

УДК 070(470+571)

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА И РЕАЛЬНАЯ ПРАКТИКА

М.В. Симкачева

Аннотация

В статье анализируется деятельность журналистов и журналистика Республики Татарстан на современном этапе. Рассматривается влияние на журналистику политического, экономического, социального, культурного и технологического факторов, выявляются общие закономерности формирования профессионализма в республике под влиянием этих факторов. Определяются ценностные ориентации в профессиональной среде и обнаруживается их столкновение с реальной практикой.

Ключевые слова: профессионализм, региональная журналистика, ценностные ориентации, профессиональная этика, профессиональная миссия, профессиональный стандарт, социокультурный фактор, политический фактор, экономический фактор, технологический фактор.

За более чем трехсотлетнюю историю существования российской журналистики в профессиональном сообществе до сих пор не сформировалось единого представления о профессии и о профессионализме. Изменения общественных парадигм, влияние различных факторов на журналистику и на общество в целом вели не только к трансформации самой профессии, но и к изменению ценностных установок в сознании журналиста. Профессионализм во многом зависит от профессионального сознания самих журналистов, от того, как они сами оценивают журналистику. Понимание профессионализма во многом определяют и особенности региона, в котором они работают. В этом мы убедились, проведя экспертный опрос редакторов и ведущих журналистов СМИ Республики Татарстан. Таким образом мы получили обобщенное представление о профессионализме, достаточное, на наш взгляд, для того, чтобы определить существующую модель профессионализма в республике в целом¹.

Цель статьи – выявить общие закономерности формирования профессионализма и выяснить, какие факторы проявляются в журналистике такого региона, как Татарстан, и как они влияют на профессиональное сознание журналистов.

¹ Экспертный опрос проведен автором в мае 2006 года. В опросе приняли участие 52 журналиста из 41 СМИ г. Казани. Они представили: государственные, коммерческие и федеральные СМИ в РТ, характеризующиеся по влиятельности, по виду СМИ, по типу издания, по языку выхода. Экспертами выступили: главные редакторы, заместители главного редактора, редакторы и заведующие отделом, декан факультета журналистики и социологии КГУ. Из них: мужчин – 23, женщин – 29. Возраст респондентов от 23 до 72 лет. Опыт работы в журналистике от 5 до 55 лет.

Татарстан – многонациональная республика с древними культурными и национальными традициями. Как определил президент республики М. Шаймиев, Татарстан – «регион европейского уровня – политически и экономически развитый регион»¹. На фоне успешного развития региона так же благополучно развернулась деятельность средств массовой информации. По данным Агентства РТ по массовой коммуникации «Татмедиа», на тысячу татарстанцев приходится 510 экземпляров периодических изданий (средний показатель по России – 250 экземпляров)². Всего на 1 января 2007 года в Татарстане зарегистрировано 1133 средства массовой информации: государственных СМИ – 206, негосударственных – 927, из них 776 печатных СМИ и 357 электронных. Большой диапазон сферы интересов и потребность общества в оперативной и объективной информации объясняют такую насыщенность информационного поля республики. Все сферы общественной жизни, будь то государственная политика, экономика, образование, здравоохранение, ЖКХ или искусство и культура сегодня как никогда нуждаются в талантливых журналистах, серьезных аналитиках, которые могут не только понять каждую из этих сфер, но и грамотно, объективно проинформировать о событиях, проанализировать их, показать возможные последствия. В этом, на наш взгляд, заключается журналистское мастерство, преданность профессии, настоящий профессионализм.

В журналистской среде Татарстана сложились разные мнения на этот счет. Но, несмотря на неоднозначные представления о профессионализме, все-таки есть общие закономерности его формирования в республике.

Закономерности формирования профессионализма в республике

Журналистика – профессия многогранная: это творчество и саморазвитие, признание и известность, образ жизни и желание быть полезным людям. Осознание ценности профессии приходит с опытом, так же как и профессионализм. Для человека, который возложил на себя обязанность служить обществу, профессия – это деятельность, доставляющая удовольствие, приносящая материальный достаток и дающая возможность самореализации.

Чтобы решиться исполнять такую ответственную миссию в жизни – служить обществу, надо родиться журналистом, иметь *талант* и *призвание*. Несмотря на то что технологический прогресс и медиарынок диктуют свои правила, большинство журналистов (72%), причем разных поколений, убеждены в том, что настоящий профессионал не может состояться, не имея таланта и призвания, хотя и проявляют эти ценностные составляющие себя сегодня иначе. По мнению 32% из этого числа респондентов, проработавших на журналистском поприще более 20 лет, чтобы стать профессионалом свой талант необходимо подкреплять знаниями, умением отвечать требованиям времени, оттачивать навыки, совершенствуя свое мастерство и приобретая опыт. Только все эти составляющие вместе формируют настоящего профессионала. Вместе с тем 23% респондентов уверены, что наряду с технологическими умениями и навы-

¹ Шаймиев М. Десять лет по пути укрепления суверенитета. Выступление на пленарной сессии Госсовета РТ, посвященной десятой годовщине провозглашения Декларации о государственном суверенитете Республики Татарстан. 29 августа 2000 г.

² См. сайт www.tatmedia.com.

ками настоящий профессионал должен быть трудолюбив и дисциплинирован. А еще надо любить свою профессию.

Что означает профессия для журналиста и что приносит ему самое большое удовлетворение в работе, в чем заключается ценность профессии для региональных журналистов? Большинство журналистов, независимо от формы собственности СМИ, в котором они работают (66% из числа опрошенных), считают свою профессию творческой, журналистика для них – прежде всего *творчество*. У особо творческих натур – это способ преобразования мира к лучшему. Выяснилось, что к творчеству склонны больше женщины (42%, от 44 до 56 лет), нежели мужчины (24%, от 29 до 72 лет). Для 25% (16% женщин 39–55 лет и 9% мужчин 27–55 лет) творческих личностей ценность профессии заключается еще и в *самореализации*. Так же считают еще 22% респондентов (в основном – мужчины 25–35 лет), но 12% из них реализовывать себя предпочитают, сделав карьеру, приобретя *особый социальный статус*. Об особом статусе мечтает, как правило, в основном молодое поколение журналистов (6% мужчин 26–28 лет и 6% женщин 23–24 лет). Все они работают преимущественно в государственных СМИ.

Творчество, самореализацию и бизнес благополучно сочетают 20% опрошенных. Интересно, что журналистику отождествляют с бизнесом в основном женщины (14%, от 26 до 52 лет) и всего 6% мужчин от 24 до 44 лет. «...Если журналист не может заработать столько, сколько он хочет, значит, это не профессиональный журналист», – резюмировал один главный редактор коммерческого издания республики (А42)¹.

Любопытным и противоречивым оказался тот факт, что только у 6% (4% мужчин и 2% женщин в возрасте от 26 до 37 лет) опрошенных журналистов превалируют чисто эгоистические интересы: прагматизм, стремление заработать и сделать карьеру, причем удовлетворение в работе им приносит отнюдь не гонорар и зарплата.

Большинство журналистов самое большое удовлетворение в работе получают от *результатов своей профессиональной деятельности, ее эффективности* и значимости для общества – 66%. Причем 14% из них имеют на этот счет свою точку зрения: «...Видеть поворот к лучшему в жизни страны, республики. К сожалению, все происходит очень медленно. <...> Возможность сказать то, что ты считаешь важным. <...> Сам процесс работы вкупе с резонансом в других СМИ после моих публикаций. <...> Общение с интересными передовыми людьми эпохи» (А5, А16, А42, А43).

Некоторые журналисты (3%) практически не отделяют себя от работы никогда. Для них профессия – это стиль жизни, образ мышления, образ жизни, соответствующий характеру. Для многих из них суть профессии заключается в *служении своему народу*.

Добросовестно выполняя общественно важную профессиональную миссию, журналист претендует на особую роль в обществе, которая становится все более осознанной и дает о себе знать. Ведь *первостепенные задачи* в работе журналиста, по мнению большинства редакторов СМИ, заключаются в оператив-

¹ Здесь и далее анкеты из архива автора, принято сокращение А42 – анкета № 42.

ном информировании, доведении истины до аудитории, ответе за свою деятельность и в полезности обществу.

Оперативно, достоверно и полно информировать, давая не только ответы, но и возможность размышлять, чтобы люди сами делали вывод, понимали, что хорошо, а что плохо, не наставляя при этом нотациями, ориентировать в окружающей среде, а также просвещать, формировать общественное мнение и постоянно быть в поиске новой качественной информации – такие задачи ставят перед собой 46% (30% женщин и 16% мужчин) журналистов.

Некоторые редакторы СМИ обеспокоены не только состоянием современного общества, но и состоянием журналистики. В связи с этим 18% респондентов считают своей миссией служение оздоровлению общества, создание позитивного (не примитивного) настроения в обществе, при этом советуют коллегам по перу обзавестись совестью и умением сопереживать, писать о справедливости и доводить истину до читателя, зрителя, слушателя. Общая задача для журналистов – поднять свой уровень компетентности, создать у общества положительное мнение о журналистике в целом; быть готовым к общественному резонансу, уметь ответить на возникающие вопросы. Интересен тот факт, что в основном руководителей – мужчин среднего возраста (12%, 39–40 лет) и сравнительно молодых женщин (6%, 24–25 лет) – волнует, по какому пути идет современная журналистика.

Задачи первостепенной важности для 6% журналистов – помогать людям в решении проблем, быть собеседником, советчиком, другом для читателя, слушателя, зрителя, то есть быть максимально полезным и нужным людям. Так считают и мужчины и женщины в равной степени. Еще 4% участвовавших в опросе важнейшей задачей считают прогнозирование. Оставшиеся 26% журналистов затруднились назвать основные задачи своей деятельности.

Большинство журналистов (и тех, кто еще учится, и тех, у кого большой опыт работы) признают свою зависимость от требований общества, от стандартов собственной профессии, которые и должны определять весь спектр профессионализма журналистов. В регионе профессионализм больше рассматривается как некий высший стандарт профессиональной деятельности, набор конкретных правил (часто нигде не регламентированных, существующих как негласные требования редакции). И когда говорят «профессионал своего дела», «сделано профессионально», каждый по-своему оценивает уровень профессионализма, потому что нет критериев оценки профессионального мастерства. Есть правила, принципы, кодексы, декларации, хартии, указывающие на то, как надо поступать. Но это обезличенные стандарты, под которые нельзя подогнать всю журналистику и всех журналистов. Профессионализм подразумевает намного большее.

В большинстве современных редакций казанских СМИ отсутствуют специально установленные и написанные стандарты профессионального поведения. Закон о СМИ, устанавливающий правила на информационном поле, журналисты, редакторы, руководители и учредители средств массовой информации знают слабо и обращаются к нему крайне редко. Профессиональная мораль – сухие предписания, подробно изложенные в декларациях и хартиях, позволяют преодолеть хаотичность нравов профессионалов и дают представление о долж-

ном в профессии. Однако на практике сами журналисты не часто обращаются к этим сводам правил, которые если и имеются, то не в каждой редакции. Все творческие группы, издательства, редакции сами для себя вырабатывают правила профессионального и нравственного поведения. Многие «акулы пера» прислушиваются к голосу разума, руководствуются прежде всего своей совестью, личным опытом, журналистской этикой и человеческими принципами – неким внутренним кодексом, что позволяет оставаться порядочным по отношению к коллегам, аудитории, героям собственных материалов. Несмотря на то что на практике все основано на профессиональной совести и доверии, у каждого журналиста есть свои личные правила и принципы – профессиональные ориентиры в работе.

В подтверждение сказанного сошлемся на полученную статистику.

Профессиональный стандарт документально закреплён в 13 редакциях СМИ из 41 участвовавшей в исследовании. Профессиональные требования прописаны в 6 редакциях коммерческих СМИ, 4 государственных и 3 федеральных СМИ в РТ. Причем в 2 редакциях эти правила входят в должностные обязанности сотрудников, контракты и Устав редакции. Еще в 2 государственных СМИ правила недостаточно прописаны или находятся в разработке. Негласные правила существуют, но не прописаны в 9 государственных редакциях СМИ и в 5 коммерческих. Видимо, в большинстве редакций журналисты руководствуются своими личными правилами-ориентирами в работе.

Принципы личного поведения ряда главных редакторов СМИ являются ориентирами для поведения сотрудников редакции. Правила и принципы профессиональной деятельности, названные редакторами казанских СМИ, можно разделить на две группы: внешние (правила, определяющие отношения «журналист – аудитория») и внутренние (правила журналистского сообщества, определяющие отношения между коллегами).

В декларируемых руководителями СМИ правилах четко прослеживается сочетание технологизма и нравственного подхода. Но журналисты Татарстана не сплочены в единое журналистское сообщество. Все эти правила татарстанские журналисты сформулировали для себя и стараются придерживаться их в любых ситуациях. Но в действительности, по словам заместителя редактора одной из влиятельных газет республики, «современная журналистика, главным образом, играет по правилам, которые диктует власть» (А45). Голос журналистов не имеет реальной силы, потому что, по мнению заместителя редактора казанской газеты, они малоинициативны и не сплочены.

Зависимость от власти и разобщенность журналистского сообщества – это лишь некоторые проблемы, ведущие к профессиональным трудностям. С ними журналисты справляются по-разному. 18% респондентов (это опытные журналисты, средний возраст которых – 41 год) в своей работе в разной степени, в зависимости от сложности ситуации, руководствуются Законом РФ «О средствах массовой информации», Уставом редакции, профессиональной этикой, опытом. По их мнению, «все это перечисленное – звенья одной цепи, разорвать которую без ущерба нельзя» (А45).

Советуются со старшими коллегами, имеющими высокий социальный статус, и стараются изучить опыт других и найти свой вариант с учетом этого

опыта – 4% журналистов. Полагаются только на свой жизненный и *профессиональный опыт* 22% руководителей СМИ (14% мужчин 24–45 лет и 8% женщин 26–46 лет).

Собственным опытом и профессиональной этикой руководствуются 28% (12 и 16% мужчин и женщин соответственно) опрошенных журналистов. А что касается правовых норм, то некоторые из журналистов (4%) с сожалением считают, что «...правовые нормы на поверку оказываются бесполезными, ненужными или даже мешающими здравому решению проблемы. <...> На Закон о СМИ ссылаться в конфликте с чиновником – безнадежное дело» (А49).

Профессиональной этикой руководствуются 16% журналистов, в основном женщины – 10%.

В трудных ситуациях открывают Устав редакции 4% руководителей СМИ, но при этом мужчины доверяют еще и своему опыту, а женщины задумываются о профессиональной этике.

Для большинства журналистов профессиональная этика является неотъемлемой частью профессионализма. Именно ею руководствуются «акулы пера» в трудных ситуациях. Помимо умения писать и зарабатывать деньги, журналисты помнят о своей человеческой сущности, не уходят и не отказываются от высших ценностей. Однако профессиональная этика не имеет четких критериев. Что входит в профессиональную этику регионального журналиста? – Жизненный опыт, общечеловеческая мораль, свод правил... Нет моста между технологической (приземленной) и этической (возвышенной) составляющими частями профессионализма. Нет прикладной составляющей в этике. Мы констатируем: понятие «профессиональная этика» существует. Но в профессиональном сообществе журналистов понимание «профессиональной этики» далеко неоднозначно.

Журналисты ориентируются на практику, где нарушается общечеловеческая мораль. Они восстают против таких грубых нарушений, которые в западной журналистике, например, даже не являются предметом для обсуждения, так как они уже получили социальную оценку. В нашей журналистике такие моменты не разбираются, но имеют место. Неприемлемым для себя в работе многие журналисты считают также нарушение профессионально-этических и общечеловеческих принципов.

Подготовка заказных материалов, скрытой рекламы и PR, публикация сплетен и слухов, политическая ангажированность, коррупция, продажность, обогащение любыми средствами и воровство информации у конкурентов считают непозволительным в работе 28% (12% мужчин и 16% женщин) редакторов СМИ. Недопустимым в работе для 26% (16% мужчин и 10% женщин) профессионалов является искажение фактов, ложь, фальшь в аргументации, плагиат, инсинуация. Беспринципность, грубость, субъективизм, критику под псевдонимом и копание в личной жизни чужого человека считают неприемлемыми 8% (6% мужчин и 2% женщин) практикующих журналистов.

Выявлена еще одна группа неприемлемого в работе для журналистов – это различного рода зависимость. Зависеть от обстоятельств и окружающих, работать в СМИ, правила которого расходятся с личными принципами журналиста в области морали и политики, прогибаться «перед властями», терпеть откры-

венное давление медиавладельца, участвовать в борьбе компроматов, подхалимничать не могут 20% руководителей СМИ, большинство из которых мужчины – 12%.

Не позволяют портить отношения с коллегами и ставить личные цели выше и важнее общих целей команды, в которой работаешь 4% респондентов. А 14% прекрасной половины журналистов не допускают непрофессионализма в работе, а именно: неинформированности, безграмотности, написания материалов без возможности разобраться с документальными источниками, низкой скорости, маленькой продуктивности, лени и банальности. И только один редактор республиканского издания заявил, что не терпит проявления в материалах СМИ любого национализма.

Говоря о профессии, профессионализме и профессиональной журналистике с представителями республиканских средств массовой информации, мы пришли к выводу, что профессионализм в понимании региональных журналистов складывается как из гуманистических (этических) составляющих (talent, призвание), так и из технологических (умений, знаний, навыков, практического опыта, умения соответствовать требованиям времени). Журналисты стараются отстаивать честь профессии, стремятся сохранить профессиональную журналистику в угоду высоким идеалам, которым должны следовать и все общество, и журналистика.

Между тем, несмотря на все старания журналистов, на их этичность и следование правилам, стремление к профессионализму, в действительности мы сплошь и рядом сталкиваемся с нарушением не только норм профессиональной этики, но и Закона о СМИ, с откровенной «халтурой» и непрофессионализмом. Не приходится говорить и о журналистской солидарности, внутрипрофессиональной корпорации, профессиональной культуре и даже об элементарной грамотности. Сегодня подготовкой новостей, особенно на телевидении, занимаются преимущественно молодые люди, которые не имеют достаточного опыта сбора и анализа информации, не говоря уже о жизненном опыте. Постоянная гонка за количеством и оперативностью влияет на изменение понимания миссии профессии, цели деятельности и сути понятия «профессионализм». В погоне за сенсацией журналисты забывают о человеческой порядочности.

Окончив вузы, молодые специалисты приобретают мало жизненного опыта. Они замкнуты в собственном мирке и часто далеки от реальной жизни. Боязнь потерять работу, зависимость от руководства и неопытность заставляют молодого журналиста забывать все, чему учили в университете, вести себя неэтично, поступаться своими личными моральными принципами и человеческими интересами. Иначе – не выдержать конкуренции в профессиональном сообществе. У молодых специалистов складывается специфическое представление о профессии, они совершенно по-особому смотрят на вещи. Они легко усваивают возможность сочетания журналистской и рекламной работы, журналистской деятельности и Public Relations, как правило, в одном лице. Такое профессиональное иновидение, а нередко и цинизм, к сожалению, встречаются в журналистике.

Да и опытные журналисты зачастую живут в двух ипостасях: на работе «я – профессионал, вынужденный придерживаться курса конкретного издания»; в

жизни «я – человек со своими личными ценностными установками». Жизнь по правилам игры (например, работа на заказ), установленным не столько в журналистике, сколько в обществе, в наши дни воспринимается как норма.

Работу журналистов республики определяют проявления конкретных факторов как в журналистике, так и в обществе в целом.

Факторы, оказавшие влияние на профессионализм регионального журналиста

Как уже выяснилось, в большей мере региональные СМИ и журналисты испытывают влияние местной власти, точнее зависимость от нее. Дает о себе знать и экономический фактор. Средства массовой информации, не получающие дотаций из госбюджета, вынуждены выживать, «подкармливая» аудиторию сенсациями, сплетнями, скандалами, а дотируемые имеют такой самоконтроль, что даже цензура не требуется. Деформируется образ профессионализма и под влиянием социального и культурного факторов. Журналистика стала, с одной стороны, интереснее, потому что охватывает многие стороны жизни, но с другой – примитивнее. А вот технологический прогресс значительно облегчил работу журналистов. Выбиться в профессионалы можно, даже не имея минимальной склонности к профессии. Теперь обо всем по порядку. Начнем с культурного фактора и его проявления в журналистике региона.

Исследователи говорят о деградации культуры и общества, вместе с чем, соответственно, изменяется и профессиональная журналистика. С тем, что все эти явления отражаются на журналистике, в целом согласны 48% респондентов, которые комментируют ситуацию следующим образом: «Журналистика как часть общественного проявления зависит от того, что собою представляет общество на сегодняшний день. <...> Журналистика подстраивается под общество и становится такой, какой она востребована этим обществом, удовлетворяя его низменные потребности. <...> Уровень культуры журналистов неуклонно падает, как, впрочем, и общества в целом. Что и неудивительно: журналистика – зеркало общества» (A11, A17, A21, A25). С одной стороны, сами журналисты не обвиняют себя в этом: «Раз уж зеркало общества, то, что в нем происходит, то они (журналисты) и отражают» (A8). С другой стороны, по их мнению, «журналисты и должны противостоять деградации общества» (A43).

Смещение культурных акцентов (во многом под влиянием западной культуры) дало возможность развития «желтой» прессе. «“Желтые” газеты хорошо продаются, но хорошую “желтую” газету могут делать только профессионалы» (A16).

Контент материалов СМИ изменяется в сторону развлечения в пользу массовой прессы. 40% редакторов СМИ г. Казани, участвовавших в опросе, констатируют, что нынешняя журналистика в основном ограничивается информированием и развлечением аудитории. СМИ выполняют исключительно развлекательную функцию, по мнению 18% опрошенных.

Развлекательное направление в СМИ преимущественно сводится к темам шоу-бизнеса, личной жизни знаменитостей, перетряхиванию их «грязного белья», секса, к скандалам, слухам, сплетням, интригам, сенсациям. Именно такая

тематика больше востребована сегодня в региональных СМИ, по мнению 14% опрошенных.

Оставшиеся 42% респондентов признают главной функцией современной журналистики информационную. Но, наряду с информированием, СМИ, по их мнению, в разной степени также просвещают, ценностно ориентируют, а еще «пиарят» власть, исполняя политический и социальный заказ.

Журналистика могла бы быть качественной, полагают 12% респондентов, но зависимость от власти и бизнеса мешает свободной и талантливой работе журналиста. «Российская журналистика лучше советской. Если бы не было пресса на нее, она могла бы быть очень качественной. <...> Журналистика стала слишком зависимой либо от власти, либо от капитала. Мы стали не журналистами, а журналюгами» (A23, A50). Поэтому определенная часть современной журналистики и служит деградации общества, считает эта же часть опрошенных. «В деградации культуры и общества «большую роль» играют СМИ и сами журналисты, используя низменные инстинкты людей с низким уровнем культуры. <...> Деградация общества начинается с деградации отдельной личности. В нашем нынешнем обществе, чтобы чего-то добиться, приходится либо «идти по трупам», либо «приспосабливаться». Это актуально и для любого журналиста. <...> Профессиональная журналистика остается профессиональной, но ее изменения (не деградация) связаны не с общим снижением культуры, а, скорее, с общим государственным устройством. <...> Журналистика сегодня подтверждает свое определение как второй древнейшей профессии. Но что делать, если надо выпускать газету, а средств на это нормальным способом не будешь. Продаются все, только не каждый знает себе цену» (A22, A39).

Низкий уровень профессионализма, профессиональной и общей культуры 8% опытных руководителей СМИ связывают с уровнем образования и общего развития молодых специалистов. «Уровень общего развития большинства молодых журналистов не соответствует требованиям рынка СМИ. <...> В процессе общения с молодыми коллегами иногда сталкиваешься с откровенным невежеством. <...> Уровень подготовки журналистских кадров такой, что об изменениях к лучшему даже мечтать не приходится» (A6, A19, A45).

Падает уровень образованности и культуры особенно у нового поколения журналистов. Да и сами работодатели – главные редакторы СМИ – при приеме на работу молодых специалистов чрезвычайно редко предъявляют такие требования, как образованность и культура. Всего 11% руководителей СМИ смотрят на общий уровень культуры и образованности потенциальных журналистов.

Диаметрально противоположную точку зрения имеют 20% руководителей СМИ. Они уверены, что никакой деградации культуры, общества и журналистики не происходит, а все совершается согласно общественному развитию. «Что одному – деградация, другому – общественное развитие. Культура не деградирует, она просто становится другой, меняются ценности, соответственно другой становится журналистика. <...> Журналистика сходит на нет как искусство слова, но успешно развивается как эргономичный информирующий инструмент. Она стала интереснее. <...> Современники всегда говорят о деградации, и только потомки в состоянии дать реальную оценку времени и эпохе. <...> Профессионализм – это другая ценностная категория. Если сейчас появи-

лось много СМИ – «мишуры», редакторы которых не предъявляют к журналистам высоких профессиональных требований, то это не дает никаких оснований говорить о деградации и непрофессионализме всей журналистики в целом» (А9, А31, А40, А42, А49).

Профессиональная журналистика всегда остается профессиональной, утверждают 12% опрошенных. «Во всех профессиях всегда существуют профессионалы, независимо от меняющейся ситуации вокруг. <...> В журналистике очень важна индивидуальность, личность, и она сейчас, по сравнению с советским временем, все-таки имеет больше возможности работать профессионально, то есть выдавать качественную информацию. Хороший профессиональный журналист идет по выбранному пути без ошибок. В этом заключается его талант и профессионализм. <...> Журналистика изменяется. Но остаются издания и авторы, которые уважают себя и своего читателя» (А5, А12, А26, А32, А38).

Итак, культурный и социальный факторы в регионе определили два подхода к пониманию профессионализма журналиста. С одной стороны, падает культурный уровень всего общества, а журналисты лишь подстраиваются под это, с другой – социальные и культурные изменения демонстрируют общественное развитие. Следовательно, культурный и профессиональный уровень журналистов не падает, а получает новый виток развития. Все так же важными профессиональными качествами остаются талант, образованность, исполнительность, ответственность, но время требует и новых качеств, например знания современных цифровых технологий, мобильности, совмещения разных видов деятельности, которые зачастую становятся определяющими в профессионализме журналиста.

Чувствуется сильное влияние технологического прогресса. Бывшая ранее творческой профессия технологизируется, предъявляются соответствующие требования и к журналистам и к журналистике в целом. Стирается грань между творчеством и технологией деятельности (больше ценится мобильность, оперативность, а не талант). Журналистика упрощается с точки зрения языковых средств, стилистических норм и жанров, особенно в интернет-изданиях. Так утверждают 62% опрошенных редакторов. Стало проще и комфортнее работать самим журналистам, технологический процесс экономит время. Но в восторге от этого почему-то только 9% респондентов, к тому же в основном это журналисты, имеющие за плечами серьезный стаж и опыт работы. Они видят не только «плюсы» технологизации профессии, но и ее последствия. «Стало легче работать: отличные диктофоны, видеокамеры, компьютеры, Интернет, мобильные телефоны. Но, к сожалению, журналисты стали из-за этого меньше думать. Дизайн печатных изданий и телепрограмм, несомненно, улучшился. Но вот их содержание примитивизировалось» (А43, А51). Третья группа респондентов (26%) обеспокоена несоблюдением норм профессиональной этики и неориентированностью журналиста на конечный результат своего труда, что объясняется также влиянием технологического прогресса.

Технологизация журналистского труда приводит к минимизации творчества, а следовательно, и к минимальному проявлению таланта. Профессионализм журналиста стал отождествляться с технологизмом. Так считают 70% опро-

шенных респондентов. Технологизм – это тоже профессионализм, без этого работать сложно, но в технологизме много помех для этизации профессии.

Технократизм профессии и ее культурное обнищание – это лишь некоторые последствия культурного и технологического факторов. Наряду с этим в региональной журналистике явно просматриваются и другие особенности, характеризующие связи по линии «журналистика и власть» и «журналистика и бизнес». Политический и экономический факторы, которые давят на журналистику региона, сформировали ее доминирующие черты.

Отношения журналистики и власти всегда и везде отличаются «особыми связями». Татарстанская журналистика – не исключение. Так, О.В. Кувшинова, анализируя деятельность СМИ в Татарстане, назвала сложившееся там положение дел «браком по расчету» или «союзом пера с властью». По ее словам, «ситуация в медиасфере республики характеризуется как «информационный авторитаризм», в условиях которого степень государственного протекционизма крайне высока» (цит. по [1, с. 68]).

Региональные журналисты сегодня придерживаются строго заданных «правил игры», негласно диктуемых государственной властью, признают 53% опрошенных редакторов СМИ. 30% респондентов соглашаются с тем, что региональные журналисты являются рупором государственной власти. Об ангажированности журналистов говорят 28% опрошенных. И только 15% редакторов (в основном это представители независимых и коммерческих СМИ) говорят, что есть разные журналисты, главное, чтобы они сами понимали, кто они и на кого работают. «...Региональные журналисты – нормальные люди, которые тоже хотят жить и работать в цивилизованном обществе и получать удовольствие от своей работы. Каждый живет сам по себе. Хочешь прислуживать – прислуживай, хочешь быть свободным, но нищим – будь им» (A15, A31, A42). И все же в большинстве своем региональные журналисты работают на власть, «так безопаснее и сытнее» (A45).

По мнению одного из заместителей редакторов республиканских СМИ, «прессу насильно заставляют обслуживать власть» (A45). Журналисты лоббируют интересы чиновников, заинтересованных частных лиц, таким образом превращая журналистику в PR-службу государства. Интересно, но с этим согласны представители как государственных, так и коммерческих СМИ республики (всего 85% из числа опрошенных). Хотя если государственные СМИ защищают интересы государства, то коммерческие, казалось бы, должны защищать свои коммерческие интересы. Однако, как показал опрос, и коммерческие СМИ находятся под гнетом власти. «Просто в России снова «убили» свободное слово и ввели цензуру», – считает один из заместителей редакторов СМИ республики (A49).

Сами татарстанские журналисты не проявляют особого интереса к политике, в большинстве своем они аполитичны. Об этом также свидетельствуют результаты опроса (см., например, A50). Тем не менее респонденты считают престижной работу политического обозревателя, парламентского журналиста. По мнению 57% опрошенных, это связано с приобретением особого статуса в профессиональной среде, с возможностью решать личные проблемы посредством «нужных» связей, с успехом и возможностью карьерного роста, с получением

недоступной эксклюзивной информации и стремлением хорошо зарабатывать. 13% респондентов полагают, что в Татарстане очень мало настоящих политических обозревателей. Для этого нужны способности, талант, квалификация: «Парламентских корреспондентов в РТ нет, есть лишь назначаемые ответственные. Парламентский журналист должен хорошо разбираться в государственной, социальной системе общества, знать «расстановку сил», историю страны, в целом быть высокообразованным человеком. Многие из этих качеств присущи человеку профессионально опытному, способному нести ответственность за свои выводы и утверждения, способному к аналитике» (A10, A22).

Чем дальше от федерального центра, тем сильнее ощущается давление политики государства, политики региона. СМИ региона, особенно государственные, зависят от государства больше, да и коммерческие масс-медиа тоже вынуждены выживать. Большинство журналистов придерживаются строго заданных «правил игры» и являются рупором государственной власти.

Региональные СМИ сегодня в большинстве своем зависимы от государства или власти на местах. Это признают 64% редакторов СМИ Татарстана. В условиях рыночной экономики и стремительно растущей конкуренции масс-медиа региона вынуждены бороться за свое существование. Об этом говорят 57% респондентов, причем представители как государственных, так и коммерческих СМИ. Борьба за место на медиарынке изживает творчество в журналистике. Стало меньше возможностей выражать мнение, независимое от рекламодателей. «Основные газеты республики финансируются государством, что не означает отсутствия интереса к ним со стороны бизнеса и отсутствия у самой прессы не стремления стать независимой. К этому есть и субъективные препятствия. Особенно трудно обустроиться национальной татарской прессе. Рыночное общество отдает предпочтение русскоязычным СМИ, где реклама эффективнее. Капитализация не сулит татароязычным изданиям независимого положения» [2, с. 50]. «В силу куда большей зависимости от властей и местных финансов, в силу более скудных экономических условий выживания прессы и узкого рынка рекламодателей большинство региональных печатных изданий ушли “под хозяев”» [2, с. 67].

Журналисты становятся прагматичными, расчетливыми, ставя на первый план рейтинг издания и свою карьеру. Образ профессионала стали дополнять черты, не свойственные творческой натуре, такие? как предприимчивость и продажность. Но сами журналисты не относят их к профессиональным качествам (см. A51). Экономическая ситуация в СМИ и в стране в целом не оставляет выбора. Так, в условиях коммерциализации СМИ у журналиста сформировалась предприимчивая жилка, по мнению 45% респондентов. Мастер слова стал выполнять функции, не свойственные журналистике как творческой профессии, по мнению 34% опрошенных. Участники опроса осторожно указали также на то, что некоторые журналисты стали продажными (так считают 23%) и безответственными (по мнению 9%).

В современных условиях журналистика стала бизнесом, хотя в идеале таковой не должна быть. Некоторые редакторы коммерческих СМИ считают, что это хорошая тенденция: «Журналистика – это бизнес, информация – товар, а журналисты – производители и продавцы этого товара. Эти высказывания от-

носятся к «здоровым СМИ», более или менее успешным в современной ситуации. Такая ситуация не кажется мне критической» (А40). Вот еще ряд высказываний, подтверждающих мнение о журналистике как о бизнесе: «Журналисты производят информацию, хозяева СМИ – продают. <...> Продавцы товара – это главные редакторы, которые несут ответственность перед владельцем СМИ. А журналисты – это грузчики товара, вернее его составных частей. <...> Журналисты продаются государству или олигарху за размещение информации на страницах или в эфире своего СМИ. ...В нашем издании журналистика и коммерция (реклама) существуют параллельно» (А25, А42, А45). В целом с утверждением, что журналистика стала бизнесом в современных условиях, согласны 81% опрошенных редакторов татарстанских СМИ. Категорически против такой формулировки 16% респондентов. В основном это опытные журналисты, средний возраст которых 45 лет. Они считают, что журналистика – это прежде всего профессия, творчество, мастерство, упорный труд.

Рассмотрев влияние культурного, технологического, политического и экономического факторов на татарстанскую журналистику, можно сделать вывод, что формирование образа профессионализма связано с общим государственным устройством, региональной политикой властей, экономической политикой как в регионе, так и в стране в целом. В сознании журналистов складывается специфический образ профессионализма, который отличает именно региональную журналистику. У региональных журналистов стало больше возможностей (по сравнению с советским временем) работать профессионально. Этому способствует и технический прогресс, и развивающийся рынок СМИ. Но журналисты не чувствуют себя свободнее. Большинство из них работают по указке властей. СМИ все еще нуждаются в дополнительном финансировании и поддержке, особенно государственные и татароязычные издания. Экономическая зависимость СМИ осложняется общеэкономической ситуацией в стране.

Идеология государства и рыночная экономика в большей степени определяют работу журналистов республики, на основе чего складывается соответствующий данному региону образ профессионализма.

Стремление к самостоятельному выживанию на медиарынке, сохранению тиража и поднятию рейтинга издания приводит к минимизации творчества, упрощению стиля, трансформации жанра, уходу от аналитики. Несмотря на новые технические находки, степень творческой индивидуальности автора сводится к минимуму. Обезличивается образ профессионала, особенно в ряду журналистов «нового» молодого поколения. Приоритетной функцией журналистики становится информационно-развлекательная, не решающая злободневных проблем, оставляющая места для дискуссий.

Правила, установленные редакцией или медиавладельцем, не могут полностью регламентировать поведение человека. Это было возможно в тоталитарном государстве. В наше время журналист имеет сравнительно широкое пространство выбора: он включен в отношения с людьми. И если для него нет различия между старушкой-пенсионеркой и чиновником высшего ранга, если журналист относится к ним как к людям, которые должны иметь равные возможности, чтобы реализовать свои права – на жилье, на здоровье, материальное благополучие, самовыражение, безопасность, тогда пространство творче-

ского выбора журналистов очень сильно расширяется. Но одновременно это и пространство социальной ответственности – ответственности перед обществом за информацию, которую ты ему несешь.

Сами журналисты продолжают ценить талант, творческие способности, образованность и культуру, они не забывают о своем человеческом и гражданском долге. Но реальность противоречива: с одной стороны, региональные журналисты ставят на первый план высокие идеи и ценности своей профессии, с другой – вынуждены действовать под диктовку властных структур. Это парадокс и трудность журналистской профессии. Исследование доказывает, что это неизбежно. У этого процесса глубокие исторические корни. Профессионалы сами стремятся к идеальной свободной и независимой журналистике, отстаивая честь профессии. Они требуют этого и стараются утверждать это своей работой, в душе оставаясь профессионалами.

В региональной журналистике отсутствует единое представление о профессионализме, но есть компоненты, разделяемые всеми в общественном сознании. Всех журналистов, независимо от того в каком регионе они работают, объединяет то, что их деятельность основана на принципах общечеловеческой морали. Базовыми подходами в журналистике остаются: этика, творчество, интеллектуальность, персональное принятие решений, несмотря на то что время диктует свои требования – политика подчиняет себе СМИ, рыночная экономика создает жесткие условия конкуренции и выживания для журналистов, новые технологии стремительно перестраивают все на своем пути. Журналисты остаются прежде всего трансляторами культуры в обществе. Так происходит из-за сильного влияния на сознание журналиста социокультурного фактора. Веками сформированный менталитет невозможно перестроить и изменить в одночасье. В сознании журналистов складывается специфический образ профессионализма, который отличает именно региональную журналистику. Удаленность от центра, зависимость от финансирования и подчинение власти, иногда затерянность в информационном потоке – все это оставляет отпечаток в профессиональном сознании региональных журналистов. У большинства из них сформировано предвзятое мнение о своей деятельности. Надо отметить и то, что отнюдь не национальная самобытность отличает образ профессионализма в регионе. Хотя в условиях диалога культур (татарской и русской) сформировался свой, свойственный только нашему региону «татарстанский» менталитет.

Summary

M.V. Simkacheva. Regional Journalism: Value Orientations of the Professional Society and Real Practice.

The article views the current activity of journalists and journalism as a whole in the Republic of Tatarstan. Different factors are submitted for consideration, including political, economical, social, cultural and technological ones. The common patterns of professionalism forming are regarded under the factors' influence. Value orientations in professional sphere are determined and their collision with real practice is shown.

Key words: professionalism, regional journalism, value orientations, professional ethics, professional mission, professional standard, social and cultural factor, political factor, economic factor, technological factor.

Литература

1. *Виноградова С.М., Мельник Г.С.* Российская журналистика в зеркале социологии: кризис доверия или поиск утраченной идентичности? // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры: тематический сб. ст. и материалов / Под ред. проф. В.Ф. Олешко. – Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, Изд. дом «Филантроп», 2005. – С. 59–76
2. *Лебедев А.А.* Периодическая печать Татарстана в общественно-политической жизни республики: идеологический аспект (1989–1999 гг.): Дис. ... канд. ист. наук. – Казань, 2000. – 247 с.

Поступила в редакцию
18.01.08

Симкачева Марина Владимировна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики Казанского государственного университета.
E-mail: msimkach@yandex.ru