

Герои и антигерои российской журналистики

Дзялошинский И.М., кандидат филологических наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Дзялошинская М.И., кандидат филологических наук, профессор Академии труда и социальных отношений

Что мы имеем в виду, когда говорим «это хороший журналист, а это – плохой журналист»? Насколько «хороший» или «плохой» журналист может повлиять на отношение аудитории к средству массовой информации, в котором он работает? На эти и некоторые другие вопросы, связанные с качеством деятельности медиа-профессионала, постарались найти ответы авторы данной статьи.

К л ю ч е в ы е с л о в а: средства массовой информации, журналист, профессиональная культура.

Профессиональная деятельность журналиста осуществляется в рамках культурно и исторически обусловленного социального института (который обычно обозначается с помощью понятий «журналистика», «СМИ», «масс-медиа» и др.), представляющего собой механизм социальной регуляции данного вида деятельности. Через этот социальный институт, предъявляющий устойчивые требования к целям, функциям, задачам профессиональной деятельности, процесс и результаты ее реализации приводятся в соответствие с определенными образцами и стандартами.¹

В ответ на эти социальные регулятивы профессиональное сообщество вырабатывает комплекс принципов, норм и правил, которые целесообразно обозначить понятием «профессиональная культура». Профессиональная журналистская культура - это не только способы деятельности, схемы

¹ Подробнее см.: Дзялошинский И.М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия. // Журнал «Медиаскоп», 2008, вып.2.

профессионального поведения, но и специфические способы межличностных профессиональных отношений, принятые в журналистике способы мироосмысления, профессиональные обряды, ритуалы (вроде клятвы журналиста) и т.п. Другими словами, профессиональная культура есть тот механизм, посредством которого складывается и самоосознается профессиональное сообщество журналистов как система взаимодействующих и взаимообусловленных профессиональных групп, механизм, с помощью которого профессиональное сообщество журналистов осуществляет одну из своих основных функций: формирование профессиональных журналистов, возведение их по ступеням профессионального самовыражения.

Следует заметить, что живой мир профессиональной культуры - это не только типичные формы деятельности, не только хранилище стандартов и стереотипов профессионального поведения, не только «память» журналистского сообщества, но и индивидуальное своеобразие, творческое воплощение и развитие форм профессиональной деятельности.

При вхождении в профессиональную среду начинающий журналист вступает в мир ценностей, охраняемых и поддерживаемых системой социальных норм, предписаний, запретов, санкций, которые обеспечивают стабильность профессионального сообщества. В ходе общения, сотрудничества и совместной деятельности журналиста и его окружения происходит все более глубокое усвоение профессиональных стандартов и ценностей данной профессиональной среды.

Внешние на первых порах нормативы должного профессионального поведения под влиянием обучения (использующего различные механизмы одобрения и порицания) и иных воздействий профессиональной среды, входят в сознание личности, оформляясь в определенную ценностно-нормативную модель профессионального поведения – продукт индивидуального опыта личности и коллективного опыта макро- и микросреды, воспринятого через образцы поведения и систему значений.

В результате глубинного усвоения и многократного повторения применения исходных профессиональных принципов, простых и всеобщих норм профессиональной деятельности, формируются стереотипы профессионального поведения, которые не осознаются как профессионально нормированные, так что вопрос «правило ли я действую?» обычно и не возникает. Принятый образ деятельности, став привычным, становится потребностью.

Профильрованные через личный опыт и профессиональную практику личности различные стороны и явления профессиональной деятельности, соотносимые с потребностями, интересами, целями индивида вызывают к себе определенные отношения и приобретают определенный смысл, выступающий формой выражения личностной значимости явления для человека. Возникают оценочные отношения к явлениям профессиональной действительности. Эти профессиональные ценности как на уровне общежурналистской творческой среды, так и на уровнях конкретных коллективов и единичных журналистов выстроены в иерархически организованные целостности – шкалы ценностей.² Можно выделить несколько видов оценочных отношений. Это, во-первых, отношение к принципам и нормам профессиональной деятельности, институтам, контролирующим соблюдение этих принципов; во-вторых, это отношение к отклонениям от общепризнанных способов профессиональной деятельности, в-третьих, отношение к органам, обеспечивающим поддержанием определенного выполнения существующих норм и принципов деятельности; в-четвертых, отношение к собственной профессиональной деятельности (профессиональная самооценка).

Эти отношения выражаются в оценочных суждениях, которые могут быть получены с помощью известных методов, обеспечивающих большую

² Разумеется, довольно часто эти шкалы у представителей разных профессиональных сообществ не совпадают, что может стать источником конфликтов.

или меньшую степень соответствия этих высказываний подлинным мнениям их авторов.

Каковы же пути формирования профессиональной культуры? В этой связи следует, прежде всего, указать на такой механизм воспроизводства профессиональной культуры как **традиция**. Именно традиции выступают средством аккумуляции и трансляции коллективного опыта деятельности, выраженного в социальных и профессиональных стереотипах. Подчеркиваем этот тезис, потому что многие руководители редакционных коллективов и некоторые исследователи слишком много внимания уделяют формальной стороне – разработке миссий и кодексов. Разумеется, редакционные миссии и кодексы могут помочь уменьшить внутренние конфликты, возникающие в условиях, когда люди имеют разные мнения о событиях, политике, субсидиях, рекламе, этике и проч. Однако вряд ли нужно доказывать, что попытки разработать некие кодексы профессионального поведения с явно авторитарными устремлениями и административно-регламентационными механизмами контроля за поведением журналиста бесполезны и бессмысленны, если журналист не рассматривает профессиональную среду как лично значимое сообщество, все члены которого придерживаются примерно одинаковых профессионально-этических стандартов. Как только профессиональная среда расслаивается на несколько конкурирующих сообществ, так профессионально-этические стандарты из средства регуляции профессионального поведения становятся инструментом взаимного противопоставления разных групп профессионалов.³

Другим важным носителем профессиональной культуры являются так называемые культурные герои, или точнее говоря – **герои профессионального сообщества**. Эти герои представлены определенными

³ См.: Дзялошинский И.М. Российские СМИ: противостояние матриц. - В кн.: Российские СМИ и журналистика в новой реальности: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию журналистского образования на Урале. Екатеринбург, 14-15 апреля 2011 г. [Электронный ресурс] / Мин-во образования и науки РФ, Урал. гос. ун-т им. А.М. Горького, Фак. журналистики. -- Екатеринбург, 2011. // <http://elar.usu.ru/handle/1234.56789/3477>.

личностями, которые могут быть реальными людьми или воображаемыми персонажами, нашими современниками или легендарными личностями прошлых лет, но все они обладают характеристиками, которые получают высокую оценку в профессиональном обществе, и, таким образом, становятся образцом для подражания.

Разумеется, там, где есть герои, обязательно есть и антигерои, воплощающие в себе все мыслимые недостатки, отвергаемые профессиональным сообществом.

В рамках исследования, о результатах которого пойдет речь ниже, была поставлена цель выявить сформированные в сознании начинающих журналистов и специалистов по связям с общественностью образы выдающихся представителей журналистской профессии, которых можно было бы считать носителями высоких стандартов профессионального поведения, а также образы тех представителей российской журналистики, которые воплощают в себе худшие черты профессионального поведения.

Для достижения поставленной цели было проведено раздаточное анкетирование среди студентов старших курсов, обучающихся по специальностям «журналистика» и «связи с общественностью» в МГУ, НИУ-ВШЭ, Южно-Уральском университете, АТиСО. Всего было опрошено свыше 200 человек. Несмотря на то, что все участники опроса были студентами, многие из них уже работали: более 60 процентов – в СМИ, около 10 процентов – в сфере рекламы и PR (как в коммерческих, так и в общественных организациях), примерно столько же в учреждениях культуры и образования.

Анкета состояла только из открытых вопросов, поскольку невозможно было дать исчерпывающего перечня вариантов ответов на такие вопросы как: *«Какие персоны из прошлого и настоящего России олицетворяют лучшие (худшие) черты российского журналиста?»* и *«Какие именно лучшие (худшие) черты российского журналиста воплощают названные персоны?»*. Однако на стадии обработки все полученные ответы были сведены в

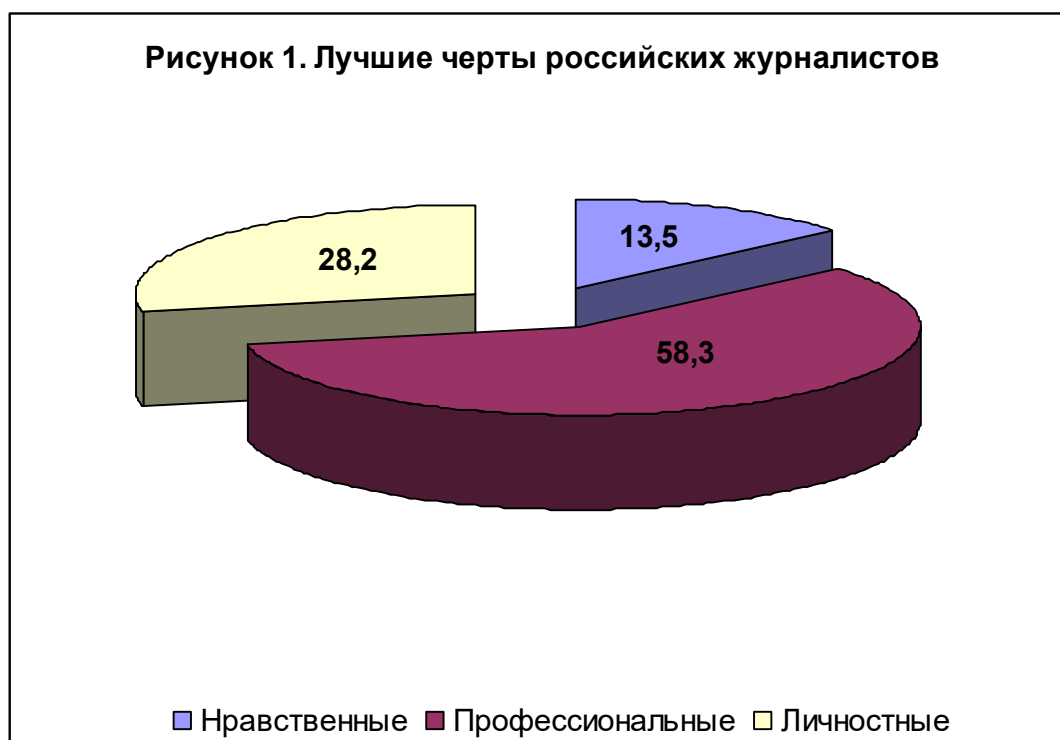
несколько групп, что дало возможность формализовать достаточно объемные списки представителей журналистики и профессиональных качеств, которые они воплощают.

Говоря о носителях лучших качеств российского журналиста (табл. 1), следует отметить, что участники опроса усмотрели их в основном в представителях постсоветского телевидения (около 30%) и печати (около 28%).

Таблица 1. Сферы журналистики, в которых реализуются лучшие черты российского журналиста (в % к общему числу ответивших на вопрос)

<i>Период</i>	<i>Вид СМИ</i>		
	<i>Печать</i>	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>
До революции	17,1	-	-
Советский	14,4	2,7	-
Постсоветский	27,9	29,7	8,1

Конкретизируя лучшие черты российского журналиста (рис. 1), участники опроса сформировали обширный список, среди которых на первом месте оказались профессиональные качества (*объективность, беспристрастность, грамотность, креативность, компетентность* и т.д.), на втором – личностные (*любопытность, чувство юмора, бесстрашие, принципиальность, ответственность* и т.д.), на третьем – нравственные (*неподкупность, высокие моральные принципы, альтруизм* и т.д.).

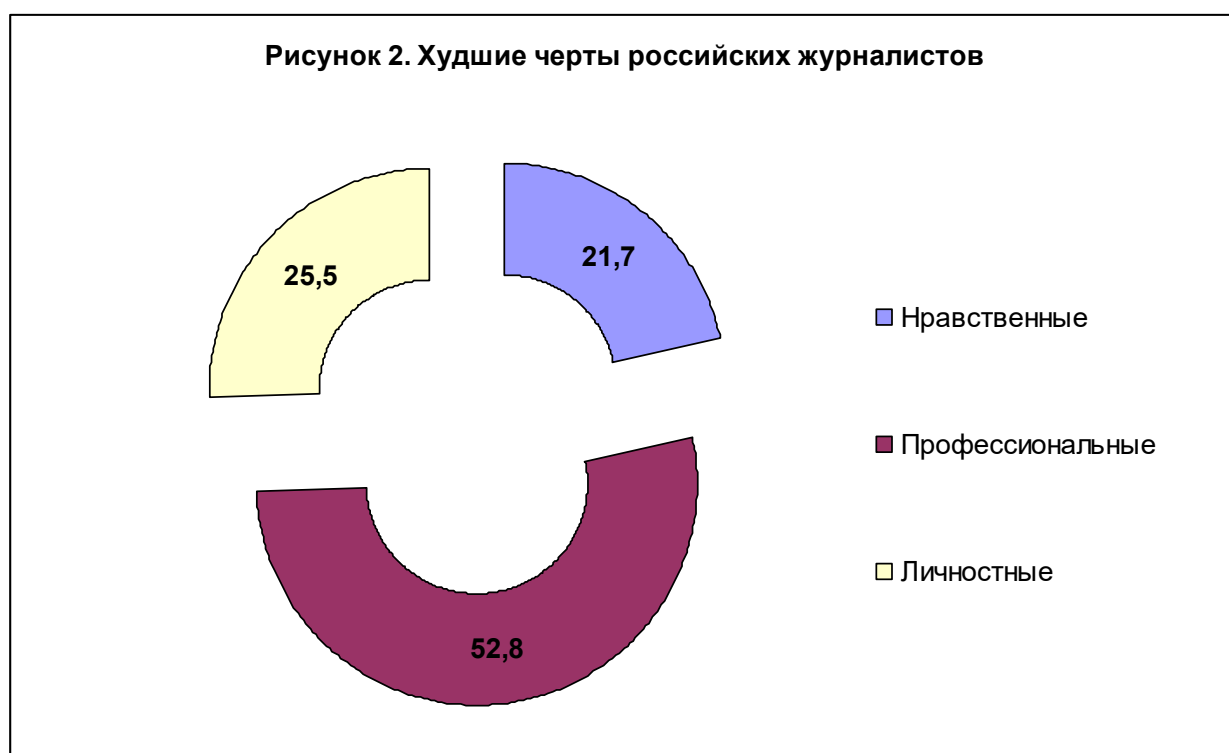


Что касается сфер журналистики, в которых наиболее часто проявляются не самые лучшие качества российских журналистов, то, с точки зрения участников опроса, таковой прежде всего является телевидение (43,5%), на втором месте со значительным отрывом зафиксирована печать (28,3%). Кстати негативное отношение к постсоветской печатной прессе оказалось не намного выше, чем к дореволюционным газетам и журналам (табл. 2).

Таблица 2. Сферы журналистики, в которых реализуются худшие черты российского журналиста (в % к общему числу ответивших на вопрос)

<i>Период</i>	<i>Вид СМИ</i>		
	<i>Печать</i>	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>
До революции	21,7	-	-
Советский	2,2	-	-
Постсоветский	28,3	43,5	4,4

Какие же качества, присущие некоторым российским журналистам, заставляет оценивать их деятельность как негативную? На первом месте все тот же профессионализм (рис. 2), только в данном случае – скорее надо говорить об его отсутствии (*бездарность, безразличие к последствиям своих публикаций, безграмотность, категоричность в оценках, предвзятость* и т.д.); на втором месте – личностные характеристики журналистов (*агрессия, алчность, запелляционность, безответственность, беспринципность, нетерпимость, снобизм, цинизм* и т.д.); на третьем – нравственные (*аморальность, безнравственность, лицемерие, личная выгода как приоритет, неразборчивость в средствах, ущемление интересов аудитории в пользу денег и власти* и т.д.).



Первые десятки российских журналистов, олицетворяющих, по мнению участников опроса, лучшие и худшие профессиональные качества приведены в табл. 3. Следует заметить, что есть несколько фамилий, которые

фигурируют и в левой, и в правой частях таблицы, что свидетельствует о неоднозначности восприятия их профессиональной деятельности.

Таблица 3. Журналисты, олицетворяющие лучшие и худшие черты российской журналистики (в % к числу опрошенных)

<i>Журналисты, олицетворяющие лучшие черты</i>		<i>Журналисты, олицетворяющие худшие черты</i>	
<i>Фамилии</i>	<i>%</i>	<i>Фамилии</i>	<i>%</i>
Парфёнов Леонид	47,0	Малахов Андрей	34,7
Листьев Владислав	26,5	Собчак Ксения	11,2
Политковская Анна	21,4	Доренко Сергей	10,3
Познер Владимир	20,4	Соловьёв Владимир	9,2
Соловьёв Владимир	13,3	Кушанашвили Отар	8,2
Быков Дмитрий	9,2	Габрелянов Арам и любой журналист газеты "Жизнь"	7,3
Колесников Андрей	8,2	Колесников Андрей	6,4
Максимовская Марианна	7,3	Минаев Сергей	5,0
Лошак Андрей	6,4	Пьяных Глеб	4,3
Боровик Артём, Венедиктов Алексей, Мамонтов Аркадий	5,0	Быков Дмитрий, Дибров Дмитрий, Леонтьев Михаил	2,0

С достаточной долей уверенности можно утверждать, что будущие журналисты и специалисты по связям с общественностью (а не просто люди с остановки...) поставленные перед необходимостью назвать лучших и худших, с их точки зрения, представителей журналистской профессии, вспоминают, прежде всего, журналистов, работающих на телевидении и в печати, и крайне редко в памяти всплывают радиожурналисты. Это,

безусловно, отражает общее распределение аудиторной активности: самым популярным СМИ по сей день остается телевидение, второе место пока сохраняют за собой печатные медиа. (В скобках следует заметить, что, несмотря на все возрастающий интерес к Интернету как источнику информации, это средство массовой коммуникации не стало еще доминирующим в системе российских СМИ, во-первых, и не воспринимается как сфера реализации профессиональной журналистской деятельности, во-вторых. Поэтому в числе фигурантов интернет-пространства – не учтенных при обработке ответов - были названы Антон Носик и Алексей Навальный, которые, безусловно, журналистами не являются.)

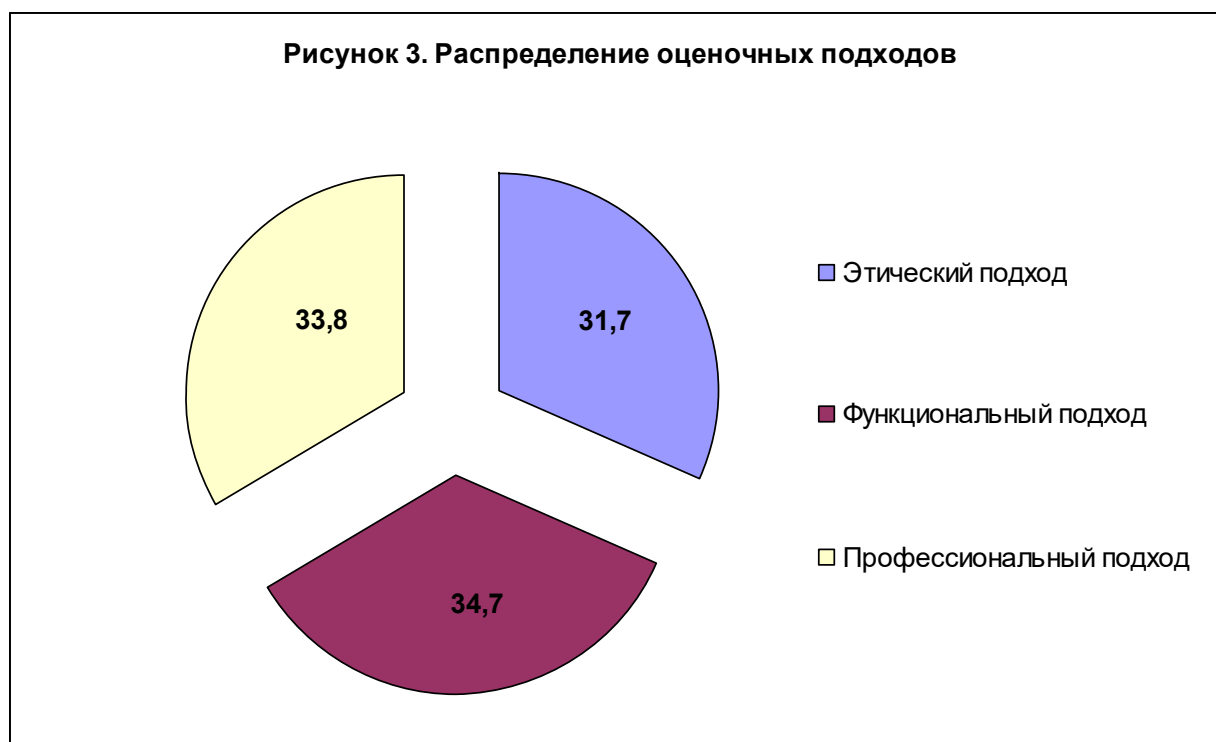
И в завершение анкетирования участники опроса определили свое отношение к современной российской журналистике в целом. Это также был открытый вопрос, в ходе ответа на который надо было закончить предложение: «Российская журналистика - это...».

Все ответы на этот вопрос были формализованы с точки зрения трех подходов:

- профессионального (насколько в журналистике как виде деятельности проявляются профессиональные навыки и умения представителей данной профессии);
- функционального (в какой мере выполняются социальным институтом «журналистика» предписанные ему функции);
- этического (насколько в журналистике соблюдаются этические требования, предъявляемые к данному виду деятельности).

Кроме того, каждое из приведенных участниками опроса качеств российской журналистики, включенное в одну из трех названных выше групп, рассматривалось с точки зрения характера оценки: негативного, позитивного, двойственного (когда одно и то же качество предъявлялось и в позитивном, и в негативном ключе).

Прежде всего следует отметить, что ответы между тремя группами распределились практически поровну (рис. 3).



В формализованном виде ответы участников опроса приведены в табл. 4. Исходя из представленных данных, можно констатировать, что в наименьшей степени журналистика как деятельность соответствует этическим требованиям к ней; уровень профессионализма также весьма далек от идеального, хотя и несколько выше, чем степень этичности; наиболее позитивно отнеслись участники опроса к функциональности российской журналистики. Хотя и по этому поводу к журналистике предъявляются серьезные претензии, например: *«То, что мы имеем лучше называть не журналистикой, а масс-медийной системой, которая своей задачей ставит, прежде всего, развлекать, а не просвещать, воспитывать, освещать, восстанавливать справедливость...»*.

**Таблица 4. Характеристика российской журналистики
(в % к общему числу ответов на вопрос)**

<i>Оценочный подход</i>	<i>Характер оценки</i>		
	<i>негативный</i>	<i>двойственный</i>	<i>позитивный</i>
Этический	13,5	13,7	4,5
Функциональный	8,9	14,6	11,2
Профессиональный	9,0	15,7	9,1

Среди ответов можно выделить следующие:

1. Четкие определения того, что такое «журналистика», сформулированные как словарные статьи (*«Мегасистема, состоящая из различных сфер, таких как печатная пресса, теле- и радиовещание, интернет-издания, которая снабжает население различной информацией»; «Самобытное явление в мировой журналистике с достаточно долгими традициями. Российская журналистика в классическом понимании - это, прежде всего, журналистика мнений. Практически всё время своего существования российская журналистика подвергалась и подвергается давлению (цензуре) в том или ином виде»;*);
2. Образные выражения (*«"Сторожевой пёс" политической элиты»; «Винтовка со сбитым прицелом»; «Много шума из ничего»; «Зеркало общества»; «Моська, лающая на Слона» и т.д.);*
3. Отношение к журналистике как к загнивающей, непрофессиональной, нечестной деятельности (*«Огромное полчище журналигов и маленький отряд настоящих журналистов»; «Рудимент советского, феодального и тоталитарного мышления, переживающий период своего неравномерного, но верного стилистического и идейного распада»; «Умирающая, нечестная, необъективная, предвзятая, угодная власти деятельность»; «Сфера, обитатели которой*

декларируют в частном общении одни ценности и взгляды, а в работе проявляют противоположные» и т.д.).

4. Отношение к журналистике как к перспективной, развивающейся деятельности (*«Формирующаяся система, стремящаяся к независимости»; «Развивающееся, многогранное сообщество людей, работающих в медиа индустрии»; «Не развитая до конца структура, но очень перспективная, в будущем имеющая огромное влияние на массовую аудиторию»; «Ещё не до конца оформленная, не до конца сформированная сфера деятельности человека, подающая большие надежды» и т.д.)*
5. Отношение к журналистике как к сложному социальному явлению (*«Помесь хорошего и плохого, честности и лжи, талантов и бездарностей»; «Совокупность самых разных людей, позиций, мнений и СМИ, которые как-то уживаются на российской земле»; «Разностороннее явление, в котором встречаются и яркие профессионалы, и дилетанты, которым следовало бы вообще не писать никогда»; «Попытка изложить своё мнение в условиях несвободы»; «Постоянная попытка что-то сказать и быть услышанным» и т.д.)*

Подводя итог проведенного исследования, можно сформулировать несколько достаточно важных выводов.

Прежде всего, необходимо отметить, что участники опроса имеют отчетливое понимание того, кто из журналистов соответствует их представлению о том, каким должен быть представитель данной профессии, в большей степени, кто в меньшей, а кто и вовсе не может работать в этой профессии. То есть можно утверждать, что в голове каждого, кто контактирует со средствами массовой информации, имеется так называемая «идеальная модель» - представление о том, каким должно быть данное СМИ, чтобы в полной мере соответствовать желаемому образу, и какими должны

быть журналисты, которые в нем работают, чтобы им можно было доверять. Применительно к будущим журналистам, видимо, имеет смысл говорить об «идеальной модели», в первую очередь, с точки зрения некоего профессионального образца, на который можно ориентироваться, выстраивая стратегию своей профессиональной самореализации.

Далее следует обратить внимание на такое качество современных СМИ, как персонификация. В наибольшей степени это качество присуще телевидению, звукозрительный характер которого предполагает возможность «личностных» контактов аудитории с журналистом, которые позволяют зрителям составлять собственное суждение о «человеке из телевизора», ценности и надежности его сообщения, мнения и т.д. Этим объясняется стремление телекомпаний иметь таких постоянных ведущих и репортеров, личность которых привлекала бы симпатии и доверие зрителей, и с которыми ассоциировался бы данный телеканал. Однако, благодаря современным информационным технологиям, персонификация перестала рассматриваться как специфическое качество исключительно телевизионного вещания, поскольку теперь установить интерактивный контакт можно и с пишущим журналистом, и с радиоведущим. Следовательно, наличие в штате того или иного средства массовой информации журналистов, которые, по мнению, аудитории, являются носителями позитивных профессиональных, нравственных и личностных качеств, можно считать важнейшей имиджевой характеристикой данного СМИ.

И последнее, о чем надо упомянуть. Данные опроса будущих журналистов совершенно однозначно выявили, что они не склонны считать Интернет сферой приложения профессиональных усилий журналистов. То есть, несмотря на то, что в интернет-пространстве в настоящее время присутствует значительное количество как электронных версий традиционных СМИ, так и собственно сетевых медиа, будущие профессионалы (которые, можно предположить, достаточно активно пользуются всеми коммуникационными возможностями глобальной сети)

рассматривают Интернет как сферу реализации только сервисно-информационных (общение, получение информации) и разъяснительно-комментарийных («задай вопрос специалисту», «узнай мнение эксперта») функций, но никак не функций, присущих социальному институту «журналистика».

Литература

1. Быкова Ю.Н. Образ журналиста: эволюция восприятия в новейшее время. // Вестник Челябинского университета. Филология, искусствоведение. Выпуск 41. 2010, № 7. С. 5-8.
2. Дзялошинский И.М. Профессионально-психологические профили российских газетчиков. - В кн.: Журналист. Социологические и социопсихологические исследования. - М., 1994. С. 69-81.
3. Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. - М.: Издательский Дом «Восток», 1996.
4. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Кто же он, сегодняшний российский журналист? // «Телефорум», 2006, № 1-2. С. 154-161.
5. Пасти С. Российский журналист в контексте перемен. – СПб, 2004.