

Социология культуры и коммуникаций

DOI: 10.51692/1994-3776_2021_2_110

УДК: 316.454.52

О.И. Молчанова

СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНСТРУКТ ЛИЧНОСТИ ЖУРНАЛИСТА КАК РЕЗУЛЬТАТ ИНТЕРАКЦИИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

**O. Molchanova. Social and professional construct of a journalist's
personality as a result of interaction in the context of media convergence**

Аннотация: в статье рассмотрены те изменения, которые возникают в связи с медиаконвергентным влиянием на журналистскую деятельность. Меняется социальное взаимодействие между производителями и потребителями информации. Цифровые инновации диктуют появление новых методов работы с аудиторией. Поведение журналиста всецело зависит от понимания происходящих в медиасфере процессов. Исследование, проведенное автором статьи, выявило основные тенденции и проблемы развития профессии «журналистика», а значит, и перспективы управления процессами, происходящими в медийной среде.

Ключевые слова: социологический портрет, медиаконвергенция, интеракция, социальное взаимодействие, журналистика, медиасреда.

Abstract: the article examines the changes that arise in connection with the media convergent influence on journalistic activity. The social interaction between producers and consumers of information is changing. Digital innovations dictate the emergence of new methods of working with the audience. The behavior of a journalist depends entirely on the understanding of the processes taking place in the media sphere. The research conducted by the author of the article revealed the main trends and problems of the development of the profession "journalism", and hence the prospects for managing the processes occurring in the media environment.

Keywords: sociological portrait, media convergence, interaction, social interaction, journalism, media environment.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21; тел. (906)-275-04-09; e-mail: moi.2012@bk.ru

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint-Petersburg, 193023; tel.: (906) 275-04-09; e-mail: moi.2012@bk.ru

Медиаконвергенция – слияние всех средств массовой информации в единый информационно-коммуникационный ресурс. Главным фактором в данном феномене являются технологии, так как приводят к новым способам сбора, обработки, хранения и передачи информации. Внедряющиеся в производство массмедиа цифровые технологии меняют облик медийной продукции, что напрямую связано с трансформацией редакционных процессов и в целом с изменением форм существования журналистики. Однако социальный аспект в вопросах влияния процессов медиаконвергенции сегодня наиболее востребован и занимает значимые позиции в научном осмыслении данного феномена.

Молчанова Ольга Ильинична – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры международных отношений, медиалогии, политологии и истории Санкт-Петербургского государственного экономического университета

O. Molchanova – PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of International Relations, Mediologie, Political Science and History Department of Saint-Petersburg State Economic University

Медиаконвергенция – новое понятие в свете различных парадигм социологии, особое внимание мы уделяем анализу ее социального влияния в контексте социологии управления. Медиаконвергентное воздействие на профессию журналиста ускорило информационный обмен в многообразии цифровых платформ. Воздействие (влияние) выступает одной из ключевых позиций управления. При воздействии могут изменяться внешние и внутренние качества или характеристики поведения объекта, в чем и заключается управленческий процесс [3, с. 60–63]. В целом, медиаконвергенция изменяет коммуникационные процессы, в результате чего появляются новые способы субъектно-объектного взаимодействия.

Потребность в специалистах, имеющих междисциплинарную подготовку, что позволяет им разбираться в предмете досконально и вести межпрофессиональный диалог в областях трансдисциплинарного знания, отражена в теории универсализации профессии журналиста. «В данный момент происходит переход от модели “универсализма” к “транспрофессионализму”». Копылов О.В. пишет: «Базовые транспрофессиональные компетенции включают в себя специализацию в какой-то профессии, способности к межпрофессиональной коммуникации и трансдисциплинарному синтезу знаний, ориентацию на сочетание фундаментальных исследований с практическим решением проблем, навыки командной работы, постоянное саморазвитие и самосовершенствование» [4, с. 89].

Социально-профессиональный конструкт личности журналиста (социологический портрет) как результат интеракции в условиях медиаконвергенции поможет определить основные тенденции и проблемы развития журналистской профессии.

Анализ исследований и публикаций, в которых рассматриваются аспекты данной проблемы, что является основой для ключевых выводов автора. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции рассматривает О. В. Копылов. Жанровую трансформацию СМИ в условиях медиаконвергенции поднимает ряд ученых: Е. А. Баранова, М. М. Лукина, А. А. Тертычный и др. О новых методах подачи информации пишут Г. Зикерманн, Д. Линдер, А. Ф. Иванько, Л. В. Козлова, М. В. Басова, В. Е. Беленко и др. Трансформациям в редакционной работе посвящены работы А. Г. Качкаевой, Л. А. Кохановой и др.

Комплексный социологический портрет современного журналиста основан на методике, которая позволяет получить полную информацию по следующим позициям:

1. удовлетворенность профессиональной деятельностью в условиях конвергентного влияния;
2. престиж профессии журналиста сегодня (под понятием престижа профессии имеем в виду популярную и востребованную, приносящую хороший доход);
3. понимание того, насколько журналистское сообщество готово к восприятию инноваций в профессиональной деятельности;
4. выявление профессиональной конвергенции в деятельности журналиста, определение признаков ее проявления;
5. отношение к новым формам взаимодействия с целевой аудиторией, актуализация пользовательского контента (UGC);
6. спрос на смысл как ведущая функция деятельности медиа;
7. зависимость качества контента от конвергентного влияния;
8. влияние конвергентных технологий непосредственно на личность журналиста, на его психологические качества.

Социальный портрет современного журналиста является попыткой интегрированного описания базовых социальных, демографических, духовно-культурных, ценностных и других личностных качеств, которые могут характеризовать всех современных журналистов, работающих в условиях медиаконвергенции и адаптирующихся к новым для них обстоятельствам, на основе комплексного подхода.

Формирование целей исследования и постановка задач.

Цель исследования – интегральное описание социального портрета современного журналиста.

Объект исследования – модификация деятельности современного журналиста под воздействием медиаконвергенции, предмет исследования – социально-профессиональный конструкт личности журналиста как результат интеракции в условиях медиаконвергенции, в котором отражены удовлетворенность профессией, уровень адаптации к новым условиям, мотивационные установки, ценностные ориентиры.

Основные задачи исследования:

- провести теоретический социологический анализ социальной группы «современное российское сообщество журналистов»;
- определить социальные характеристики категории «современный журналист»;
- представить социологический портрет современного журналиста.

Эмпирическую базу исследования составили результаты социологических исследований, в которых автор данной статьи принимала непосредственное участие, а также вторичный анализ исследования, проведенного Е.А. Барановой (экспертные опросы).

С 2016 по 2018 гг. автором данной статьи были проведены глубинные полуформализованные интервью, респондентами которых выступили опытные сотрудники, обладающие экспертным знанием в области управления организацией, следующих редакций массмедиа: Санкт-Петербург – «Дорожная держава», «Питер Online», Osporte.online, «Таможенные новости»; Москва – «Культ волос». Всего было опрошено 57 человек.

С 2009 по 2018 гг. Е.А. Барановой был проведен экспертный опрос (83 респондента из 29 медиакомпаний) [1].

На основании данных исследований и научных публикаций по данной теме были выявлены основные характеристики современного журналиста. По итогам исследования, большинство респондентов (63%) удовлетворены своей профессиональной деятельностью и легко справляются с влиянием новых технологий. Престижной и востребованной свою профессию считают 72% респондентов. Главный редактор информационного ресурса «Культ волос» *Зинаида Головачева* говорит: «Считаю профессию востребованной, хорошо оплачиваемой и дающей возможности реализоваться в одной из множества ниш».

По отношению к инновациям, которые появились или появляются в редакционной деятельности, мнения разделились. 83% респондентов считают, что новые технологии – это неизбежность, остается только осваивать их, остальные респонденты категорически против технологизации журналистской профессии. Светлана Пичкур, главный редактор журнала «Дорожная держава» говорит: «У нас, как у отраслевого издания, слишком узкая аудитория. Мы не нуждаемся в продвижении в соцсетях, в мобильном приложении, свою аудиторию знаем хорошо, поэтому регулярные измерения и их информационные предпочтения выявлять нам незачем. Журналист должен уметь писать, обладать вкусом, уметь собирать рекламу и таким образом продвигать свой информационный продукт» (дата интервью 22.05.2017).

Тина Бережная, советник генерального директора по информационным технологиям телеканала 'Russia Today' (дата интервью 22.06.2018), напротив, видит за технологиями будущее, при этом отмечает, что трансформация в медийной сфере приводит к появлению новых специальностей, то есть к востребованности новых компетенций [1, с. 326]. Она приводит в качестве примера направление «журналистика данных» (data journalism), которая основывается на сборе и обработке сведений «машинными методами». От журналиста требуются такие навыки как корректность в описании и представлении данных, умение анализировать их и понимать, как они влияют на социум.

Профессиональную конвергенцию (интеграцию PR, рекламы и журналистики) в деятельности современного журналиста отметили 75% респондентов. Остальные с сомнением отнеслись к данному утверждению.

Главный редактор интернет-журнала *Анатолий Коптев*, отвечая на вопрос, отметил: «Раз в неделю у нас происходит финансовое планирование. Мы решаем вопросы всем коллективом, каждый отвечает за свой участок, при этом журналист, совмещающий в одном лице и маркетолога, и ивент-менеджера, должен понимать, откуда берутся деньги и как они распределяются». Современный журналист, как считает А. Коптев, должен уметь определять релевантный формат для журналистского текста, быстро создавать материал для определенной аудитории, учитывая ее информационные потребности. Таким образом, он отмечает следующие навыки, которыми должен обладать специалист:

- понимать суть функционирования всех медиаресурсов;
- создавать качественные фотоматериалы;
- разбираться в компьютерных программах;
- создавать подкасты;
- писать с учетом своеобразия медиаплатформы, для которой создается материал;
- создавать мультимедийные тексты;
- уметь работать с SMS-сообщениями;
- ориентироваться в блогосфере и вести свой блог;
- понимать принципы работы вебинаров, как интерактивной формы коммуникации, и регулярно в них участвовать;
- использовать преимущества командной работы при организации мероприятия событийного характера.

По мнению редактора, это только самые очевидные виды деятельности, которыми должен владеть специалист, работающий в интернет-редакции (дата интервью 22.01.2018).

Вера Панова, руководитель отдела интернет-рекламы издательского дома «Комсомольская правда» (дата интервью 15.03.2018), рассказавшая о новом направлении «брендированная журналистика», на вопрос: «Получается, будущее журналистики – всё большее слияние с PR и рекламой?» ответила: «Сейчас нельзя разделить эти понятия» [1, с. 345].

Отношение к новым формам взаимодействия с целевой аудиторией и актуализацию пользовательского контента (UGC) положительно оценили 92 % респондентов. Почти все из них подтвердили, что интерактивные формы коммуникации помогают лучше понять потребительские предпочтения.

Ольга Дарницкая, редактор сайта www.silver.ru (дата интервью 04.03.2017) говорит, что сначала их сайт публиковал только анонсы программ и новости радиостанции, но в последние годы на данной площадке появились «эфирные» видеорасшифровки программ, что значительно повлияло на расширение аудитории сайта. Слушатели делятся своим мнением, участвуют в интерактивных проектах, конкурсах. «Слушатель может попробовать себя в роли поэта или автора пьесы, найти и опробовать лучшие веломаршруты в Москве, половить рыбу вместе с нашими ведущими или просто рассказать парочку историй из своей жизни. По своему опыту могу сказать, что нас слушают очень интересные и талантливые люди» [1, с. 336–337].

Андрей Шарый, заместитель директора Русской службы радио «Свобода» (дата интервью 28.10.2014) отметил основную сложность работы с пользовательским контентом как рабочий момент, возникающий из-за хамства комментаторов или участия ботов. Ещё возможная проблема – достоверность информации от пользователя, но здесь важен профессионализм специалиста редакции. Журналисты, работающие с блогерами, по его мнению, должны обладать следующими качествами: «терпением, толерантностью, умением общаться с идиотами, отсекающих перспективных от бессмысленных, владеть тонкими навыками редактуры и хорошими оргспособностями, пониманием особенностей сетевой журналистики и навыками работы в социальных сетях. Это работа для очень квалифицированного журналиста» [1, с. 362–363].

Доступность современной цифровой техники позволяет обычному человеку становиться транслятором или источником информации, что меняет саму парадигму циркуляции информационно-коммуникационного потока: из линейного традиционного процесса журналистской деятельности он превращается в объемный процесс непрерывного информационно-коммуникационного круговорота. Данный феномен интересен появлением новых методов работы с аудиторией. Тренд современных массмедиа – востребованность на контент, который быстро распространяется в различных социальных сетях, при этом он должен быть легким и иметь развлекательный характер. Аудиторию интересует мультимедийный текст, поданный лаконично и ёмко, с заданной эмоциональной окраской, – именно такие материалы должны уметь создавать современные журналисты. Коммуникационный аспект в циркуляции информационных потоков становится определяющим фактором в реализации аудиторных запросов, приобретая в редакционной деятельности приоритетное значение.

Одновременно некоторые эксперты (33%) «винят» аудиторию в деградации, снижении культурного и этического уровня, преобладании потребности в развлекательном контенте, в унификации языка, употреблении стилистически сниженной лексики.

Респондент Армен Гаспарян, начальник управления Международного информационного агентства «Россия сегодня», считает, что пользователь предпочитает чтению аудио- и видеоматериалы, аналитика сложна для современной аудитории, которая деградировала, «перестала воспринимать серьёзные темы». По мнению респондента, есть проблемы и с образованием журналистов, их учат преподаватели, не владеющие современными технологиями. «Единственный выход развития современного журналистского образования – совмещение филологических дисциплин с курсами, которые должны вести журналисты-практики» [1, с. 334].

Безусловно, факторы деградации наблюдаются, тревожат и филологов, и журналистов, и культурологов, но, в то же время, возлагают на специалистов определенную ответственность, ведь их деятельность может способствовать прогрессу и росту культурного уровня социума. Однако, как отмечают некоторые авторы, одной из ключевых проблем в медиасреде является развитие процессов аберрации некоторых функций журналистики; «происходит погоня за прибылью в ущерб нравственно-эстетическим критериям» [6, с. 135].

Специалисты сетевого издания сегодня концентрируются на форме подачи контента, стараются нарастить или сократить объем, правильно сбалансировать вербальный и визуальный материал, грамотно скомпоновать мультимедийный текст, при этом создание смыслов уходит на второй план. «Безусловно, владение формой подачи материала в зависимости от специфики сети является важной компетенцией такого специалиста, но далеко не единственной. Научение созданию смыслов сделало бы эту специализацию востребованной» [5, с. 153].

Профессор Е. Я. Дугин считает, что смыслопорождение и стимулирование у различных групп аудитории спроса на смысл может стать ведущей функцией деятельности медиа, «порождение смысла и стимулирование смысловой деятельности могут оказаться перспективным вектором современных исследований журналистики и массовой коммуникации в условиях цифровизации медиа» [2, с. 13].

Показательны результаты экспертного интервью: на вопрос «считаете ли ведущей функцией деятельности медиа формирование критического мышления своей аудитории, стимулирование их смысловой деятельности?», 81% ответили утвердительно.

Безусловно, многое зависит от личности журналиста, его индивидуальных качеств. Каждая творческая индивидуальность как целостная система в многообразии мыслей, чувств, проявлений воли, мотивов, желаний, потребностей, привычек, интересов, склонностей, интеллекта образует уникальную структуру личности журналиста, от набора характеристик зависит результат его деятельности и степень влияния на аудиторию.

При этом следует отметить, что медиаконвергентное воздействие распространяется и на психологические качества личности журналиста. Осмысление параметра «ответственность перед самим собой» является важной личностной составляющей. В связи с этим, 64% респондентов считают, что конвергентные технологии оказывают положительное влияние на личность журналиста, на его психологические качества. Меньшая часть респондентов (18%) с этим не согласна, сомневаясь в значительном влиянии цифровизации профессии на формирование личности.

Современный специалист должен быть готов к самообразованию, самоорганизации, ведь статус профессии возлагает на него соответствующий груз ответственности как перед аудиторией, перед обществом в целом, так и перед самим собой. Можно отметить, что понимание происходящих в медиасфере процессов определяет поведение современного журналиста, актуализирует социальную значимость его деятельности.

Респондент Анна Бугриёва, главный редактор информационного ресурса Osporte.online, в связи с этим, отмечает: «К технологиям, работая в скоростном режиме, быстро привыкаешь. Но при этом следует всегда помнить, что расслабляться нельзя. Сроки соблюдаем, постоянно читаем новости, коллективно обсуждаем, все на бегу. Без самоорганизованности и четкого распорядка вряд ли бы удавалось оставаться на плаву. Конечно, конвергентный формат влияет на журналистов, мы, в большинстве своем, понимаем свою ответственность перед потребителем нашего продукта. Кто не справляется, не остается в профессии, как мне кажется».

Осознание собственной миссии, соблюдение этических норм, непререкаемое качество информационного продукта, обладающего смыслом, а, значит, и пользой для аудитории, – это те основные принципы качественной журналистики, на которые каждый представитель профессии должен опираться при построении системы управления собственной творческой деятельностью.

В процессе социального взаимодействия происходит самооценивание специалиста, что определяет самосознание и является значимой составляющей профессионального сознания журналиста. Только референтная группа, творческая среда единомышленников и оппонентов способствует адекватной самооценке журналиста. Значимость коллектива, роль командной работы в современной редакции высоко оценили 78% респондентов.

Выводы

На основании проведенных автором исследований и данных вторичных исследований складывается социологический портрет современного журналиста. Современный журналист вынужден на себе испытывать влияние различных факторов. По-разному справляются представители журналистской профессии с вызовами времени: новыми цифровыми технологиями, коммуникационными преобразованиями, экономическими кризисными явлениями. Многое зависит от сферы реализации того или иного направления журналистики, а также от личности самого специалиста.

Большинство журналистов реализуют свой потенциал на профессиональном поприще, справляясь с конвергентным влиянием, легко осваивает новые технологии и считает свою профессию престижной и актуальной.

В медийной сфере наблюдается профессиональная конвергенция, слияние журналистской, рекламной и PR-деятельности в единую деятельность, и, как следствие, возникают и множатся новые формы взаимодействия с аудиторией, на первое место в которой выходит коммуникационный аспект, и, таким образом, конвергенция приводит к востребованности специалиста по интегрированным коммуникациям, в связи с чем расширяется набор необходимых компетенций, предъявляемых к нему.

Преимущественное большинство в своей работе использует интерактивные технологии, которые помогают анализировать и обрабатывать пользовательский контент как ресурс взаимовлияния и инструмент изучения информационных предпочтений аудитории.

Значительная часть журналистов отмечает факторы деградации как потребителей их информационного продукта, так и самих журналистов, в связи с чем видят проблему в профессиональной подготовке специалистов, в частности, отмечают необходимость участия опытных практиков в образовательном процессе. Не снимая ответственности с себя за это, многие журналисты ведущей функцией деятельности медиа считают формирование критического мышления своей аудитории, стимулирование их смысловой деятельности.

Современный журналист находится под влиянием конвергенции, которая, с одной стороны, усложняет его деятельность, но преимущественно положительно влияет на личность, так как приводит к востребованности таких качеств как самоорганизованность, целеустремленность, стремление к знаниям. В коллективной работе, преимущества которой очевидны для большинства журналистов, данные характеристики способствуют производству качественного информационного продукта, обладающего смыслопорождающим вектором развития профессии, имеющего перспективу в направлении умного, интеллектуально развитого собеседника. Очевиден фактор стирания границ между социальными ролями производителя и потребителя информационного продукта.

Интеракция в трансформирующихся условиях приводит к новым тенденциям в процессах сбора, обработки и подачи информации, что способствует увеличению круга обязанностей и видов деятельности журналиста. Осваивая технологические инновации редакционного процесса, каждый специалист редакционного коллектива сталкивается с определенными трудностями адаптации к ним, однако сохранение прогрессивного функционала профессии, необходимость ценностного наполнения контента, умение создавать смыслы, важные для современного социума, остаются незыблемыми принципами журналистской деятельности. Можно подчеркнуть, что миссия служения обществу остается неизменной несмотря на происходящие преобразования.

Литература

1. Баранова Е. А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ: дисс. ... докт. филол. наук. М., 2019. 382 с.
2. Дугин Е.Я. Методология исследования медиа в «эпоху цифровой цивилизации» // *European Journal of Philosophical Research*. 2018. № 5 (1). С. 3–18.
3. Елкин С. Е. Воздействие как элемент управления // *Сибирский торгово-экономический журнал*. 2015. № 1 (20). С. 60–63.
4. Копылов О.В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: дисс. ... канд. филол. н. – Екатеринбург, 2012. 185 с.
5. Коханова Л.А. Тренды современной журналистики как фактор трансформации профессии // *Вестник ВУиТ*. 2017. № 2. С.147–155.
6. Савинова О. Н. Развитие публицистического потенциала будущих журналистов в условиях формирования новой медиасреды // *Век информации*. 2017. № 2. Т 2. С. 134–135.