Кирилл Александрович Зорин

Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва

kirill\_zorin@mail.ru

**К вопросу о структуре профессиональной идеологии журналиста**

Автор поднимает вопрос о структуре профессиональной идеологии журналиста, обращает внимание как на неоднородность основных элементов (индивидуальное сознание, профессиональное, массовое), так и на нелинейность их сочетания.

Ключевые слова: профессиональное сознание, профессиональная идеология, журналист.

Выполняемое журналистикой информирование и социальное ориентирование напрямую связано с идеологическим влиянием. Е. П. Прохоров отмечал наличие в журналистских материалах не только дескриптивной (о том, что есть) и валюативной информации, но также прескриптивной (о желаемом будущем) и нормативной (как должно действовать). Наличие этих компонентов приводит к воздействию на систему взглядов и представлений адресата [3: 45–48]. Даже отбор фактологического материала для журналистского текста также зависит от взглядов автора. Поэтому представляется важным вопрос о том, из чего складывается система взглядов самого журналиста.

Совокупность идей и ценностных ориентиров индивида формируется под влиянием факторов, которые хорошо описаны наукой. Первый – это набор ключевых идей и ценностей, характерных для конкретного общества в определенный исторический период (массовое сознание). Второе – это профессиональная идеология, отраженная в коллективном сознании определенной профессиональной группы (профессиональное сознание). И третий компонент – это некоторые идеологические компоненты, которые тесно связаны с конкретным человеком и его биографией (индивидуальное сознание).

Сложности возникают с применением теоретических представлений к практике. Во-первых, указанные виды сознания взаимодействуют друг с другом нелинейно и в разном сочетании. Например, Д. МакКуэйл, рассматривая бытование журналистских правил на уровне социального института, медиаорганизации и личности, отмечает, что индивидуальные проявления журналиста возрастают в ситуациях, плохо определенных медиаорганизацией и разнообразными формальными и неформальными правилами [2: 17-18]. С другой стороны, многие исследователи отмечали, что в непонятных и сложных ситуациях индивид более склонен ориентироваться на мнение большинства. Очевидно, что оба варианта встречаются на практике.

Во-вторых, правомерен вопрос о том, насколько однородна профессиональная идеология. Чаще всего ее описывают в целом как некое явление, но даже на этом уровне фиксируются вариации взглядов. Например, И. М. Дзялошинский только в понимании взаимоотношений журналиста и аудитории выделил несколько разных идеологий. Идеология влияния предполагает мессианское воздействие на сознание и поведение аудитории. Идеология познания человека и мира делает из журналиста и аудитории партнеров по общению. Третья – это идеология диалога и соучастия, тесно связанная с идеями гражданской журналистики и практикой местных СМИ [1].

Для объективного рассмотрения профессиональной идеологии стоит учитывать факторы, которые могут создавать значительную разницу взглядов. Например, это возраст и опыт деятельности, это длительная связь журналиста с определенным уровнем медиасистемы (федеральные СМИ, районные СМИ), принадлежность к определенным типам организационных культур (государственные СМИ, частные СМИ). Исследователи уже фиксировали отражение этих и других факторов в журналистском творчестве. Например, разные типы журналистского мышления зафиксировала Е. Е. Пронина, западные разновидности журналистики как понимание профессиональных ролей и задач описал А. В. Колесниченко. Исследователи также отмечали разницу идеологий на уровне субкультур в одной организации. Так, М. Кантор еще в 1971 году исследовала коллектив продакшн-компании и выявила три подгруппы с разными представлениями о специфике деятельности: конформистов-карьеристов, идейных работников, желающих распространять свои ценности в обществе, и тех, кто просто хотел развиваться в профессии [4: 227].

Не менее важен вопрос и об основных идеологических компонентах, связанных с индивидуальным сознанием, – хотя бы тех, которые можно как-то обобщить. Поскольку они проявляются и в отборе фактов, и в их компоновке. Например, гендерные исследования журналистики 1980-х годов показали наличие связи между диспропорциями в репрезентации мужчин и женщин и тем фактом, что журналистика тогда была преимущественно мужской профессией [5: 95–100].

Литература

1. Дзялошинский И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. М.: Восток, 1996.

2. МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2013.

3. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2003.

4. McQuail D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 1999.

5. Trampota T. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006.