

На правах рукописи



Кулакова Анна Сергеевна

**НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО
ЖУРНАЛИСТА**

Специальность 10.01.10 — журналистика

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж - 2019

Работа выполнена в ФГБОУ ВО

«Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Научный руководитель: доктор филологических наук,
кандидат психологических наук,
профессор
Пронина Елена Евгеньевна

Официальные оппоненты: **Калмыков Александр Альбертович**,
доктор филологических наук,
кандидат педагогических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Российский государственный
гуманитарный университет, кафедра
теории и практики общественных связей,
профессор

Жилавская Ирина Владимировна,
кандидат филологических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет», кафедра
медиаобразования, заведующая

Ведущая организация: **ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
Федеральный Университет»**

Защита состоится 28 мая 2019 г. в 16:00 на заседании диссертационного
совета Д 212.038.18 при Воронежском государственном университете по
адресу: 394068 г. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а, ауд. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ
ВО «Воронежский государственный университет» и на сайте
www.science.vsu.ru

Автореферат разослан 26 марта 2019 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук



А.А. Кажикин

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Сегодня СМИ, как в свое время предсказывал М. Маклюэн, воздействуют и на аудиторию, и на самого журналиста на самом глубинном фундаментальном уровне, меняя не только его представления, но и поведение. В информационном обществе количество источников информации множится, изменяется их характер, функции, направленность, появляются новые медиа, которые влияют на традиционные СМИ.

Электронные технологии ведут к системным изменениям на всех уровнях массовой коммуникации. Интерактивные формы коммуникации, упрощение процесса создания и получения сообщений, повышение ценности индивидуального мнения кардинально изменили отношения коммуникатора и реципиента. Новые принципы функционирования медиа трансформируют не только способы работы, но и базовые установки коммуникатора. Вопрос о том, как именно меняются представления о профессионально-этических нормах журналистики, функциях СМИ, отношении к свободе слова и независимости, пониманию роли и места профессии в обществе является весьма существенным с точки зрения понимания процессов эволюции медиа и перспектив развития СМИ.

Это тем более важно, что сегодня в условиях очевидного кризиса СМИ у исследователей и практиков нет единого мнения о путях выхода из него. Сокращение тиражей, падение доверия аудитории к медиакорпорациям и официальным СМИ, появление альтернативных источников информации, переход аудитории к автокоммуникации и самоинформированию посредством социальных сетей и проч., с одной стороны, указывают на кризис традиционных институтов массовой коммуникаций, с другой — демонстрируют новые направления развития.

Сегодня профессиональное сознание журналиста испытывает влияние со стороны двух факторов одновременно: со стороны электронных технологий, расширяющих возможности получения и распространения информации, и со стороны требований самой журналистики, включенной в систему саморегулирования общества. Влияние факторов различно, но взаимообусловлено. Так, новейшие электронные технологии носят потенцирующий характер по отношению к самым разным процессам и в этом отношении «безразличны» к сфере приложения, то есть мультифункциональны и эффективны в любых контекстах. Они расширяют возможности как в сфере производства-распространения информации, так и в сфере контроля и фильтрации информации. Свою роль в поступательном развитии общества новейшие технологии могут выполнить лишь при условии соблюдения принципов, зафиксированных социальным контрактом журналистики: объективности, правдивости, гуманистичности, возведенных в эталон профессиональной идентичности. Роль профессиональной идентичности журналиста в том, что она превращает требования социального контракта в личную мотивацию и личный императив, выполняя тем самым функции своеобразного гена-модулятора, блокирующего негативные и стимулирующего позитивные эффекты информационных технологий.

С развитием интернета аудитория стала принимать активное участие в массовой коммуникации, появилось большое число непрофессиональных журналистов и непрофессиональных медиа. Статус «профессиональный журналист» в общепринятом значении относится к журналистам, работающим по найму в профессиональных СМИ. Являясь официально зарегистрированными учреждениями, осуществляющими высокотехнологичную лицензированную деятельность в сфере производства и трансляции информации, профессиональные СМИ включены в социальную структуру как социальные институты, выполняя определённую социальную функцию посредством системы норм, правил, стандартов поведения, выполнение которых поддерживается механизмами принуждения. В качестве

механизмов принуждения могут выступать как санкции за невыполнение правил, так и различные поощрения за следование им. Санкции и поощрения могут носить как материальный, так и нематериальный характер¹. Принятые в конкретных СМИ нормы и правила регламентируют поведение журналиста, опосредуя социальный контракт корпоративным в виде гласных и негласных требований формата издания, корпоративных стандартов, идейного единообразия, определяемых положением СМИ в социальной организации. Такая структура сложилась еще в досетевую эпоху, и именно она определяет общие черты профессиональных СМИ, независимо от того, в какой среде осуществляется вещание – аналоговой или цифровой, он- или офф-лайн.

В отличие от профессиональных, институционализированных СМИ, непрофессиональные «новые» СМИ: блоги, влоги, живые журналы, подкасты, твиты и др., – создаются автором, который лично определяет формат и правила своей работы. Такие СМИ в буквальном смысле слова являются личными: и как продукт личного творчества, и как часть личного пространства автора.

«Личные» медиа по тематике, предназначению и уровню общественного интереса к ним вступают в конкуренцию с профессиональными СМИ, порождая новую форму журналистики, обозначаемую обычно как гражданская или народная. Народные журналисты – блогеры, авторы сообщений и комментариев – рассматриваются как непрофессиональные журналисты, поскольку не находятся на службе.

Однако возникла парадоксальная ситуация: именно непрофессиональные журналисты осваивают принципы работы новых СМИ и, вероятно, испытывают на себе более сильное влияние новых технологий, чем профессиональные журналисты, которые, оставаясь в структуре институциональных СМИ и подчиняясь требованиям формата, в

¹ Барбашин М.Ю. Институты и идентичность: методологические возможности теории институционального распада в современных социальных исследованиях // Журнал социологии и социальной антропологии. СПб., 2014. Т. XVII. № 4(75). С. 178-188.

значительной мере дистанцированы от духа индивидуально-личностных новых медиа.

Может ли это привести к тому, что непрофессиональные журналисты окажутся ближе к реализации социального контракта журналистики и эталону профессиональной идентичности (правдивости, гуманистичности, объективности), чем профессиональные журналисты? Какую роль в процессе реализации социального контракта и требований профессиональной идентичности играет выбор журналистской профессии, профессиональное образование и дальнейшая профессиональная специализация?

Ввиду того, что само явление блогерства возникло относительно недавно, подобных вопросов пока больше, чем ответов на них. Это связано с тем, что идентичность глобального коммуникатора – и журналиста, и блогера – остается пока малоизученной. А между тем, ответы на эти вопросы очень важны, ведь от них зависит будущее журналистской профессии. Именно поэтому сегодня исследования профессиональной идентичности журналиста-коммуникатора являются особенно важными и актуальными.

Степень научной разработанности темы и теоретическая база исследования. Теоретическую базу исследования составляют актуальные труды в области изучения идентичности, массовой коммуникации, новых медиа. Многоаспектный характер темы исследования потребовал обширного обзора сразу по нескольким теоретическим направлениям:

1). *Теории информационного общества.* Рассмотреть эти теории было особенно важно, поскольку именно в информационном обществе появились электронные медиа, благодаря которым человек получил возможность непосредственно включиться в процесс массовой коммуникации, который является формой коллективного творчества.

В нашей работе мы опирались на труды таких ученых, как Д. Белл, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ф. Уэбстер, М. Маклюэн, Э. Гидденс и других.

Д. Белл разработал теорию постиндустриального общества. По Беллу, в эпоху постиндустриального общества центральная роль отводится

теоретическому знанию и информации². Именно информация приобретает наивысшую власть в новом обществе, соглашается с исследователем Т. Стоуньер: богатства в обществе создаются только в том случае, если в результате применения информации нересурсы превращаются в ресурсы³.

Известный исследователь медиа М. Маклюэн также отводил центральную роль информационным процессам в становлении современного общества. С точки зрения М. Маклюэна, уровень развития общества определяется способом коммуникации. Выделив три последовательно сменяющие друг друга эпохи – дописьменную, письменную и электронную, – ученый обосновал неизбежную глобализацию информационных процессов на основе повсеместного распространения электронных технологий и связанную с этим эволюцию цивилизации⁴.

2). *Исследования идентичности.* В этой сфере особое значение для диссертационной работы имели научные труды таких ученых, как З. Фрейд, Э. Эриксон, Дж. Марсиа, Э. Уотерман и др. Эти исследователи выдвинули основные теории идентичности и рассмотрели факторы, влияющие на ее формирование.

Так, Э. Эриксон первым сформулировал само понятие идентичности личности и предположил, что человек за свою жизнь проходит восемь стадий развития идентичности, на каждой из которых ему приходится делать выбор между зависимостью и свободой в решении возрастных и ситуативных задач⁵.

Конкретизируя теорию Э. Эриксона, Дж. Марсиа определил идентичность как структуру эго, которая складывается в процессе решения психологических проблем. По мнению исследователя, решение каждой

² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Академия, 2004. 788 с.

³ Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 397.

⁴ Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. К.: Ника-Центр, 2001. 432 с.

⁵ Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 344 с.

проблемы вносит вклад в формирование идентичности человека и определяет таким образом ее структуру⁶.

По мнению Э. Уотермана, в качестве элементов идентичности можно рассматривать цели, ценности и убеждения, которые рождаются в результате личного ответственного выбора в период кризиса идентичности⁷.

3). Третье направление представляют собой *исследования профессиональной идентичности современного журналиста*. В качестве базовых трудов при подготовке диссертации использовались работы таких ученых, как Е.И. Пронин, Е.Е. Пронина, А.М. Сосновская, Ю.А. Вербицкая и других.

Особое значение имели практические наработки и научные исследования в рамках инновационного проекта Психологической службы редакции, организованной Е.И. Прониным при газете «Российские вести». Психологическая служба редакции, в состав которой вошли ученые и аспиранты факультета журналистики МГУ, в течение десяти лет (с 1989 по 1999 гг.) вела контент-анализ публикаций ведущих журналистов страны и сопоставляла его с параллельно проводимым тест-анкетированием аудитории. Целью этого мониторинга было выявление причин, по которым в тот или иной период времени определенный журналист становился самым влиятельным в обществе. Символическое обозначение роли журналиста в обществе было определено исследователями как типосиндром.

В ходе исследования были выделены шесть последовательно сменявших друг друга типов ведущих публицистов: «рыцарь гласности», «плюйбой», «пикейный жилет», «киллер», «сам себе интервьюер», «зомби»⁸.

Это исследование продолжила Ю.А. Вербицкая, которая описала доминирующий тип публициста в период президентских выборов на Украине

⁶ Marcia J.E. Development and validation of ego-identity status // Journal of Personality and Social Psychology. 1966. Vol.3. No.5. P.551-558.

⁷ Waterman A.S. Identity development from adolescence to adulthood: An extension of theory and a review // Devel. Psychol. 1982. Vol.18. № 3. P. 341–358.

⁸ Пронин Е.И., Пронина Е.Е. Опыт конкретного психологического исследования в журналистике // Коммуникативная открытость и информационная безопасность: пределы и гарантии // Сборник учебно-методических материалов по курсу «Психология журналистики». 2006. С. 41-46.

в 2004 году. Типосиндром, названный исследовательницей «ведомый «свідомий» (сознательный), обозначил кризис идентичности журналиста в условиях кризиса национальной идентичности⁹.

Важным этапом в осмыслении проблем становления профессиональной идентичности стало исследование, проведенное на факультете журналистики МГУ в 2012 – 2015 гг. в рамках научного проекта Российского гуманитарного научного фонда «Исследование идентичности коммуникатора в журналистике, рекламе, блогосфере и PR», начатого под руководством проф. Е.И. Пронина и продолженного Е.Е. Прониной¹⁰. В ходе анкетирования более чем 400 респондентов было показано, что потребность в самодетерминации (рассматривалась как интегральный показатель психологической зрелости) значимо выше у тех респондентов, которые ориентированы на просоциальные ценности, но особенно высок у тех из них, кто активно использует интернет и социальные сети. Это позволило предположить, что идентичность журналиста, соединяющая просоциальную и коммуникативную направленность и спонтанно формирующаяся в результате активного использования новых медиа, является сегодня важным каналом социализации, своеобразным лекалом нового личностного психотипа информационной эры.

Также важными для нашей работы были исследования в области изучения профессиональной идентичности (Е.А. Климов¹¹, Л.Б. Шнейдер¹², И.Ю. Хамитова¹³), гражданских журналистов (Н.В. Хлебникова¹⁴, А.В.

⁹ Вербицкая Ю.А. Массовая коммуникация как творческая проблема: текст и личность: дисс. канд. филол. наук: 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М., 2006. 212 с.

¹⁰ Пронина Е.Е. Профессиональная идентичность журналиста в условиях трансформации СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. №1. С. 49-77.

¹¹ Климов Е. А. Психология профессионала. М.: из-во ин-та практ. психологии, Воронеж: МОДЭК, 1996. 400 с.

¹² Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: Монография. М.: МОСУ, 2001. 272 с.

¹³ Хамитова И.Ю. Развитие профессиональной идентичности консультанта // Электронный журнал практической психологии и психоанализа. 2000. №1. URL: <http://psyjournal.ru/articles/razvitie-professionalnoy-identichnosti-konsultanta> (дата обращения: 21.11.2016).

¹⁴ Хлебникова Н.В. Гражданская журналистика: к истории становления термина. 2011. №3. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/896> (дата обращения: 06.12.2016).

Пустовалов, И.А. Березина¹⁵, Т.И. Фролова¹⁶, Г.В. Вирен¹⁷, А. Амзин¹⁸), конвергенции в СМИ (Е.А. Баранова¹⁹, М.Ю. Галкина, А.В. Вырковский, А.В. Колесниченко, А.Ю. Образцова²⁰, Л.Г. Свитич²¹).

Новизна исследования. Данное диссертационное исследование является одним из первых исследований в области журналистики, в котором последовательно используются количественные вероятностно-статистические методы для анализа и описания качественных различий в самоидентификации профессиональных и непрофессиональных журналистов.

Параметры исследования профессиональной самоидентификации, предложенные исследователем в данной работе, в своей совокупности ранее не рассматривались. Для анализа особенностей самоидентификации журналистов автором была разработана методика, состоящая из нескольких разделов и позволяющая выявить взаимодействие объективных и субъективных, осознаваемых и неосознаваемых факторов формирования идентичности, включая: место и характер работы, отношение к морально-этическим нормам профессии, стремление к самодетерминации, мотивацию в профессии, склонность к легитимизируемой агрессии, эмоциональное выгорание и др.

В результате исследования были впервые выявлены статистически достоверные различия профессиональной самоидентификации журналистов различных СМИ, проведен сравнительный анализ личностных особенностей профессиональных и непрофессиональных журналистов, проанализировано

¹⁵ Пустовалов А.В., Березина И.А. Новые формы журналистики во взаимодействии с гражданским обществом // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. №1. С 40-51.

¹⁶ Фролова Т.И. Практика гражданских коммуникаций в цифровой среде: опыт систематизации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. №2. С. 29-47.

¹⁷ Вирен Г. В. Блогеры заменят репортеров? // МедиаАльманах. 2013. № 4. С. 26 – 33.

¹⁸ Амзин А. Новостная интернет-журналистика. М.: Аспект Пресс, 2011. 144 с.

¹⁹ Баранова Е.А. Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование // Медиаскоп. 2010. №1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/528> (дата обращения: 15.12.2016).

²⁰ Галкина М.Ю., Вырковский А.В., Колесниченко А.В., Образцова А.Ю. Конвергенция в работе российского журналиста // Медиаскоп. 2016. №1. URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2079> (дата обращения: 15.12.2016).

²¹ Свитич Л.Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // Вестн. Челяб. государственного ун-та. Филология. Искусствоведение. 2015. №5 (360). Вып. 94. С. 406-414.

отношение журналистов к новым технологиям работы в СМИ. Полученные результаты позволили сделать обоснованные выводы о характере развития профессиональной идентичности в условиях преобразования СМИ и ее значение в эволюции современной культуры и личности.

Объект исследования. Объектом исследования стала профессиональная идентичность журналиста как совокупность установок и ценностей, характеризующих отношение к профессии, её миссии, а также детерминирующая поведение и личностный выбор журналиста в проблемных ситуациях.

Предмет исследования. Предметом исследования явилась профессиональная идентичность журналиста в условиях развития новых информационных технологий.

Эмпирическая база исследования:

Эмпирическую базу исследования составили результаты опроса, проведенного среди профессиональных и непрофессиональных журналистов различных изданий. С помощью математического анализа были установлены статистически достоверные зависимости и различия, послужившие основанием для выводов исследования относительно роли объективных и субъективных факторов (включая информационные технологии, тип и направленность издания, профессиональный статус, наличие высшего профессионального образования и др.) в формировании профессионального самосознания журналистов.

Цель исследования – выявить роль новых информационных технологий в формировании профессиональной идентичности журналистов.

Для достижения этих целей необходимо было решить следующие **задачи:**

1. Рассмотреть современные подходы к анализу информационного общества и роли новых технологий в развитии массовой коммуникации, социума и личности, проанализировать соотношение понятий «идентичность личности» и

«профессиональная идентичность» в научной традиции и современной практике, выявить содержание понятия «профессиональная идентичность» в журналистике;

2. Охарактеризовать роль профессиональной идентичности журналиста в реализации социальных функций журналистики и выявить значение профессионального образования в становлении профессиональной идентичности журналистов;
3. Разработать план эмпирического исследования и критерии отбора выборки в соответствии с выдвинутыми гипотезами, операционализировать эмпирические критерии идентичности в содержательной структуре опросника;
4. Провести опрос, сформировать базу данных и осуществить математическую обработку результатов с помощью релевантных вероятностно-статистических процедур;
5. Посредством сравнения ответов профессиональных и непрофессиональных журналистов (блогеров) выяснить, какое влияние на журналиста оказывает его участие в новейших форматах интернет-коммуникации (ведение личного блога) и работа по профессии;
6. Проанализировать научное и практическое значение проведенного исследования с точки зрения развития теории журналистики и системы журналистского образования.

Рабочая гипотеза исследования состоит в том, что эволюция СМИ и новейшие формы интернет-коммуникации способствуют усилению базовых характеристик идентичности журналиста, а также стимулируют развитие личности в направлении большей самодетерминации и независимости. Профессиональная идентичность журналиста сохраняет свои эталонные свойства в условиях перехода СМИ к цифровым технологиям и остается основным условием реализации социально значимых функций журналистики. Доступность новых форматов коммуникации широким слоям

аудитории, появление социальных сетей и личных интернет-СМИ (блогов) содействуют распространению эталонов журналистской идентичности в обществе, приводят к росту количества журналистов за счет активных участников интернет-коммуникации, установки и ценности которых в значительной степени сближаются с установками журналистов, работающих в профессиональных СМИ.

Методология исследования:

Методология и методика исследования определялись принципами синергетического (И.Р. Пригожин²², Г. Хакен²³, К.-Г. Юнг²⁴ и др.), эволюционного (Э. Ауэрбах²⁵, Л. Леви-Брюль²⁶, М. Маклюэн²⁷, Э. Эрикссон²⁸ и др.) и медиапсихологического (Е.И. Пронин²⁹, Е.Е. Пронина³⁰, Ю. Вербицкая³¹, Л.В. Трубицына³², Ю.М. Кузнецова³³, В.А. Савицкий³⁴ и др.) подходов к анализу закономерностей развития культуры и массовой коммуникации. Верификация теоретических положений и выдвинутых гипотез осуществлялась с помощью таких **методов** эмпирического исследования, как опрос и качественно-количественные методы математической обработки данных: корреляционный анализ, факторный анализ, дисперсионный анализ ANOVA, дискриминантный анализ, параметрические и непараметрические критерии сравнения групп t-Пирсона,

²² Пригожин И.Р. Переоткрытие времени // Вопросы философии, 1989. № 8. С. 3-19.

²³ Хакен Г. Синергетика. М.: Мир, 1980. 408 с.

²⁴ Юнг К.-Г. Очерки по психологии бессознательного. М.: Когито-Центр, 2010. 352 с.

²⁵ Ауэрбах Э. Мимесис. Изображение действительности в западно-европейской литературе. М.: Центр гуманитарных инициатив, 2017. 480 с.

²⁶ Леви-Брюль Л. Первобытное мышление. М.: Академический проект, 2015. 432 с.

²⁷ Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. К.: Ника-Центр, 2001. 432 с.

²⁸ Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 344 с.

²⁹ Пронин Е.И., Пронина Е.Е. Опыт конкретного психологического исследования в журналистике.

Коммуникативная открытость и информационная безопасность: пределы и гарантии // Сборник учебно-методических материалов по курсу «Психология журналистики». М., 2006. С. 41-46.

³⁰ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества М.: изд-во Моск. ун-та, 2003. 320 с.

³¹ Вербицкая Ю.А. Массовая коммуникация как творческая проблема: текст и личность: дисс. канд. филол. наук: 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М., 2006. 212 с.

³² Трубицына Л.В. Средства массовой информации и психологическая травма // Проблемы медиапсихологии / Сост. Е.Е. Пронина – М.: РИП Холдинг, 2002. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text7/41.htm> (дата обращения: 17.10.2018)

³³ Кузнецова Ю. М. Картина мира и современные технологии: «легкость бытия» в Интернете // Человек как субъект и объект медиапсихологии — М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 437–467.

³⁴ Савицкий В.А. Игра как феномен журналистского творчества: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М., 2010. 22 с.

U-Манна-Уитни и др. Достоверность полученных результатов обеспечивалась применением вероятностно-статистических критериев значимости, учитывающих характеристики выборки. При обработке данных использовался статистический пакет IBM SPSS Statistics 20, предназначенный для исследований в сфере социальных наук (Statistical Package for the Social Sciences – «статистический пакет для социальных наук»).

Положения, выносимые на защиту:

1). Главным фактором, оказывающим влияние на эволюцию массовой коммуникации и профессиональную идентичность журналиста сегодня, является развитие интернета и связанное с этим появление нового типа СМИ: личных страниц, индивидуальных сайтов, блогов, подкастов и др., которые в отличие от институциональных СМИ не включены в иерархические структуры управления-подчинения, самоуправляемы и самодостаточны. Появление таких «личных СМИ», вовлечение в производство медиаконтента аудитории способствует возрождению эталонов журналистской идентичности и их широкому распространению в обществе. Об этом свидетельствует выявленное в исследовании сходство ценностных установок самодельных и профессиональных журналистов. В условиях широкого распространения новых информационных технологий идентичность журналиста становится важным фактором формирования личности с высокой потребностью в самодетерминации и правде.

2). Основные требования журналистской этики остаются относительно постоянными несмотря на активные процессы трансформации СМИ. В оценке должного, допустимого и недопустимого в профессиональной деятельности журналисты (как профессиональные, так и непрофессиональные) руководствуются тремя основными этическими принципами: правдивость (честность), объективность (безоценочность) и гуманизм (ответственность). Выделенные эмпирически в ходе факторного анализа эти принципы отвечают традиционным представлениям о

журналистской этике и тем самым свидетельствуют об инвариантном характере журналистской этики и журналистской идентичности.

3). При общем сходстве ценностные установки профессиональных и самодеятельных журналистов характеризуют разные уровни профессионального сознания и значимо различаются в том, что касается понимания важности журналистской деятельности, ее онтологического статуса: воспринимается ли она как равноценная непосредственной практической помощи людям, или нет (например, съемка репортажа в экстремальной ситуации). В отличие от профессиональных журналистов, самодеятельные журналисты считают непосредственную помощь более важной, чем подготовку публикации, и оценивают, например, съемку репортажа в экстремальной ситуации как неэтичную. Осознанное понимание важности журналистской деятельности для решения социальных проблем было выявлено у профессиональных журналистов и может рассматриваться как признак сформированной профессиональной позиции.

4). Создание и продвижение собственного блога оказывает глубокое влияние на установки и ценности журналистов. Профессиональные журналисты, которые ведут блоги, более требовательны к соблюдению принципа правдивости и более снисходительны к проявлениям субъективности, чем журналисты, которые не ведут блоги. Таким образом, основная черта журналистской идентичности (наиболее значимая компонента в факторной структуре) – «правдивость» – проявляется ярче в результате влияния новых форм коммуникации, в то время как вторая – «объективность» – переосмысливается под воздействием «публичной субъективности», свойственной интернет-общению. Кроме того, журналистам, которые ведут блоги (и профессиональным и самодеятельным), свойственны более высокая потребность в раскрытии информации, которую пытаются скрыть от общества, а также негативное отношение к ограничениям и «купюрам» в подаче информации.

5). Потребность в самодетерминации, рассматриваемая как основная тенденция развития личности и показатель профессиональной зрелости журналиста, непосредственно зависит от двух факторов: практики участия в новейших форматах интернет-коммуникации и понимания онтологического статуса журналистики. Показано статистически достоверное взаимодействие обоих факторов в направлении взаимоусиления, когда присутствие одновременно двух условий (ведение блога и осознание важности журналистской деятельности) коррелирует с более высокими показателями самодетерминации, чем каждое из этих условий по отдельности.

6). Совмещение профессиональной деятельности в СМИ с активным участием в свободной коммуникации приводит к качественным изменениям в самосознании журналиста. Так, наиболее высокие показатели самодетерминации отмечаются у профессиональных журналистов, которые ведут персональные блоги. Самодеятельные журналисты и профессионалы, не имеющие блогов, по уровню самодетерминации практически не отличаются.

7). Определяющая роль в осознании онтологической функции журналистики и формировании идентичности журналиста принадлежит высшему профессиональному образованию. Обнаружена прямая корреляционная взаимосвязь между высшим профессиональным образованием и пониманием онтологического статуса журналистики, а также между высшим профессиональным образованием и уровнем самодетерминации.

8). Появление новых коммуникативных технологий, в особенности персональных медиа, создает условия для более полного и яркого проявления эталонных свойств идентичности журналиста. Содействуя развитию личности в направлении самодетерминации и независимости, персональные медиа способствуют не только восстановлению общественно значимых функций журналистики, но и вносят вклад в формирование нового личностного психотипа на основе эталонов журналистской идентичности в

соответствии с требованиями информационного общества и общими тенденциями эволюции психики. Двусторонняя коэволюционная связь коммуникативных технологий и психики обеспечивает конвертацию энергии технического прогресса в энергию психосоциального развития.

Теоретическая значимость исследования. В соответствии с эволюционным подходом к анализу массовой коммуникации исследование раскрывает культуру-творческую роль профессиональной идентичности журналиста в реализации социального и гуманистического потенциала новых коммуникативных технологий. На эмпирическом материале было показано, что профессиональная идентичность журналиста имеет инвариантное значение, которое обусловлено фундаментальной потребностью общества в достоверной и полной информации. В условиях возрастания значимости информации и превращения аудитории в глобального коммуникатора возрастает и значение профессиональной идентичности журналиста как способа самореализации и саморазвития индивида. Как показало исследование, профессиональная идентичность журналиста, соединяющая стремление к самодетерминации и просоциальную ориентацию, определяет направление психозэволюции информационной эры и спонтанно воспроизводится в среде активных участников массовой коммуникации.

Практическая значимость исследования. Данная работа может оказаться полезной исследователям, занимающимся изучением проблемы формирования идентичности современного журналиста. Кроме того, результаты данного исследования могут быть учтены при составлении учебных программ по специальным предметам на факультетах журналистики.

Помимо этого, выводы, сделанные в данной работе, помогут предсказать, как будет развиваться журналистика в будущем, какие типы текстов в ней будут преобладать и какое влияние эта новая журналистика окажет на психологическое благополучие общества.

Филологический аспект исследования состоит в изучении профессиональной идентичности журналиста как генерирующего фактора, отвечающего за системные свойства журналистского текста: правдивость, объективность, гуманистичность. На примере конкретных текстов было показано, как журналисты и блогеры подают и интерпретируют одни и те же новости, каким образом журналисты соблюдают принцип объективности в СМИ, а блогеры проявляют свою субъективную позицию.

На эмпирическом материале была прослежена взаимосвязь формата издания, профессиональной идентичности и требований к журналистским текстам.

Структура диссертации. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность избранной для изучения темы, показана степень ее разработанности в научной литературе, определены объект, предмет, цель и задачи исследования, методологическая основа, показаны научная новизна, практическая и теоретическая значимость исследования.

Первая глава **«Профессиональная идентичность журналиста в меняющемся мире»** состоит из пяти параграфов.

В параграфе №1 **«Журналистика в эпоху информационного общества»** анализируются понятия «информационное общество» и «постиндустриальное общество». Рассматривается такая модель коммуникации в информационном обществе, при которой человек является одновременно и производителем, и потребителем информации, то есть просьюмером (от англ. producer + consumer = prosumer)³⁵. Делается вывод о

³⁵ Тоффлер Э. Третья волна. URL: <http://www.2lib.ru/getbook/10964.html> (дата обращения: 08.01.2018).

том, что сегодня в полной мере на практике эту модель коммуникации реализуют блогеры.

В параграфе №2 **«Гражданская журналистика как фактор развития СМИ»** рассказывается история становления гражданской журналистики, рассматривается, как блогосфера взаимодействует и конкурирует с традиционными СМИ. Исследуется творчество журналистов и блогеров, анализируются их язык, стиль поведения, способы подача информации и методы работы с источниками. Делается вывод о том, что блоги сегодня становятся важнейшей отраслью и ресурсом развития традиционной журналистики. А современному журналисту для того, чтобы быть конкурентоспособным, необходимы навыки и умения, позволяющие создавать самый разнообразный по формату контент.

В параграфе №3 **«Профессиональная идентичность и «социальный контракт» журналистики»** рассматриваются такие понятия, как «идентичность», «профессиональная идентичность», «социальный контракт» журналистики. Проанализировав подходы к определению этих понятий таких ученых, как Э. Эриксон, Дж. Марсия, Э. Уотерман Л.Б. Шнейдер, И.Ю. Хамитова, И. Кант и др., автор данного исследования вырабатывает свои собственные формулировки, релевантные данному исследованию.

Было решено рассматривать профессиональную идентичность как коллективно заданный образец, эталон, определяющий процесс самоидентификации, влияющий на мировосприятие и ценности индивида, избравшего данную профессию. В диссертационном исследовании профессиональная идентичность рассматривается как надличностный, объективный эталон, обладающий управляющим характером в отношении личностной самоидентификации людей, выбравших данный жизненный путь. При этом самоидентификация была определена как процесс выбора и продвижения по избранному пути.

В параграфе №4 **«Исследования профессиональной идентичности журналиста в России»** делается обзор научных работ, посвященных теме

профессиональной идентичности журналиста и являющихся значимыми для данного исследования. В частности, изучаются труды А.М. Сосновской, Е.И. Пронина, Е.Е. Прониной, Ю.А. Вербицкой и других исследователей. Проанализировав работы вышеназванных ученых, автор данной работы делает в параграфе №5 **«Выводы к первой главе»** заключение, что существуют два подхода: аналитический (А.М. Сосновская), предлагающий рассматривать идентичность с точки зрения присущих любой идентичности неспецифических компонентов (например: практический, аффективный, когнитивный компоненты; индивидуальный, публичный, социальный уровни) и целостный, видоспецифический подход, базирующийся на эмпирически выявляемых компонентах самосознания людей, посвятивших себя данному виду деятельности (Е.И. Пронин, Е.Е. Пронина, Ю.А. Вербицкая). Именно целостный подход дает возможность описать специфические черты профессиональной идентичности, основываясь на их эмпирических коррелятах. Поэтому этот подход и был выбран автором данного диссертационного исследования.

Вторая глава **«Влияние новых информационных технологий на профессиональные установки и ценности журналистов»** состоит из десяти параграфов.

В параграфе №1 **«Методика и процедура исследования»** рассказывается, как разрабатывалась методика опроса, как были выделены и операционализированы эмпирические критерии самоидентификации журналистов в содержательной структуре опросника.

Для решения поставленных в исследовании задач была разработана специальная анкета, состоящая из нескольких разделов и позволяющая собрать необходимые сведения на трех уровнях «глубины»: социально-демографическом (пол, возраст, место и график работы, должность, стаж, образование респондентов); установочном (вопросы о профессиональных предпочтениях и пристрастиях респондентов: какие издания читают, каким известным журналистам симпатизируют, как часто пользуются социальными

сетями, свободны ли в выборе тем для своих материалов, считают ли, что их профессия дает возможность помогать людям, как трактуют требования профессиональной этики, как понимают миссию профессии, как относятся к новым технологиям и т.д.); личностном (эмоциональное выгорание, восприятие агрессии, мотивация, потребность в самодетерминации и независимости).

Выборка респондентов, учитывая задачи исследования, была составлена из профессиональных и непрофессиональных журналистов (собственно блогеров), кроме того, профессиональные журналисты делились на тех, кто ведет блоги (журналисты-блогеры), и тех, кто не занимается блоггингом (просто журналисты). Наличие у испытуемых опыта ведения блога стало одним из центральных критериев приобщенности респондентов к новым технологиям. Ведение блога было выбрано потому, что именно блоги являются сегодня наиболее серьезным, доступным и распространенным персональным медиасредством.

Анкета распространялась в интернете, площадкой проведения опроса стал сайт Simpoll.ru. В общей сложности в анкетировании приняли участие 166 человек. Для обработки результатов опроса был использован программный пакет IBM SPSS Statistics 20.

В параграфе №2 **«Информация «без купюр»: отношение журналистов к агрессии в СМИ и в реальной жизни»** исследуется восприятие журналистами агрессивного контента и их позиция относительно возможных ограничений СМИ. Для выявления отношения респондентов к агрессии в СМИ были выбраны релевантные данной тематике вопросы из известного опросника легитимизированной (социально допустимой) агрессии С.Н. Ениколопова и Н.П. Цибульского³⁶.

С помощью факторного анализа удалось выявить следующие составляющие отношения журналистов к агрессии: право на информацию

³⁶ Ениколопов С.Н., Цибульский Н.П. Изучение взаимосвязи легитимизации насилия и склонности к агрессивным формам поведения // Психологическая наука и образование. 2008. № 1. С. 90–98.

«без купюр»); право власти и государства на использование силы; право на защиту личных и коллективных интересов всеми средствами; допущение игровой агрессии; необходимость контроля агрессии. В ходе исследования было доказано, что отношение журналистов к агрессии в СМИ в наибольшей степени обусловлено стремлением к полноте и правдивости информации. Оказалось, что демонстрацию агрессивного контента в СМИ более склонны одобрять те респонденты, которые ведут блоги, вне зависимости от того, являются они профессиональными журналистами, или нет.

В параграфе №3 **Профессионально-этические нормы и ценности в восприятии журналистов различных СМИ** рассмотрено отношение респондентов к профессиональной этике. Для изучения данной проблемы в анкету были включены вопросы, отвечая на которые испытуемые должны были оценить допустимость тех или иных профессиональных проступков по пятибалльной шкале.

Изучение этических представлений журналистов показало, что семантическое пространство профессиональной этики имеет три измерения: правдивость, объективность и гуманизм (ответственность). Выяснилось, что требование объективности (беспристрастности) не столь строго соблюдается теми, кто ведет блоги. При этом соблюдение принципа правдивости особенно важно для профессиональных журналистов, которые ведут блоги. В этой части исследования были также выявлены принципиальные расхождения между профессиональными и самодеятельными журналистами в понимании ответственности журналиста. Оказалось, что профессиональные журналисты во главу угла ставят профессиональную деятельность (как съемка репортажа) в экстремальной ситуации, в то время как блогеры считают, что в критичный момент нужно оставить занятие своей профессиональной деятельностью и начать помогать пострадавшим.

В параграфе №4 **«Стремление к самодетерминации в структуре профессиональной идентичности журналиста»** была определена потребность испытуемых в самодетерминации – стремлении делать

независимый выбор и самостоятельно строить свое поведение. С этой целью в анкету была включена адаптированная версия методики «Дилеммы», разработанная и апробированная ранее в исследованиях Е.И. Прониной и Е.Е. Прониной³⁷.

В результате факторного анализа было показано, что самодетерминация у журналистов проявляется в трех аспектах: стремление к свободе слова, открытости (публичности) и доступности информации. Исследование показало, что формированию зрелой профессиональной позиции способствует высшее журналистское образование. Как оказалось, наиболее высоким уровнем самодетерминации обладают именно журналисты с высшим профессиональным образованием, которые при этом ведут блоги.

В параграфе №5 **«Семантическое пространство проективной самоидентификации журналистов»** рассматривается характер испытуемых и их мотивация в профессии. Респондентам предлагалось восемь кратких описаний-портретов, из которых следовало выбрать тот, который им наиболее симпатичен. Выбор «портрета» рассматривался как форма проективного самоописания. Получилось восемь групп в соответствии с выбором респондентов. С целью более детального писания типов были рассчитаны средние показатели каждой группы по факторам медийной агрессии, профессиональной этики и самодетерминации. Полученные оценки были использованы для построения матрицы сходства типов характеров.

В ходе сжатия данных с помощью факторного анализа были выделены два базовых свойства, задающих семантическое пространство типов: Альтруизм и Авантюренность (готовность к риску). Каждый из характеров респондентов представляет собой сочетание способности к риску и альтруизму в том или ином соотношении. Группировка характеров по осям семантического пространства позволила говорить о четырех больших типах с учетом преобладающего качества: авантюрных, ответственных

³⁷ Пронина Е.Е. Профессиональная идентичность журналиста в условиях трансформации СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. №1. С. 49-77.

(взвешенных), альтруистах, эгоцентриках (индивидуалистах). Учитывая проективный характер методики, эти качества были рассмотрены как значимые в процессе самоидентификации журналиста.

В параграфе №6 **«Факторы эмоционального выгорания журналистов»** исследуется, насколько журналисты довольны своей профессиональной деятельностью, и связано ли эмоциональное выгорание с практикой ведения блогов. Для этого была использована методика диагностики эмоционального выгорания, разработанная профессором, доктором психологических наук В.В. Бойко³⁸.

Низкие показатели удовлетворенности своей деятельностью были обнаружены у журналистов, которые работают в профессиональных СМИ и при этом имеют собственные блоги. Надо полагать, неудовлетворенность основной работой и побуждает профессиональных журналистов переходить к блогерской деятельности. Гражданские журналисты «выгорают» меньше.

Кроме того, было обнаружено, что эмоциональное выгорание напрямую коррелирует с характером. Так, «альтруисты» и «ответственные» «выгорают» больше, чем «эгоцентрики» и «авантюристы». В целом оказалось, что выгорание практически не зависит от убеждений и мнений, но коррелирует с типом характера.

В параграфе №7 **«Эталонный образ коммуникатора в восприятии журналистов»** изучается, каким известным журналистам и блогерам симпатизируют испытуемые. Опрашиваемым предлагалось выбрать лучших, по их мнению, журналистов, из пятнадцати кандидатур. Респондентам были представлены самые разные медийные личности, имена которых у всех на слуху.

В ходе исследования была выявлена структура медийных личностей-эталонов, которая может быть рассмотрена как система «амплуа», профессиональных ролей в журналистике. Выяснилось, что выбор эталона коммуникатора практически не зависит от показателя самодетерминации или

³⁸ Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. М.: Филинь, 1996. С. 98–103.

занятий блоггингом и может рассматриваться как отражение начального, базового уровня формирования профессиональной идентичности, который опирается на «природный» темперамент индивида и базовую ценностную установку (альтруизм/эгоцентризм).

В параграфе №8 **«Журналисты как потребители информации»** исследуется, какие СМИ сами испытуемые смотрят и читают в свое удовольствие. Респонденты могли выбирать неограниченное количество вариантов из предложенных. Эта часть исследования позволила дополнить портрет профессиональных и непрофессиональных журналистов. Оказалось, что гражданские журналисты чаще всего потребляют политические СМИ, а профессиональные журналисты стремятся в свободное время получать информацию социального и образовательного характера.

В параграфе №9 **«Интегральная структура идентичности журналиста»** была систематизирована информация, полученная в ходе предыдущих этапов исследования. Это получилось сделать с помощью процедуры кластерного анализа, который позволяет учесть множественные взаимосвязи и распределить анализируемые переменные по степени близости друг к другу (силе интеркорреляций).

Результаты кластерного анализа обнаружили тесную взаимосвязь ответов респондентов с проективным самоописанием. Так, исследованные переменные сгруппировались в восемь кластеров по типам личности, что свидетельствует о центральном значении личности в журналистике. Подтвердилась также выявленная в ходе факторного анализа категориальная структура личностных типов, поскольку разделение кластеров на две большие группы происходит так, что взаимно противоположные в факторном пространстве типы («альтруисты» и «эгоцентрики», «рискующие» и «осмотрительные») оказываются в разных кластерах.

В параграфе №10 **«Выводы ко второй главе»** делается заключение о том, что гипотеза исследования о влиянии новых технологий на базовые характеристики идентичности журналиста нашла свое подтверждение.

В **заключении** подводятся общие итоги исследования, формулируются основные выводы.

В **приложении** приводятся образец анкеты и статистические данные ответов респондентов.

Содержание диссертации отражено в следующих публикациях (общий объем 2,2 п. л.):

Статьи в ведущих изданиях, включенных в перечень ВАК РФ:

1). *Дерябина А.С.* Мотивы и ценности профессиональной ориентации журналиста: медиапсихологический анализ // МедиаАльманах. 2016. № 2. С. 117–127.

2). *Дерябина А.С.* Отношение к агрессии журналистов различных средств массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 3. С. 494–507.

3). *Дерябина А.С.* Правдивость, объективность и гуманизм в восприятии журналистов различных СМИ // Медиаскоп. 2016. Вып. 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2133>

4). *Дерябина А.С.* Стремление к самодетерминации в структуре профессиональной идентичности журналиста // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2391>

Научные статьи, опубликованные в других изданиях:

1). *Дерябина А.С.* Мотивы и ценности профессиональной ориентации журналиста // Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов 2014» (МГУ имени М.В. Ломоносова – 2014 г.).

2). *Дерябина А.С.* Профессиональные грехи в сознании студентов факультета журналистики // Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов 2015» (МГУ имени М.В. Ломоносова – 2015 г.).

3). *Дерябина А.С.* Журналист и новые медиа: отношение к агрессии журналистов различных СМИ // Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов 2016» (МГУ имени М.В. Ломоносова – 2016 г.).