

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина»

На правах рукописи



Хафизова Виктория Рауфовна

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ЖУРНАЛИСТОВ
В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Специальность: 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Екатеринбург – 2021

Работа выполнена на кафедре прикладной социологии ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Научный руководитель:	доктор социологических наук, профессор Антонова Наталья Леонидовна
Официальные оппоненты:	Олешко Владимир Фёдорович , доктор философских наук, профессор, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» (г. Екатеринбург), заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий
	Стегний Василий Николаевич , доктор социологических наук, профессор, ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет» (г. Пермь), профессор кафедры социологии и политологии
	Гримов Олег Александрович , кандидат социологических наук, ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет» (г. Курск), доцент кафедры философии и социологии

Защита состоится 07 декабря 2021 года в 13:30 на заседании диссертационного совета УрФУ 5.4.02.03 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»: <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=2899>

Автореферат разослан «__» октября 2021 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



Антонова Наталья Леонидовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современное общество переживает череду качественных изменений, связанных с медиатизацией и распространением новых медиа в качестве сильнейшего инструмента власти и влияния на общественное сознание. В условиях медиатизации общества, то есть непрерывного повсеместного проникновения медиа в нашу жизнь, происходят трансформации, которые касаются не только социальных институтов, процессов, но и внутреннего мира людей.

Влиянию медиатизации в большой степени подвергается социальный институт журналистики. Изменения охватывают профессиональную культуру журналиста, образцы и ориентиры профессиональной деятельности. В процесс производства и распространения контента, формирования общественного мнения активно вступают блогеры, не имеющие профессионального журналистского образования, стандартов и этических принципов, но занимающиеся интерпретацией существующих в медиaprостранстве фактов. Аудитория, в свою очередь, часто не отличает блогеров от профессиональных журналистов. Растет количество нарушений журналистами профессиональной этики: субъективность в оценках, использование личного контента пользователей, создание фейковых новостей, погоня за сенсациями, самореклама. Это вызывает появление законов о запрете фейковых новостей, о блокировке запрещенного контента, об оскорблении власти и т. п. В медиасреде активно ведется дискуссия о трансформации профессиональных ценностей журналиста¹.

В представленной работе рассматривается трансформация профессиональных ценностей журналистов в условиях перехода от «традиционных СМИ»² (этап «старых» медиа, «аналоговый период»³) к современной журналистике, которая формируется в условиях распространения Интернета, цифровых технологий, «новых» медиа. Период «старых», или

¹ Суть социальной трансформации заключается в структурных изменениях социальной системы, в том числе ее отдельных компонентов. Ведущими отечественными учеными социальная трансформация понимается как радикальное и относительно быстрое изменение социальной природы общества; преобразование общества, отличающееся национально-культурным своеобразием; комплексное, преимущественно эволюционное преобразование общества как социокультурной системы. См.: Заславская Т. И. Социетальная трансформация российского общества: деятельность-структурная концепция. М.: Дело, 2002. 568 с.; Ядов В. А. Россия как трансформирующееся общество (Резюме многолетней дискуссии социологов) // Общество и экономика. 1999. №10–11. С. 65–72; Лапин Н. И. Пути России: социокультурные трансформации. М.: ИФРАН, 2000.

² Савинова О. А. Традиционная журналистика в условиях формирования новой медиасреды // Вестник ЧелГУ. 2017. №8 (404). С. 48–52

³ Олешко В. Ф. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 470 с.

«традиционных» медиа (печать, радио, телевидение) характеризовался, во-первых, тем, что журналисты выступали как активные субъекты формирования общественного мнения, во-вторых, данной профессиональной группой можно было управлять через государство/политические партии. Новую медиасреду характеризует многоканальность и децентрализованность коммуникации, интерактивность. Вертикально направленная односторонняя коммуникация (власть – журналист – аудитория) сменяется горизонтальной двусторонней коммуникацией, когда журналист и аудитория вступают в постоянное общение, сокращается дистанция между автором и адресатом. Новая медиасреда предполагает иные принципы медиакommunicирования: не иерархические, субъект-субъектные. Возникают прежде отсутствовавшие субъекты формирования общественного мнения: непрофессиональные производители медиаконтента (блогеры, мобильные репортеры), что ведет к определенной депрофессионализации журналистики.

Проблемы трансформации профессиональных ценностей журналистов активно изучаются социологами⁴. Однако выбранный нами ракурс – трансформация профессиональных ценностей журналистов советского, постсоветского периодов и современных журналистов на основе анализа принятия журналистами требований разных социальных групп – на данный момент остается малоизученным, а актуальность исследования обусловлена необходимостью выявления особенностей профессиональных ценностей журналистов в современном мире, так как именно ценностные ориентиры журналиста оказывают существенное влияние на восприятие его деятельности аудиторией, обществом в целом, отражают качество выполняемой журналистами деятельности.

Социологический анализ профессиональных ценностей журналистов в условиях медиатизации общества требует рассмотрения ряда противоречий, актуализирующих исследование:

– между должным и реальным: выполнением требований, которые журналисту предъявляет аудитория – защита общественных интересов, и тем, что журналист нередко обеспечивает реализацию частных интересов. Под общественными интересами подразумеваем интересы малых и больших

⁴ Вартанова, Е. Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества // Медиаскоп. 2009. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/old/node/352>; Выровцева, Е. В. Традиционные профессиональные ценности в новых медиаформатах // Челябинский гуманитарий. 2020. №1 (50). С. 36–42; Дзялошинский, И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. М.: Издат. дом «Восток», 1996. 300 с.; Свитич, Л. Г., Ширяева, А. А. Исследования журналистов в историческом контексте // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / Сост. М. Е. Аникина. Часть 2. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. С. 3–67.

социальных общностей, связанные с обеспечением их благополучия, стабильности, безопасности и устойчивого развития. Реализацию частных интересов связываем с удовлетворением потребностей отдельных социальных субъектов в самовозвышении, получении и сохранении экономической, политической власти;

– между восприятием журналистами своей профессиональной деятельности как социальной миссии, заключающейся в защите интересов большинства, помощи социальным группам и отдельным людям в выявлении и решении насущных проблем путем оперативного, объективного информирования и качественного анализа событий и фактов, и ориентацией на журналистику как источник заработка/извлечения прибыли, инструмент воздействия на массовую аудиторию в интересах коммерческих заказчиков;

– между декларируемой журналистами приверженностью нормам профессиональной этики и реальным их соблюдением. Ценности, зафиксированные в профессиональных кодексах, нередко нарушаются, заменяясь неформально выраженными нормами, правилами редакционной политики, формирующимися внутри конкретного издания;

– между ценностями профессиональных журналистов и ценностями непрофессиональных производителей новостного контента (блогеры, администраторы сетевых сообществ, каналов в мессенджерах), конкурирующими в деятельности по распространению информации и формированию общественного мнения;

Степень научной разработанности проблемы. При анализе трансформации профессиональных ценностей журналистов в условиях медиатизации использовались работы отечественных и зарубежных авторов.

В методологическую базу исследования вошли концепции и идеи философов и социологов, которые раскрывают сущность и содержание понятия «ценности», являющегося ключевым в нашем исследовании: философов В. Виндельбанда, Р. Г. Лотце, Г. Риккерта. Социологическая интерпретация ценностей рассматривается в трудах зарубежных социологов: М. Вебера, Ф. Знанецкого, Т. Парсонса, У. Томаса, и российских: В. Г. Алексеевой, К. А. Абульхановой-Славской, А. В. Брушлинского, А. Г. Здравомыслова, Н. И. Лапина, А. В. Меренкова, В. Н. Стегния.

При изучении массовых коммуникаций и медиа использовались труды западных ученых: М. Кастельса, Д. МакКуэйла, М. Маклюэна, и российских: С. Д. Балмаевой, О. А. Гримова, И. М. Дзялошинского, В. П. Коломийца. Сущность медиатизации подробно рассмотрена в работах западных

исследователей: Дж. Томпсона, С. Хьярварда, В. Шульца, и отечественных: В. В. Анохиной, А. Н. Гуреевой, Л. М. Земляновой, Н. Б. Кирилловой.

Этапы становления института журналистики и развития профессии журналиста отражены в трудах В. В. Ворошилова, Б. Есина, В. В. Учёновой. Рассмотрены исследования, посвященные профессиональной общности журналистов: Е. Л. Варганова, Г. В. Лазутина, В. Ф. Олешко, Л. Г. Свитич, Н. Б. Симонова, О. В. Смирнова, А. А. Ширяева.

С целью социологической концептуализации современных процессов в сфере профессиональных ценностей журналистов выявлены ключевые идеи таких исследователей, как М. Е. Аникина, И. М. Дзялошинский, С. Г. Корконосенко, Б. Н. Лозовский, К. Р. Нигматуллина, Л. Г. Свитич, А. А. Ширяева.

В связи с тем, что журналисты являются важными субъектами формирования общественного мнения, анализировались труды, посвященные теории общественного мнения. Среди них выделим зарубежных авторов: У. Липпман, Г. Гегель, М. Маккомбс, Э. Ноэль-Нойман, Ж. Руссо, Ю. Хабермас, Д. Шоу, и отечественных исследователей: Б. А. Грушин, М. К. Горшков, А. К. Уледов.

Работы указанных исследователей позволили подробно разобраться в особенностях профессиональных ценностей журналистов, выявить факторы, влияющие на трансформацию ценностей и раскрыть сущность этого процесса.

В связи с необходимостью сравнения профессиональных ценностей журналистов разных периодов развития российского общества анализировались результаты российских и международных эмпирико-социологических исследований, среди них: «Таганрогский проект», серия экспертных интервью «Тетради гуманитарной экспертизы», проект «Миры журналистики», исследования фонда «Медиастандарт» и фонда «Общественное мнение».

Рассмотрен широкий спектр трудов, посвященных отдельным аспектам журналистской деятельности, что позволило осуществить сравнительный анализ советских, постсоветских и современных журналистов как носителей профессиональных ценностей.

Объект исследования – профессиональные ценности журналистов. **Предметом** изучения является трансформация профессиональных ценностей журналистов в условиях медиатизации современного общества.

Цель работы: осуществить теоретико-методологический и эмпирико-социологический анализ трансформации профессиональных ценностей

журналистов – представителей советского, постсоветского периодов и периода новых медиа.

Достижение цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Раскрыть теоретико-социологические подходы к анализу профессиональных ценностей журналистов.
2. Рассмотреть журналистов как субъектов формирования общественного мнения.
3. Выделить особенности формирования профессиональных ценностей журналистов – представителей советского и постсоветского периодов и периода новых медиа.
4. Исследовать факторы, определяющие трансформацию профессиональных ценностей журналистов советского, постсоветского периодов и периода новых медиа.

Теоретико-методологической основой исследования является выявление сущности и содержания профессиональных ценностей журналистов, основных факторов, определяющих их трансформацию в условиях утверждения новых медиа.

Методологическую основу диссертации составили: теория ценностей (А. Г. Здравомыслов, Т. Парсонс, Н. И. Лапин), теория медиа (М. Кастельс, В. П. Коломиец, М. Маклюэн), теория медиатизации (А. Н. Гуреева, Дж. Томпсон, С. Хьярвард), теория общественного мнения (У. Липпман, М. Маккомбс, Э. Ноэль-Нойман, Ю. Хабермас, Д. Шоу). В качестве методологических ориентиров для исследования профессиональных ценностей журналистской общности использовались теоретические положения, представленные в работах М. Е. Аникиной, Е. Л. Варгановой, И. М. Дзялошинского, Н. И. Лапина, А. В. Меренкова, К. Р. Нигматуллиной, Л. Г. Свитич, А. А. Ширяевой.

Эмпирическую базу работы составили материалы социологических исследований, проведенных в период с 2017 по 2021 гг., в которых были использованы количественный и качественный методы сбора и анализа социологической информации:

1. Онлайн-опрос студентов-журналистов г. Екатеринбурга (n=400, целевой вид отбора).
2. Онлайн-опрос студенческой и работающей молодежи г. Екатеринбурга от 18 до 30 лет (n=750, квотный вид отбора).
3. Полуформализованные интервью с журналистами, работавшими в советский и постсоветский период, а также в настоящее время (n=20). Среди них два информанта, работавших в советский период, четыре – в постсоветский

период, четырнадцать журналистов работают в современных условиях. Десять информантов представляют региональные интернет-издания, три информанта – региональные газеты, один информант – районную газету, четверо информантов работают на региональном телевидении, один информант – на региональном радио, один – на международном телеканале.

4. Экспертное интервью с деканами факультетов журналистики университетов г. Екатеринбурга (n=2).

Проведен анализ материалов российских исследований, посвященных личности журналиста советского, постсоветского периодов и периода новых медиа: «Исследования журналистов в историческом контексте» (Л. Г. Свитич и А. А. Ширяева); «Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход» (М. Е. Аникина); международный проект «Миры журналистики»; проекты фонда Медиастандарт «Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе» и «Образ журналиста в массовом сознании россиян»; исследование ФОМ «Представления о профессионализме журналистов»; «Профессиональная культура журналистов в России» (К. Р. Нигматуллина). Проведен анализ текстов интервью, представленных в работе «Тетради гуманитарной экспертизы» (1999 г.).

Научная новизна диссертационного исследования заключается в социологическом анализе трансформации профессиональных ценностей журналистов советского, постсоветского и современного периодов развития российского общества в процессе принятия ими требований субъектов, определяющих их профессиональную деятельность. Основные научные результаты, полученные автором и содержащие новизну, состоят в следующем:

– определено, что профессиональные ценности журналиста определяются ценностями культуры социальных групп, в чьих интересах он собирает, анализирует, представляет информацию, формируя общественное мнение;

– показано влияние двух противоборствующих культур – эгоизма и сотрудничества – на профессиональные ценности журналиста, представляющего либо позицию субъектов, стремящихся к самовозвышению в условиях культуры эгоизма, либо субъектов, заинтересованных в решении социальных проблем общими усилиями в рамках культуры сотрудничества;

– обоснована ведущая роль идеологического фактора в деятельности журналиста как субъекта формирования общественного мнения, определяющего направленность, содержание информации, предлагаемой аудитории СМИ. Свобода журналиста выражается в согласии или отказе транслировать ценности социальной группы, которая экономически,

политически влияет на деятельность конкретного издания, редакции, с которыми он сотрудничает;

– доказано на материалах эмпирического исследования, что важную роль в формировании и реализации профессиональных ценностей журналиста играет «внутренний редактор/цензор», определяющий самостоятельный выбор журналистом содержания подаваемой информации при возникновении противоречия между внутренними убеждениями и требованиями редакции, издателя;

– выделены основные факторы, определяющие формирование и реализацию профессиональных ценностей журналистов трех периодов развития российской журналистики: советского, постсоветского, современного. Политический фактор определяется требованиями социальных групп, направленных на сохранение существующей власти или на ее изменение; экономический фактор проявляется в усилении потребительской и символической ценности информации, представляемой журналистом, что ведет к прагматизации профессии; фактор влияния профессионального сообщества, воздействующего на формирование и реализацию профессиональных ценностей журналиста; технологический фактор, определяющий медиатизацию как систему многоканального формирования общественного мнения в современных условиях;

– показано, что в условиях медиатизации, наряду с «горизонтальной» конкуренцией, то есть конкуренцией между журналистами разных изданий, развивается и «вертикальная» конкуренция за распространение информации и формирование общественного мнения между журналистами и непрофессиональными производителями контента;

– выявлено, опираясь на материалы опроса студентов-журналистов, противоречие между восприятием журналистики как общественно значимой деятельности и инструментом достижения материальных благ. Лидирующее положение среди мотивов выбора профессии принадлежит мотивам саморазвития, творческой самореализации, получения новых знаний, которые можно охарактеризовать как индивидуализированные, направленные на реализацию собственных интересов. Только 35,3 % студентов хотят в процессе своей работы приносить пользу обществу, помогать людям;

– предложены рекомендации, нацеленные на повышение статуса профессии журналиста как лидера формирования общественного мнения, ответственности журналиста за реализацию данной цели, а также партисипацию в культуру сотрудничества для дальнейшего развития общества.

Положения, выносимые на защиту:

1. Определено, что в советский период журналист удовлетворял потребности правящей коммунистической партии в создании положительного общественного мнения о целях, задачах, результатах строительства общества социального равенства, его превосходства над капитализмом; постсоветский журналист формировал разное по направленности и содержанию общественное мнение, транслируя идеологические ценности борющихся за власть социальных групп; на современном этапе развития российского общества журналист транслирует ценности «провластных» и «противовластных» групп, пытаясь создать необходимое им общественное мнение.
2. Выявлено, что трансформация профессиональных ценностей журналистов выражается в изменении их содержания, форм реализации под влиянием культуры сотрудничества или культуры эгоизма. В советский период СМИ официально утверждали ценности культуры сотрудничества: забота о людях, взаимопомощь, создание условий для всестороннего развития личности. В условиях рыночной экономики журналисты находятся в ситуации выбора: транслировать ценности индивидуализма, выражающие сущность культуры эгоизма, или утверждать значимость деятельности, направленной на реализацию общественных интересов.
3. Установлено, что профессиональные ценности современного журналиста представляют собой противоречивое соединение сохранившихся с советского периода ценностей помощи конкретным людям в решении разных проблем с ценностями получения личной выгоды, самовозвышения.
4. Показано, что медиатизация ведет к появлению и развитию новых инструментов выработки общественного мнения (мессенджеры, форумы, социальные сети) и субъектов формирования общественного мнения (блогеры, активные пользователи-комментаторы). Происходит процесс размывания границ профессии (депрофессионализация) и обесценивания профессии (десакрализация) журналиста.
5. Выявлены особенности профессиональной культуры современных журналистов, характеризующихся недостаточным уровнем осознания своей роли в формировании общественного мнения. Журналисты сводят свою деятельность к информированию и комментированию фактов и событий, представлению мнений разных социальных групп, но не

- связывают задачи профессии с формированием общественного мнения. При этом опрос молодежной аудитории показал, что данная функция воспринимается молодежью как ведущая в работе журналиста (61,4 %).
6. Показано, что для большинства журналистов ведущими являются ценности конкретных СМИ, включающие неформально закрепленные правила подачи и трактовки информации, исходящие от редактора, владельца СМИ, а не заявленные в профессиональных кодексах нормы.
 7. Установлено на основе анализа профессиональных ценностей журналистов советского, постсоветского периода и периода новых медиа, что профессиональные ценности характеризуются противоречивостью, вызванной выбором между утверждением общечеловеческих ценностей и ценностей субъектов, определяющих работу редакции, издательства. Нарушение предъявляемых ими требований создает угрозу потери работы, ведет возникновению проблем при трудоустройстве.

Теоретическая и практическая значимость. Проведенное исследование расширяет научные представления о процессе медиатизации общества, изучении особенностей трансформации профессиональных ценностей журналистов. Полученные результаты представляют собой важный вклад в теорию и методологию социологии медиа. Социологический анализ профессиональных ценностей журналистов советского, постсоветского и современного периодов развития российского общества, впервые осуществленный в рамках диссертационного исследования через призму принятия журналистами требований различных социальных групп, может служить основой для дальнейшего исследования данной профессиональной общности.

Материалы исследования могут быть полезны представителям профессионального сообщества (профессиональные организации, медиаменеджеры, редакторы и учредители СМИ) для понимания особенностей и направленности работы современной журналистики. Материалы исследования могут быть использованы при чтении курсов «Социология медиа», «Профессиональная этика журналиста», а также при разработке спецкурсов по медиаэтике для работающих журналистов.

Достоверность результатов, полученных в ходе диссертационного исследования, подтверждается обоснованностью методологических и

теоретических положений, а также использованием методов и процедур сбора, обработки и анализа данных, отвечающих поставленным цели и задачам.

Апробация результатов исследования. Основные положения работы прошли апробацию на следующих международных и всероссийских конференциях: XX, XXI, XXII Международной конференции памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования» (Екатеринбург, УрФУ, 2017, 2018, 2019 гг.); Международной научно-практической конференции «Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста» (Екатеринбург, УрФУ, 2018 г.); XIII Конкурсе научно-практических работ студентов, магистрантов, аспирантов «Новые голоса в науке: идеи и проекты», (Екатеринбург, Гуманитарный университет, 2018 г.); IX Международной научно-практической конференции Национальной ассоциации исследователей масс-медиа «Актуальные проблемы медиаисследований – 2019» (Москва, МГУ, 2019 г.); XXI Российской научно-практической конференции «Российский человек и власть в контексте радикальных изменений в современном мире» (Екатеринбург, Гуманитарный университет, 2019, 2020 гг.); XXII Российской научно-практической конференции «Публичное/частное в современной цивилизации» (Екатеринбург, Гуманитарный университет, 2020 г.); II декабрьских социально-политических чтений «Как живешь, Россия?» (Москва, ФНИСЦ РАН, 2020 г.); V Международной научно-практической конференции «Коммуникационные тренды в эпоху постграмотности: полилингвизм, мультимодальность и поликультурность как предпосылки новой креативности» (Екатеринбург, УрФУ, 2020 г.); XXII Уральских социологических чтениях «Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона» (Екатеринбург, УрФУ, 2020 г.); Всероссийской научной конференции XIV Ковалевские чтения «Цифровое общество – новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 2020 г.).

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, двух глав (включающих 4 параграфа), заключения и библиографического списка, включающего 170 наименований. Содержание работы изложено на 150 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность, отмечается степень изученности и научной разработанности проблемы исследования; формулируются

цели и задачи; определяются объект и предмет исследования; обосновывается научная новизна и положения, выносимые на защиту; излагается теоретико-методологическая основа и эмпирическая база исследования; раскрывается теоретическая и практическая значимость работы и апробация полученных результатов.

В первой главе **«Теоретико-методологический анализ трансформации профессиональных ценностей журналистов»** рассмотрен процесс институционализации журналистики. Проанализирована специфика профессиональных ценностей журналиста и проработана концептуальная модель их анализа на основе принятия журналистами требований различных социальных групп. Выделены факторы, определяющие формирование и трансформацию профессиональных ценностей журналистов, работавших в советский и постсоветский периоды, и журналистов, осуществляющих свою деятельность сегодня.

В параграфе **1.1. «Журналист как субъект формирования общественного мнения»** выделены основные этапы и факторы институционализации журналистики (В. В. Учёнова, Л. Н. Федотова, Н. Б. Симонова), определены ключевые задачи журналиста и выделены профессиональные ценности, которые обеспечивают реализацию этих задач: при информировании требуется точность, объективность, фактологичность, оперативность. При интерпретации, объяснении фактов, событий, процессов от журналиста ожидают качественного анализа с опорой на достоверные источники, авторитетные мнения в лице экспертов, а также представленности противоположных позиций, их обоснованности. Наконец, при формировании общественного мнения от журналиста требуется способность активно, эффективно формировать те или иные взгляды, представления, используя инструменты создания желаемого общественного сознания.

Рассмотрен механизм формирования общественного мнения (Б. А. Грушин, У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман, М. Маккомбс, Д. Шоу, Ю. Хабермас, А. К. Уледов). Определено, что субъектом общественного мнения могут быть политические или бизнес-элиты, либо журналист выражает собственную позицию, которая так или иначе является продуктом культуры определенных социальных групп. В диссертации, опираясь на теоретико-методологические положения А. В. Меренкова, мы провели анализ деятельности журналиста и его ценностей сквозь призму культуры эгоизма и культуры сотрудничества⁵.

⁵ Меренков А. В. Культура эгоизма или культура сотрудничества: какая побеждает? монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. С. 27.

В диссертационной работе обосновывается наличие в деятельности журналиста идеологического компонента, который актуализирует проблему свободы. Свобода журналиста выражается в выборе той или иной позиции социальной группы, чьи идеи, интересы, ценности он транслирует. Принимая требования той или иной группы, журналист становится носителем и транслятором ее ценностей.

Ценности рассмотрены в философской (Р. Г. Лотце, В. Виндельбанд, Г. Риккерт) и социологической (М. Вебер, Ф. Знанецкий, У. Томас, В. Г. Алексеева, К. А. Абульханова-Славская, А. В. Брушлинский, А. Г. Здравомыслов, А. В. Меренков) интерпретации. В соответствии с идеями Т. Парсонса, ценности в работе рассматриваются как результат культуры, которая принимается как культура разных социальных групп. В процессе усвоения личностью норм и правил, которые общество предъявляет к личности, они становятся ее внутренними ценностями, обеспечивая единство общественных и индивидуальных ориентаций.

Взяв за основу идеи Н. И. Лапина⁶, мы выделили универсальные (базовые, общечеловеческие) ценности и специфические структуры ценностей жизненных миров людей, в нашем случае – социальных групп. Отмечается противоречивость выбора журналистом транслируемых ценностей: общечеловеческих и идеологических.

Анализ теоретико-методологических подходов позволил уточнить понятие профессиональных ценностей. Это социальные ориентиры и средства, на основе которых человек выбирает, осваивает и выполняет свою профессиональную деятельность, реализуя потребности/требования тех или иных социальных групп.

В параграфе **1.2. «Факторы формирования и трансформации профессиональных ценностей журналистов в условиях медиатизации общества»** на основе выявленных нами требований к деятельности журналиста проанализирована специфика профессиональных ценностей журналистов, работавших в условиях социализма, постсоветский период, и журналистов, осуществляющих свою деятельность сегодня, выделены факторы, определяющие формирование и трансформацию ценностей.

Среди факторов формирования и трансформации ценностей журналистов прежде всего выделен политический фактор, связанный с влиянием требований господствующих социальных групп, направленных либо на сохранение существующего политического, экономического порядка, либо на его изменение.

⁶ Лапин Н. И. Универсальные ценности и многообразие жизненных миров людей // Пленарное заседание «Диалог культур и партнерство цивилизаций: становление глобальной культуры». URL: https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2010_Sbornik/Tom_1_2010/000_Plenarnoe_zasedanie/038_N.I.Lapin.pdf

Определено, что в советский период господствовала идеология коммунизма, транслировались ценности коллективизма. Иерархия требований, предъявляемых властью и обществом к журналисту, выглядела следующим образом: на первом месте – выполнение идеологической функции, связанной с помощью в решении частных проблем, формирование положительного имиджа коммунистической партии, на втором месте – объяснение, направленное на доказательство превосходства социализма, и, наконец, информирование о достижениях страны и народа.

В постсоветский период боролись несколько идеологий, например социализм и либерализм. Общество разделилось на группы, которые имеют власть и стремятся ее сохранить, и группы антагонистов/противников. Происходит поляризация общественного мнения. Разделение по идеологическому основанию стало определять деятельность журналистов. Кроме того, в интересах бизнес-элит распространялась идеология демонстративного потребления, индивидуализма, превосходства, что способствует установлению культуры эгоизма. Эти тенденции сохраняются и углубляются на современном этапе.

Современный журналист выбирает между двумя позициями «провластной» и «противовластной». И та, и другая позиция оправдывает себя идеей патриотизма. Общим требованием к журналистам становится эффективное манипулирование данной ценностью в общественном сознании.

Далее выделен экономический фактор, связанный с коммерциализацией журналистского продукта, который приобретает не только потребительскую, но и символическую ценность. Усиливаются тенденции прагматизации профессии. Увеличивается значение ценностей оперативности, эксклюзивности.

Следующий фактор формирования профессиональных ценностей журналистов – система контроля за реализацией ценностей журналистов в лице профессиональных объединений и этических кодексов. Анализ профессиональных этических кодексов позволяет говорить, во-первых, о противоречивости требований к журналисту, поскольку помимо профессиональных ценностей провозглашаются и общечеловеческие. Во-вторых, фиксируемые в кодексах ценности носят универсальный характер, и в «поле» реальных журналистских практик их бывает трудно реализовать. Обостряется противоречие между должным и сущим, между идеализированными представлениями о профессии и реальной практикой.

Наконец, важным фактором трансформации профессиональных ценностей журналистов является технологический, в рамках которого медиатизация выступает как система разностороннего многоканального воздействия на

общественное сознание, источник новых форм выработки и субъектов формирования общественного мнения. Медиатизация углубляет противоречивость системы ценностей, которые принимает и транслирует журналист.

Автор приходит к выводу, что суть трансформации профессиональных ценностей журналистов заключается в изменении содержания и степени реализации профессиональных ценностей в зависимости от преобладающей в тот или иной период культуры сотрудничества или эгоизма. Журналистика адаптируется к внешним условиям, соответственно меняется содержание и степень реализации профессиональных ценностей. Например, если в советский период журналист освещал факты и интерпретировал события, соответствующие установкам социализма, коллективизма, то сегодня фактологичность реализуется в зависимости от позиции, занимаемой журналистом по отношению к власти, скрыто устанавливаются ценности индивидуализма.

Во второй главе **«Трансформация профессиональных ценностей журналистов»** на основе выделенных индикаторов (потребностей разных социальных групп и степени принятия этих требований журналистами) и результатов социологического исследования проанализированы ценности журналистов советского, постсоветского периодов и современных журналистов.

В параграфе **2.1. «Профессиональные ценности журналистов советского и постсоветского периодов»** на основе анализа данных массовых опросов, экспертных интервью, а также проведенной нами серии полужформализованных интервью с журналистами, работавшими в советский и постсоветский периоды, выделяются сходства и различия в профессиональных ориентациях, ценностях журналистов.

Сравнивая результаты опросов, проведенных в советский и постсоветский периоды, мы зафиксировали различия в представлениях журналистов о своих задачах. Различия обусловлены тем, что в советский период влияние государственной идеологии открыто признавалось, а пропаганда коммунистических ценностей представлялась первостепенной задачей. Советские журналисты видели свою роль в формировании взглядов, мнений, настроений, отвечающих требованиям коммунистической партии (79 %) (N=110, 1968–1971 гг.)⁷. При этом для печатных журналистов задача решения частных проблем путём информирования партийных организаций являлась более важной (78 %), чем для коллег из радио (38 %) и телевидения (37 %).

⁷ Массовая информация в советском промышленном городе. – М., 1980.

В начале же постсоветского периода в исследованиях фиксируется отрицательное отношение к пропаганде как таковой, а задача формирования общественного мнения не осознается в полной мере как ключевая. Согласно результатам исследования «Перспективы развития телевидения и радиовещания» 1990 года⁸, и радио-, и тележурналисты считали, что меньше внимания в будущем стоит уделять задаче политического и идеологического ориентирования, формирования общественного мнения (46,1 % и 55 % соответственно). Это объясняется тем, что постсоветские журналисты негативно воспринимали политическое и идеологическое ориентирование и не считали задачу формирования общественного мнения основополагающей в своей деятельности, что говорит о низком уровне профессионального самосознания. В последующем журналистика все же часто возвращалась к исходному амплуа идеологического пропагандиста, особенно во время предвыборных кампаний.

Следующее зафиксированное отличие заключается в том, что в советский период был единственный заказчик в лице коммунистической партии, а в постсоветский – несколько политических и финансовых групп со своими идеями, ценностями, потребностями. Наличие разных позиций актуализирует вопросы свободы и ответственности журналиста. В советский период позиция была одна, и не существовало альтернатив для выбора, а постсоветский период характеризуется свободой выбора между политическими, финансовыми группами. Согласно российско-американскому исследованию, проведенному в 1992 году⁹ (N=1000), 69 % опрошенных российских журналистов заявили, что ощущают достаточный уровень свободы и самостоятельности, а четверть утверждали, что испытывают определенные ограничения. Таким образом, мы наблюдаем, что в девяностые годы повышается уровень свободы журналистов в выборе позиций.

Подчеркивается, что журналисты советского и постсоветского периодов несли ответственность перед своим «нанимателем» и зависели от него. Разница в том, что советский журналист открыто признавал свою зависимость от интересов партии, а постсоветский – старался скрывать. Главным отличием считаем следующее: советский журналист чаще выбирал позицию редактора, партии в силу воспитания, статуса, идеологической ситуации, а выбор постсоветского журналиста определялся ценой вопроса, так как активно шли дискуссии о «продажности» журналистов. Так, в исследованиях начала 2000-х годов

⁸ Журналист: социологические и социопсихологические исследования. – М., 1994.

⁹ Свитич Л.Г., Ширяева А. А. Исследования журналистов в историческом контексте // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / Сост. М. Е. Аникина. Часть 2. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. С. 25.

фиксируется тенденция прагматизации журналистской деятельности¹⁰. Если в 1993 году опрашиваемые журналисты наиболее значимым фактором при выборе места работы отмечали «Интересную работу (72 %), то в 2003 году, наряду с интересной работой (50 %), высоко оценивалась оплата (50 %). При этом степень самостоятельности, независимости как фактор выбора места работы становится менее значимым.

Особую значимость приобрели ценности оперативности и эксклюзивности, увеличивающие продаваемость материалов.

В параграфе 2.2. «Профессиональные ценности журналистов в эпоху медиатизации», опираясь на результаты проведенных нами интервью, опросов студентов-журналистов и молодежи города Екатеринбурга, а также анализа данных всероссийских исследований, мы проанализировали ценности современных журналистов.

Влияние медиатизации на профессию журналиста мы рассмотрели с точки зрения восприятия профессионалов. Журналисты-участники опросов 2012–2016 гг. (N=390)¹¹ заявляют о следующих изменениях в своей деятельности: возросло влияние поисковых систем (90,2 %), социальных сетей (80,7 %). Вместе с тем журналист все больше внимания уделяет аудитории (58,9 %) и учитывает запросы рекламодателей (71,9 %), так как именно величина аудитории привлекает рекламодателей. При этом аудитория становится участником производства новостей (71,6 %), растет пользовательский контент, количество блогов (70,5 %). Таким образом, журналист теряет монополию не только на распространение информации, но и на формирование общественного мнения.

В ходе полуформализованных интервью с современными журналистами удалось выяснить, что к процессу производства контента и формирования общественного мнения подключаются непрофессиональные площадки, блогеры, активные пользователи, оставляющие комментарии. В результате появления новых субъектов формирования общественного мнения происходит процесс размывания границ профессии (депрофессионализация) и обесценивания профессии (десакрализация) журналиста. Увеличиваются риски профессионального выгорания журналиста. При этом особую значимость в деятельности журналиста приобретает оперативность, связанная со стремлением первым получить внимание аудитории, трафик, просмотры, а также фактчекинг как инструмент борьбы с фейковыми новостями.

¹⁰ Там же. С. 31.

¹¹ Проект «Миры журналистики. URL: <https://worldsofjournalism.org/data-d79/data-and-key-tables-2012-2016/>

При этом журналисты высказывают мнение о низкой степени ощущаемой свободы. Согласно опросам (N=492, 2016 г.)¹², большая часть журналистов говорят о полной несвободе в своей профессиональной деятельности (81 %). Главными ограничителями выступают главные редакторы, учредители, властные структуры, редакционная политика издания, нормативно-правовые ограничения, экономическая и политическая ситуация, «внутренний редактор». При этом ограничения испытывают журналисты как провластных изданий, так и оппозиционных. Если журналисты государственных изданий чаще говорят о давлении редактора и владельца СМИ, то журналисты частных медиа – о давлении законов, правоохранительных органов.

На материалах эмпирического исследования доказано, что важную роль в степени принятия журналистом требований тех или иных социальных групп играет «внутренний редактор/цензор», который проявляется в момент внутреннего противоборства между индивидуальными и групповыми ценностями. При этом самоограничением не занимаются журналисты, которые искренне разделяют позицию той группы, чьи идеи транслируют.

Отмечается конфликт между должным и реальным: выполнение журналистом тех требований, которые от него ожидает общество (защита интересов большинства), профессиональное сообщество (следование профессиональной этике) и обеспечением частных интересов. Встает выбор между долгом и личной выгодой. Преобладает прагматическое отношение к профессии, обусловленное потребностью в финансовой безопасности. Современные издания живут за счет рекламодателей, контрактов с государственными структурами, корпорациями.

Определено, что заявленные в профессиональных кодексах нормы не просто игнорируются, но и нарушаются в журналистской практике. Во всероссийском опросе журналистов 2016 года (N=492)¹³ треть респондентов (37 %) заявили, что журналист может отступать от норм профессиональной этики. Более значимой становится редакционная политика издания, включающая неформально закреплённые правила освещения тех или иных информационных поводов, исходящие от редактора, владельца СМИ, спонсора.

Основанный на результатах социологического исследования сравнительный анализ профессиональных ценностей журналистов советского, постсоветского периода и периода новых медиа свидетельствует о том, что журналисты отвечают

¹² Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. Комитет гражданских инициатив, 2017. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf

¹³ Там же.

требованиям господствующих социальных групп. Реализация интересов социальных групп, оказавшихся в зависимом положении, затрудняется потребностями журналистов в финансовой безопасности, страхами за здоровье и жизнь, свою и близких, недоверием со стороны общества. Выявлено противоречивое сочетание ценностей помощи, заботы о людях с прагматичным отношением к профессии, обеспечивающей определенный доход. У молодых журналистов усиливается установка на восприятие своей деятельности в первую очередь как источника материального обеспечения себя, семьи. Согласно нашему опросу, лишь 35,3 % студентов хотят в процессе своей работы приносить пользу обществу, помогать людям.

Результаты исследования позволили прийти к выводу, что в современных условиях скрыто устанавливаются ценности культуры эгоизма. Об этом свидетельствуют зафиксированные в исследовании тенденции и процессы, связанные с прагматизацией журналистики, ее депрофессионализацией и десакрализацией.

В **Заключении** сформулированы основные выводы по диссертационному исследованию, обозначены перспективы дальнейшего анализа исследуемой проблемы. Автором предложены рекомендации, нацеленные на повышение статуса профессии журналиста как лидера формирования общественного мнения, его ответственности за реализацию данной функции, а также партисипацию в культуру сотрудничества для дальнейшего развития общества.

Основные положения диссертации отражены в 15 научных публикациях, общим объемом 6 п. л.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК и Аттестационным советом УрФУ

1. **Хафизова, В. Р.** Роль региональных медиа в формировании социальных страхов молодежи / В. Р. Хафизова, С. Б. Абрамова, Н. Л. Антонова // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2020. – №6 (47). – С. 110–116. (0,43 п. л. / 0,31 п. л.).
2. **Хафизова, В. Р.** Образ журналиста в оценках молодежи // Теория и практика общественного развития. – 2020. – №1 (143). – С. 88–92. (0,31 п. л.)
3. **Хафизова, В. Р.** Студенты-журналисты: профессиональные намерения и ценностные ориентации в условиях медиатизации общества / Н. Л. Антонова, В. Р. Хафизова // Известия Уральского федерального

университета. Сер. 3, Общественные науки. — 2019. — Т. 14, № 2 (188). — С. 39–46. (0,5 п. л. / 0,37 п. л.).

Материалы конференций и прочие публикации

4. **Хафизова, В. Р.** Профессиональные ориентации журналистов в условиях медиатизации общества / В. Р. Хафизова // *Koinon*. — 2021. — Т. 2. — №1. — С. 200–211 (0,75 п. л.).
5. **Хафизова, В. Р.** Журналистское образование в странах БРИКС в эпоху глобализации / В. Р. Хафизова // *Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения*. — 2020. — Т. 4, вып. 3. — С. 274–280. (0,43 п. л.).
6. **Хафизова, В. Р.** Город как культурный ландшафт в пространстве медиа (социологическая рефлексия протестных событий) / В. Р. Хафизова // *XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, 17–18 марта 2020 года)*. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. — С. 413–418. (0,37 п. л.).
7. **Khafizova, V.** Media Globalisation and Desacralisation of a Journalist's Image / N. Antonova, V. Khafizova, A. Gurarii // *Communication Trends in the Post-Literacy Era: Polylingualism, Multimodality and Multiculturalism as Preconditions for New Creativity* / Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Ural Federal University, Ural State Pedagogical University. — Ekaterinburg: Ural Univ. Press, 2020. — pp. 584-594. DOI 10.15826/B978-5-7996-3081-2.40 (0,7 п. л. / 0,43 п. л.).
8. **Хафизова, В. Р.** Роль фейковых новостей в формировании социальных страхов в условиях пандемии COVID-19 / В. Р. Хафизова // *Вторые декабрьские социально-политические чтения «Как живешь, Россия?»*. Российское социальное государство и гражданское общество в 2020 году: реализация национальных проектов в условиях постпандемической реальности: материалы научно-практической конференции (Москва, 10 декабря 2020 г.) – М.: ФНИСЦ РАН, 2020. – С. 324–327. (0,25 п. л.).
9. **Хафизова, В. Р.** Трансформация публичной сферы в условиях новых медиа: частное vs публичное / В. Р. Хафизова // *Публичное/частное в современной цивилизации: материалы XXII российской научно-практической конференции (с международным участием), 16–17 апреля 2020 года*. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2020. — С. 513–517. (0,31 п. л.).

10. **Хафизова, В. Р.** Профессиональные ценности будущих журналистов: фактчекинг, точность, честность / Н. Л. Антонова, В. Р. Хафизова // Российский человек и власть в контексте радикальных изменений в современном мире: материалы XXI российской научно-практической конференции (с международным участием), 12–13 апреля 2019 года: доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2019. – С. 407–410. (0,25 п. л. / 0,2 п. л.).
11. **Хафизова, В. Р.** Влияние изменений в медиапотреблении на профессиональные ценности студентов-журналистов / В. Р. Хафизова // Материалы XXII Международной конференции памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования». — Екатеринбург: УрФУ, 2019. — С. 794–798. (0,31 п. л.).
12. **Хафизова, В. Р.** Образ журналиста в восприятии молодежи / В. Р. Хафизова // Актуальные проблемы медиаисследований – 2019. IX Международная научно-практическая конференция НАММИ: мат. конф. — М.: Фак. журн. МГУ, 2019. — С. 156–158. (0,2 п. л.).
13. **Хафизова, В. Р.** Профессионально-ценностные ориентации студентов-журналистов г. Екатеринбурга / В. Р. Хафизова // Новые голоса в науке: идеи и проекты – 2018: сборник материалов XIII Всероссийского конкурса научно-практических работ студентов, магистрантов, аспирантов. — Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2018. – С. 96–101. (0,37 п. л.).
14. **Хафизова, В. Р.** Профессиональные ценности советских и постсоветских журналистов / В. Р. Хафизова // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22—23 марта 2018 г., Екатеринбург. — Екатеринбург: УрФУ, 2018. — С. 411—415. (0,31 п. л.).
15. **Хафизова, В. Р.** Журналисты как профессиональная общность / В. Р. Хафизова // XX Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16—18 марта 2017 г., Екатеринбург. — Екатеринбург: УрФУ, 2017. — С. 227—231. (0,31 п. л.).