Но не пикантные подробности личной жизни медийных личностей.

– В новостях – «показательные казни чиновников». Когда того или иного чиновника привлекают к ответственности, люди готовы обсуждать это, смотреть на это и возмущаться. И это происходит из-за кризиса.

Другие считают, что «всё зависит от интеллекта аудитории. Не получится заинтересовать зрителя телеканалом “Культура”, если ему интереснее следить за чужой личной жизнью. Человек может только сам поменять приоритеты».

Телевизионные ток-шоу на темы мировой политики демонстрируют подчас не столько интеллект участников, сколько их невоспитанность. Нагнетание

негатива, невозможность сосуществования разных точек зрения – таким контентом, к сожалению, заполнено современное телевидение зритель устает воспринимать информацию, не досматривает программу до конца.

Преыдущее исследование 2006 г. было направлено на выявление понимания и трактовки понятия профессионализма среди региональных журналистов. Деятельность журналиста, по их мнению, определяли политические, экономические, социальные факторы, условия, в которых функционирует журналистика в конкретный период времени. В сознании опрошенных закреплено четкое следование общегуманистическим принципам, нормам профессиональной этики, законам, которые зачастую идут вразрез с реальной практикой. 10 лет назад также был востребован универсальный журналист, способный одновременно совмещать разные виды работ. Журналисты считали важными в профессии талант и призвание, хотя понимали, что творческая составляющая конкурирует с технологизмом. Последний уже тогда во многом стал определять деятельность журналистов.

Исследование 2015–2017 гг. позволило выявить, что мнения журналистов разнятся в зависимости от возраста респондентов, места их работы (в городской/районной газете и популярном интернет-СМИ представления о профессии отличаются), опыта, мотива выбора профессии. Они говорят, как должно быть, и их знание основ профессии опирается на общегуманистические принципы традиционной журналистики, но в современных реалиях зачастую возникают сложности в облудении этих принципов. И хотя в сознании журналистов прочно укрепилось понимание того, как должно быть, причем такая тенденция прослеживается у разных поколений медиаспециалистов, в условиях реальной практики им приходится подстраиваться под формат издания, под конкретную ситуацию, под мнение владельцев издания. Данная проблема была выявлена в исследовании 2006 г., в 2015–2017 гг. она проявилась в еще большей степени.

Классическая гуманистическая модель журналистики сталкивается с реальностью современного общества, это приводит к раздвоению сознания журналистов: с одной стороны, они знают, что негативная информация позволит увеличить рейтинг издания, и публикуют такую информацию, с другой – этические стандарты и профессиональные нормы ориентируют их делать качественные материалы, чтобы сохранить «лицо» издания.

Сегодня журналисты – это универсальные медиаспециалисты, которые, во-первых, владеют основами профессии, технологиями, во-вторых, оперативны, мобильны, приспособлены к разным условиям работы, в-третьих, умеют создавать контент, удовлетворяющий самым разным общественным запросам. Журналист сам формирует свою жизненную и профессиональную позицию, выбирает, в каком издании и на каких условиях работать. И если ему есть, что сказать, и он может это сделать в общественных интересах, пропуская информацию через себя, чувствуя то, о чем пишет, тогда это называется профессиональной журналистикой.

Источники

А 2015–2017 – Интервью с журналистами 2015–2017 гг. // Архив М.В. Симкачëвой.

Литература

1. *Шайхитдинова С.* «Журналист-одиночка родом из традиционных СМИ вынужден сегодня творить публичный скандал» // Бизнес-онлайн. – 2018. – 22 апр. – URL: <https://m.business-gazeta.ru/article/379774>, свободный.
2. *Симкачёва М.В.* Региональная журналистика: ценностные ориентации профессионального сообщества и реальная практика // Учен. зап. Казан. гос. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2008. – Т. 150, кн. 4. – С. 145–159.

Поступила в редакцию
16.05.18

Симкачёва Марина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики

Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия
E-mail: msimkach@yandex.ru

Шакиров Альфред Ильдарович, кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики

Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия
E-mail: alfred.shakirov@rambler.ru

ISSN 2541-7738 (Print)
ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2018, vol. 160, no. 4, pp. 917–924

Professional Self-Definition of Journalists in the Epoch of Media Convergence

*M.V. Simkacheva**, *A.I. Shakirov***

Kazan Federal University, Kazan, 420008 Russia
E-mail: **msimkach@yandex.ru, **alfred.shakirov@rambler.ru*

Received May 16, 2018

Abstract

The modern digital media environment is changing rapidly. Media experts are currently working in a multi- and trans-media environment, a global and interactive information space.

Changes in the media sphere towards mobility and technological effectiveness over the past decade have not only contributed to a considerable advance in the field of media production, but also modified the principles of information functioning within society, thereby causing the transformation of professional attitudes among journalists and the audience's media behavior. Journalists began to perform functions not peculiar to public journalism. In the media sphere, whole a number of professions appeared, all directly related to marketing, advertising, PR, etc.

The ultra-high speed of work on different platforms simultaneously in the 24/7 regime does not change the basic value principles of journalism. What remains unchanged is that the ethical, humanistic components of the profession prevail in the minds of journalists. Nowadays, valuable specialists are those who can filter and select necessary information and focus their attention on the importance and usefulness for the audience, thus creating a competitive media environment. Such quality of a journalist as a system perspective on the world is appreciated. It implies the ability to see more extensively and deeply, the ability to break through the shroud of everyday life and transform reality at least slightly.

The opinions of journalists on modern journalistic skills, such as the role of modern journalism and the attitude of society to it, journalist role and status, principles of this profession which are realized in media specialists' minds, and modern interpretation by journalists themselves have been classified in the paper. Interviews with journalists were held in 2015–2017. The results of the study have been compared with our findings made in 2006.

Keywords: journalism, professional principles, professional problems, media sphere, universal journalist

References

1. Shaikhidinova S. A lone journalist from traditional media has to precipitate a public scandal today. *Business-Online*, 2018. Apr., 22. Available at: <https://m.business-gazeta.ru/article/379774>. (In Russian)
2. Simkacheva M.V. Regional journalism: Value orientations of the professional society and real practice. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2008, vol. 150, no. 4, pp. 145–159. (In Russian)

⟨ **Для цитирования:** Симкачёва М.В., Шакиров А.И. Профессиональное самоопределение журналистов эпохи медиаконвергенции // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2018. – Т. 160, кн. 4. – С. 917–924. ⟩

⟨ **For citation:** Simkacheva M.V., Shakirov A.I. Professional self-definition of journalists in the epoch of media convergence. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2018, vol. 160, no. 4, pp. 917–924. (In Russian) ⟩