Елена Евгеньевна Пронина

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

pronina.elena@gmail.com

Александр Семенович Кириченко

Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, г. Москва

kirichalex@mail.ru

**Журналистика и СМИ: разрешение антиномии**

В докладе рассматриваются ключевые изменения журналистской профессии и идентичности журналиста под влиянием цифровых технологий. Утверждается необходимость разотождествления пропаганды и журналистики, журналистки и СМИ для развития журналистики и формирования адекватного самосознания журналиста.

Ключевые слова: идентичность журналиста, личные медиа, институциональные СМИ, медиапсихология.

Исследования профессиональной идентичности журналиста, первоначально проводившиеся с 2012 года в рамках гранта РГНФ и продолженные в русле приоритетных направлений факультета журналистики МГУ, показали, что представления журналистов о себе и профессии претерпевают значительные изменения по мере перехода журналистики и журналистов в блогосферу. Изменяется понимание профессиональных этических стандартов, возрастают степень психологической независимости и потребности в самодетерминации у журналистов [2; 3]. Изменяется и характер работы. Прежде всего, снижается зависимость журналиста от работодателя, аудитории от «больших» (институциональных) медиа. Журналистика эмансипируется от СМИ [4] и, может быть, впервые за время своего существования получает возможность максимально полно реализовать свои онтологические функции.

Однако не все специалисты склонны замечать эти объективные изменения, надеясь решить проблемы XXI тысячелетия с помощью алгоритмов начала XX века, когда партийная пресса рассматривалась как «коллективный пропагандист», «агитатор и организатор», сегодня можно услышать рассуждения о том, что главной функцией журналистики была и остается пропаганда [1]. Вновь вводится в обиход отброшенное было понятие «пропаганда», ведутся разговоры о необходимости государственной идеологии и «о роли государственной пропаганды» в достижении тех или иных целей. Как будто не было очевидного фиаско советской пропаганды, когда всеобщее лицемерие стало столь привычным ритуалом, что никто, включая самих пропагандистов, не верил ни единому слову, произносимому в публичной сфере, в то время как западные информационные ресурсы обретали все больший вес и доверие, чему не могли помешать ни репрессивные меры, ни попытки «глушить» «вражеские голоса». С тех пор изменилось почти все, кроме одного – выработанной у рядового человека идиосинкразии к пропаганде.

Можно ли надеяться, что этот провал не повторится в худшем, самоубийственном варианте сегодня, когда аудитория, уже испытывающая исторически обусловленное недоверие к пропагандистским методам, обратится в поисках правды к альтернативным источникам и самоинформированию? Ведь нельзя забывать, что благодаря цифровым технологиям и сети интернет современная аудитория обладает доступом к любым источникам информации [5], а также способна сама обеспечить производство и трансляцию нужной информации, то есть организовать параллельную систему информационного самообеспечения в обход официальных каналов. Мы наблюдаем такую ситуацию, когда институциональные СМИ теряют аудиторию, по нашему мнению, а на первый план по доверию и объему аудитории выходят личные медиа: личные аккаунты в соцсетях, телеграмм-каналы, подкасты, сайты и т.д. Исследования показывают, что СМИ сегодня используют контент пользователей, чтобы поднять уровень доверия и интереса к информации. Практически все известные журналисты считают своим долгом иметь личные каналы и подкасты. Посредничество институциональных СМИ становится все менее нужным и журналистам и аудитории. Эти обстоятельства категорически изменили и аудиторию, отказавшую в доверии институциональным СМИ, и журналистскую профессию, дав возможность журналистам без посредников работать на свою аудиторию. Извечная антиномия профессиональной журналистики, обусловленная расхождением интересов работодателя и аудитории, кажется, нашла свое разрешение с приходом новых технологий и превращением аудитории в работодателя для журналиста. Новая ситуация создает условия для дальнейшего осмысления онтологических основ журналистики, назревшего разотождествления государства и общества, пропаганды и журналистики.

Литература

1. Баранова Е. А. Медиаконвергенция как системообразующий
фактор трансформации института СМИ: автореф. дис. … докт. филол. наук. М., 2019.

2. Кулакова А. С. Новые технологии как фактор формирования профессиональной идентичности современного журналиста: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2019.

3. Пронина Е. Е. Профессиональная идентичность журналиста в условиях трансформации СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2016. № 1. С. 46–74.

4. Пуля В. Ю. 2017 год: прогнозы медиаэкспертов // Медиатренды. 2017. № 1.

5. Fenster M. The Implausibility of secrecy // Hastings Law Journal. 2014. Vol. 65. No 2. P. 309–363.