

ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ THEORY OF JOURNALISM

УДК 070.1

EDN CADCKP

DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(3).431-445

Научная статья



К вопросу поиска образа «идеального журналиста»

Олешко В.Ф.¹ , Гаврилов В.В.²  

¹ Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация

² Сургутский государственный педагогический университет, г. Сургут, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Гаврилов В.В., victorg12@mail.ru

Аннотация. В статье представлено краткое описание истории вопроса поиска образа «идеального журналиста». Отмечено, что исследователи по-разному фиксируют перечень компетенций, необходимых для успешной профессионализации и социализации выпускника вуза, начинающего журналиста. Отсутствие единства взглядов на проблему порождает вопрос о том, какого журналиста должны готовить современные вузы, учитывая новый социальный запрос. Цель статьи — определение базовых характеристик образа «идеального журналиста» с учетом новейших социокультурных трансформаций и изменений в журналистике. Как правило, ученые отталкиваются от императива И. Канта о нравственном идеале. Однако современные социокультурные изменения заставляют расширить перечень необходимых качеств, пересмотреть традиционные взгляды на «образцового», т.е. «идеального» журналиста, что, в свою очередь, требует определенного пересмотра концепции современного медиаобразования. На основе данных, полученных в рамках проведенного модерационного семинара в стенах СурГПУ, а также анкетирования 375 респондентов (студентов, медиапедагогов и журналистов-практиков) авторами был выявлен ряд противоречий в видении идеального образа самими журналистами и социальным запросом (в условиях цифровизации медиаполя). Студенты-журналисты, а также профессионалы в области медиа не придают большого значения угрозам, которые несет цифровизация СМИ, и зачастую игнорируют преимущества, которые она предоставляет (использование цифровых инструментов при работе с *Big Data*, в процессе подготовки медиапродуктов и их таргетированной трансляции на реципиентов). Мы полагаем, что акцентирование внимания медиапедагогов на существующих противоречиях в восприятии идеального образа современного журналиста позволит скорректировать современную медиаобразовательную модель, учесть новейшие социокультурные трансформации.

Ключевые слова. Образ идеального журналиста, медиапедагогика, цифровизации СМИ, социокультурные трансформации, медиаполе, СМИ.

Информация о статье. Дата поступления 15 января 2024 г.; дата поступления после доработки 19 марта 2024 г.; дата принятия к печати 20 марта 2024 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2024 г.

Original article

On the Issue of Finding the Image of the “Ideal Journalist”

Vladimir F. Oleshko¹ , Victor V. Gavrilov² 

¹ Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russian Federation

² Surgut State Pedagogical University, Surgut, Russian Federation

Corresponding author: Gavrilov V.V., victorg12@mail.ru

Abstract. The article provides a brief description of the history of the search for the image of the “ideal journalist”. It is noted that researchers record the list of competencies necessary for the successful professionalization and socialization of a university graduate, a novice journalist in different ways. The lack of unity of views on the problem raises the question of which journalist should be trained by modern universities, taking into account the new social demand. The purpose of the article is to determine the basic characteristics of the image of the “ideal journalist”, taking into account the latest socio-cultural transformations and changes in journalism. As a rule, scientists start from the imperative of I. Kant about the moral ideal. However, modern socio-cultural changes force us to expand the list of necessary qualities, to reconsider traditional views on the “exemplary”, that is, the “ideal” journalist, which, in turn, requires a certain revision of the concept of modern media education. Based on the data obtained within the framework of a moderation seminar held within the walls of SurGPU and a survey of 375 respondents (students, media educators and practicing journalists), the authors identified a number of contradictions in the vision of the ideal image by journalists themselves and social demand (in the context of digitalization of the media field). Journalism students, as well as media professionals, do not attach much importance to the threats posed by digitalization of the media, and often ignore the advantages that it provides (using digital tools when working with Big Data, in the process of preparing media products and their targeted broadcast to recipients). We believe that focusing the attention of media educators on the existing contradictions in the perception of the ideal image of a modern journalist will allow us to adjust the modern media educational model, take into account the latest socio-cultural transformations.

Keywords. Image of an ideal journalist, media pedagogy, digitalization of mass media, socio-cultural transformations, media field, mass media.

Article info. Received January 15, 2024; revised March 19, 2024; accepted March 20, 2024; available online September 30, 2024.

Введение

В настоящее время в российском обществе происходят серьезные изменения как экономического, так и духовно-нравственного характера. Эти процессы не могли не отразиться на отечественной журналистике.

Коммерциализация, конвергенция жанров, цифровизация стали концептуальными чертами современных отечественных СМИ. Российскому журналисту приходится работать в новых условиях, принимая не существовавшие прежде вызовы. В этой связи

возникает вопрос о том, какого журналиста должны готовить современные вузы, учитывая новый социальный запрос, т.е. каким должен быть образ «идеального журналиста».

Также не менее важен вопрос о том, какие критерии должны быть положены в основу описания/анализа образа идеального журналиста. Совершенно очевидно, что в данном случае нельзя отталкиваться только от сугубо профессиональных качеств, поскольку деятельность журналиста в высокой степени определяется социальными установками, коллективным сознанием, «коллективной памятью» [1], образ его формируется в рамках определенной культурной традиции, одного географического пространства (региональный аспект [2–4]), одного социума с определенными, исторически сложившимися социокультурными установками (культурособразной нормой), набором базовых концептов, определяющих ментальное поле нации. В этой связи уместно процитировать слова исследователя И.Н. Деминой, которая убеждена в том, что «сущность, бытие, поведение человека определяют его мировоззрение, как целостное представление о природе, обществе и т.д., а оно, в свою очередь, находит выражение в системе ценностей и идеалов личности, социальной группы, общества. Система ценностей (господствующие представления о том, что считать хорошим, правильным или желательным) может быть присуща индивиду, отдельным социальным группам, обществу, сложившемуся в каких-то географических или других границах» [5]. Итак, личность специалиста формируется не только благодаря «внутреннему

закону», но и социальным стандартам. При этом надо понимать, что процесс коммуникации всегда двусторонний: не только актор медиапространства испытывает влияние социума, его стандартов в процессе самоидентификации [6; 7] и преодоления разрыва между ним и аудиторией [8], но и сам оказывает влияние на информационное пространство, в которое погружен. Степень этого влияния зависит от многих факторов, но прежде всего от того, какой образ журналиста складывается в глазах общественности, насколько яркими являются черты журналиста как пассионария (в терминологии Л.Н. Гумилева).

Анализ современных научных исследований позволяет нам утверждать, что интерес к изучению личности журналиста, определению его идеального образа за последние годы значительно вырос. Исследователи, с одной стороны, учитывают те многочисленные социокультурные трансформации, которые мы наблюдаем в настоящее время, с другой — отмечают безусловное влияние акторов медиапространства на происходящее в журналистике.

Методология. Эмпирическая база

Был проведен анализ работ (научных статей, монографий), посвященных описанию образа идеального журналиста (В.Т. Абишева, Ф.В. Ахмадиев, В.И. Кузин, Т.Н. Владимирова, В.А. Славина, А.М. Сосновская, Л.П. Шестеркина и др.). На основе анализа констатируется отсутствие единого мнения относительно того, каким должен быть этот образ, кого должно формировать современное российское медиаобразование.

Эмпирической базой исследования являются данные, полученные в рамках проведенного модерационного семинара¹ в стенах СурГПУ, а также анкетирования 375 респондентов (студентов, медиапедагогов и журналистов-практиков). Был проведен сравнительный анализ противоречий в видении идеального образа самими журналистами и социальным запросом (в условиях цифровизации медиаполя). Определен круг угроз, которые несет цифровизация СМИ, а также преимуществ, которые она предоставляет начинающему журналисту.

Использовались общенаучные методы наблюдения, описания, сопоставления, анализа, синтеза, а также метод анкетирования, которые позволили определить базовые характеристики образа идеального журналиста в условиях цифровизации СМИ, а следовательно, основные направления, по которым должно развиваться отечественное образование.

Результаты исследования

Как правило, рассуждая об идеале, авторы отталкиваются от «категорического императива» И. Канта. Идеал — прообраз всех вещей, которые как несовершенные копии заимствуют из него материал для своей возможности, и более или менее приближаясь к нему, все же всегда бесконечно далеки от него,

чтобы сравняться с ним. При этом человек, стремясь к идеалу, должен делать добро по собственной воле [9, с. 439]. То есть должен доминировать нравственный аспект в процессе самоидентификации личности. Журналист — это современный наставник, проповедник и общественный судья, который чуть ли не в одиночку противостоит деструктивным общественным процессам, злу.

В этой связи исследователь Ф.В. Ахмадиев считает, что «идеальный тип» журналиста «берет за основу своей деятельности именно эту нравственную норму, которая в той или иной форме пронизывает все другие его характеристики, является своего рода «координатной осью», на которой выстраиваются остальные критерии, определяющие моральный облик настоящего профессионала» [10, с. 119]. Также автор считает важными, с точки зрения главного редактора СМИ, такие качества/характеристики журналиста, как интеллект, общий психоэмоциональный склад личности, ум, воля, мужество, гуманизм, доброта и отзывчивость, стремление постоянно повышать квалификацию, быть ответственным, иметь профессиональный опыт. Также немаловажную роль играют внешний облик и коммуникативные и творческие способности, принятие корпоративных ценностей [там же, с. 123–124]. Похожих взглядов на образ «идеального журналиста» придерживаются Т.Н. Владимирова и В.А. Славина: «Можно с уверенностью сказать, что наша журналистика сегодня буквально пронизана политикой. А первая и главная особенность политической жизни, ее добродетель, как считал Аристотель, — идея справедливости. До-

¹ Модерационный семинар — форма организации образовательной деятельности в рамках технологии модерации; предполагает использование приемов, направленных на активизацию аналитической и рефлексивной деятельности обучающихся (включает опрос, сбор и ранжирование ответов, рефлекссию относительно полученных результатов).

бавим сюда еще и другие важные черты, приближающие журналистику к идеалу: это объективность и правда, гуманность и свобода, высокие моральные принципы и демократические ценности» [11, с. 327]. С различных позиций раскрывают данное понятие в своих научных и публицистических работах такие авторы, как В.В. Тулупов, В.Ф. Олешко, Э.А. Байков, Л.П. Шестеркина, В.И. Кузин, В.Т. Абишева и др.

Так, А.М. Сосновская убеждена, что «для многих российских журналистов профессиональная идентичность главенствует над другими ипостасями идентичности. С одной стороны, это говорит о желании общественного служения, призвании, преданности обществу. С другой стороны, — о том, что за общественным служением люди часто забывают о своей личности, как бы растворяясь в профессии, напоминая инструменты для функционирования общественной машины» [12]. С целью определения необходимых личностных качеств журналиста автор использует метод автобиографии и приходит к выводу о том, что современный журналист «идентифицирует себя с профессией..., избегает индивидуализации..., сознательно интернализирует и инкорпорирует нормы доминирующего класса, чтобы преуспеть в выбранном публичном пространстве» [12]. То есть личная идентичность современного журналиста должна отходить на второй план, определяется общепринятыми общественными стандартами (культуросообразной нормой), политикой редакции, а действия/поступки журналиста должны быть функциональны и рациональны. Методика исследователя включает шесть этапов:

1. «Разбиваем биографию на смысловые части по ходу чтения так, чтобы в каждом отрывке присутствовала одна основная идея.

2. Из каждой части реконструируем характеристики личности, составляющие когнитивный элемент идентичности. Вычленяем явные и латентные черты. Работаем планомерно, записываем все данные, даже если они противоречат друг другу.

3. Затем выявим имплицитную и эксплицитную оценки данных характеристик. После этого нам будет доступен идеальный образ данного журналиста и данной личности.

4. Далее находим стратегии, направленные на достижение задач, приближающих к идеалу. Выявим профессиональные практики (см. главу 2). Особое внимание уделим компенсирующим стратегиям, харизме, имиджу и практикам потребления.

5. Дифференцируем профессиональную и личностную идентичность (идентификация/индивидуализация, «фасад»/«ядро», харизма/аутентичность, функциональность/экспрессивность).

6. Можно сделать выводы не только о социально-психологической идентичности, но и о психологических особенностях личности. Постараться выявить у респондента черты «полноценно функционирующего человека» по Роджерсу и самоактуализированных людей по Маслоу: открытость опыту, доверие к своему организму, творчество, саморазвитие, зрелость и т.п.» [12].

Как видим, подходы к оценке личностных качеств журналиста в научных кругах разнятся в силу широты предмета изучения и многих субъективных факторов. Ряд ученых, в этой связи, предлагает делить данные ка-

чества на автономные группы: «идейно-нравственные, деловые: способность, интеллект, память, владение техническими средствами труда и т.д.; характерологические: отношение к делу, инициатива и ответственность; физические: здоровье и выносливость» [13, с. 43–48].

Одним из направлений изучения личности журналиста является социально-психологическое. Поскольку предметом исследования является, прежде всего, взаимодействие субъекта с социумом, его социализация и идентификация, классификации чаще всего посвящены имиджу журналиста. Так, В.И. Кузин в одной из своих работ предлагает следующие типы: «...по типу контакта — дружеский (ключевая характеристика — привлекательность), авторитарный (динамизм), экспертный (компетентность); по уровню близости — герой — идеальная личность; анти-герой — простой человек, «один из нас»; мистическая личность — чужой нам, но необычный; по функции в процессе социализации — учитель, вождь, кумир, мэтр, командир; по типу текста — и парадигме мышления — миротворец, моралист, прагматик, игрок, психоаналитик» [14, с. 78].

Также в исследованиях по данной теме мы встретили следующие характеристики личности журналиста: «повышенный (выше среднего) интеллектуальный уровень личности, способность к аналитическому, интуитивному и словесно-логическому мышлению; обладание высокоразвитым «эмоциональным мозгом» [13, с. 107]; «постоянная потребность в познании и самообразовании, стремление к духовной самореализации и достижению акме; энциклопедичность знаний, владение научной ме-

тодикой анализа действительности; внутреннее усвоение толерантности, эмпатии, идеологического плюрализма, политической корректности; умение отстаивать свои идейные и социальные позиции, самостоятельность мышления, обладание амбивертным темпераментом, силой воли и умением «держать удар»; высокая общая и политическая культура, интернационализм; социальная ответственность; литературные и, шире, художественно-творческие способности; внутренняя свобода мыслей; нетерпимость к социальной несправедливости, аморализму, криминализму в обществе» [15, с. 266–267]. Перечисленные качества принято считать основополагающими, определяющими профессиональный уровень журналиста (см., например, работы В.Т. Абишевой).

Интерес представляет классификация Е.П. Прохорова, который описывает структуру личности журналиста как концентрическую схему: в центре — мировоззрение автора и его креативные способности. Затем — интеллект, эмоции, воля, физические данные. Следующий уровень — образование, кругозор, профессиональные навыки. Опыт журналистской работы объединяет все вышеперечисленные качества. Особое внимание исследователь уделяет уровню журналистской ответственности перед государством, обществом и его отдельными стратами [16], что во многом коррелирует с выводами, сделанными Т.Н. Владимировой, В.А. Славиной, Ф.В. Ахмадиевым относительно идеала в журналистике.

Исследователь В.Т. Абишева не обходимые качества личности журналиста объединяет под одним зна-

менателем «профессионализма». Автор, в частности, пишет: «Журналистика, как одна из важнейших, полифункциональных областей социальной практики, находящихся на стыке разных наук, во все времена испытывает потребности в квалифицированных кадрах. Причем, в связи с повышением образовательного уровня и роста политической активности аудитории, расширением и углублением интересов и запросов в разных областях массовой информации, растут требования к уровню квалификации адресанта» [17, с. 198]. По сути, в работах автора мы находим указание на противоречие между идеальным, желаемым образом журналиста, соответствующим теоретическим выкладкам исследователей, и реальной ситуацией. В.Т. Абишева убеждена, что начинающие журналисты, в том числе и «общественные», менее ограничены в морально-этическом плане, не испытывают особого пиетета перед авторитетами, не боятся высказывать свое мнение, амбициозны, стремятся сделать себе имя и заработать, поэтому часто идут в PR и рекламу, не всегда следуя *долгу и внутреннему закону*, хотя последнее должно быть, в идеале, определяющим [там же, с. 199].

Итак, традиционно исследовали в идеальный образ журналиста включают такие аспекты, как нравственность, профессионализм, креативность, коммуникабельность, высокая социальная ответственность. Однако все эти качества, при всей их значимости, были актуальны и сто лет назад. Очевидно, что не всегда при формировании образа «идеального журналиста» учитываются те глобальные и глубинные социокультур-

ные трансформации, которые произошли за последнее десятилетие. В недостаточной степени учитываются такие процессы, как цифровизация и конвергенция в СМИ, хотя совершенно очевидно, что именно названные процессы во многом задают вектор развития современной журналистики, определяют профессионализацию и самоидентификацию актора медиaprостранства.

В работах Л.П. Шестеркиной мы находим следующие компетенции, которыми должен владеть современный журналист-практик:

- «знание информационных потребностей своей аудитории;
- понимание системы ценностей целевой аудитории: фигуры-«маяки», референтные группы, язык, стилевые предпочтения; причастность к определенным сообществам;
- понимание важности сетевого сообщества для медиакомпаний и одиночных производителей интернет-контента;
- умение собирать информацию с помощью сетевых сообществ и иметь навык работы с медиатекстами в интернете;
- умение правильно отвечать на вопросы ситуативных задач, возникающих в системе сетевого общения, а также обладание навыками работы в совместных редакторских средах для рассылки, редактирования и поддержки контента (информации)» [18, с. 15–16].

В этой связи, при выделении необходимых профессиональных и личностных качеств журналиста, мы должны прежде всего учитывать изменения, произошедшие в СМИ, и социальный запрос, который определяется этими изменениями. Ключевая проблема журналиста нового време-

ни — способность работать с большими объемами данных, верифицировать и анализировать информацию, таргетированно транслировать ее. В настоящее время современный отечественный медиарынок нуждается в профессионалах, владеющих, кроме традиционных навыков, цифровыми технологиями, способных создавать оригинальные медиапродукты с учетом запросов аудитории, работать в различных знаковых системах, комбинировать их.

Однако этот тезис требует подтверждения, необходимых эмпирических данных. В этой связи в Сургутском государственном педагогическом университете в гр. Б-2211 (студенты-журналисты, второй курс, 15 чел.) мы провели модерационный семинар на тему «В поисках образа идеального журналиста». Этапы организации семинара были следующие:

1. Вводный этап. Вступление. Обозначение проблемы. Констатировались изменения, которые в настоящее время происходят в медиaprостранстве, и отсутствие в отечественной науке единого взгляда на образ журналиста, отвечающего требованиям, которые предъявляются социумом.

2. Дискуссия. Обсуждение тех качеств, которые необходимы студентам-журналистам в настоящее время.

3. Выделение десяти качеств, которые необходимы современному журналисту (студенты выделяли эти качества с точки зрения *современного журналиста*). Качества выписывались на доске слева.

4. Ранжирование качеств. Студенты, имея «три голоса» каждый, ставили галочки напротив тех качеств, которые считали наиболее

важными. Преподаватель обозначил «тройку лидеров».

5. Выделение десяти качеств, которые необходимы современному журналисту (студенты выделяли эти качества с точки зрения *реципиента, получателя информации*). Качества выписывались на доске справа.

6. Ранжирование качеств. Студенты, имея «три голоса» каждый, ставили галочки напротив тех качеств, которые считали наиболее важными, встав на сторону реципиента (прием эмпатии). Преподаватель обозначил «тройку лидеров».

7. Нахождение противоречий и их анализ (причины, способы устранения противоречий).

8. Рефлексия (подведение итогов занятия, анализ отрицательных и положительных моментов).

Сразу отметим, что при строгом соблюдении данных этапов в работе обязательно выявляются серьезные противоречия между тем, как сами будущие журналисты воспринимают свой труд и себя в профессии, и как их труд и самих акторов медиaprостранства воспринимают потребители информации.

Итак, нами были получены следующие результаты. На первое место студенты (левая сторона доски) поставили такое качество, как *дисциплина* (восемь голосов), подразумеваемая под этим качественное и в срок выполнение задания главного редактора (качество, безусловно, важное, но не являющееся специфическим, т.е. имеющим непосредственное отношение к журналистике). На втором месте — *коммуникативность* (шесть выборов). Качество, вне всяких сомнений, важное и профессионально значимое. Третье место

разделили *адаптивность* (т.е. умение приспосабливаться к различным социокультурным изменениям, работать в любых условиях, готовя качественный медиапродукт) и *креативность* (умение создавать оригинальный продукт, интересный потребителю (по пять голосов)).

Далее в списке, по убывающей, были такие качества, как *ответственность, объективность, эмпатия, эрудиция, толерантность, любознательность*. Как видим, такие качества, как владение родным языком, цифровыми инструментами, способность работать в условиях конвергентной редакции не нашли свое отражение в перечне качеств, хотя в процессе дискуссии были перечислены ключевые изменения, произошедшие в медиaprостранстве.

С точки зрения потребителя информации (правая сторона доски), студенты на первое место поставили такое качество журналиста, как *имидж (харизма)* (девять голосов). Аудитория ждет встречи с ярким интересным человеком, у которого есть свой стиль, который уже составил себе имя. Его интересно слушать или читать. Такому журналисту можно доверять, его можно любить, уважать, на него можно ссылаться в споре.

На втором месте — *честность* (семь голосов). Очевидно, что, по мнению реципиентов, журналист должен уметь верифицировать информацию, не использовать приемы манипуляции сознанием (фейки, сокрытие или искажение фактов и т.п.). На третьем месте оказалась *грамотность* (шесть голосов). В самом деле, как можно доверять журналисту, считать его профессионалом и транслятором ключевых идей, глобальных смыслов, если он делает ошибки, плохо владе-

ет словом, его материалы небрежны с точки зрения стиля?

Довольно высокую позицию в рейтинге заняла *креативность* (шесть голосов). В сочетании с имиджем это качество наводит на мысль о том, что потребитель информации ждет яркого, оригинального и, в какой-то степени, развлекательного контента. Реципиент устал от сложных аналитических материалов, имеющих зачастую негативную аксиологию. Остальные качества (*доступность, умение заинтересовать, эрудиция, толерантность, обратная связь, верификация данных*) набрали меньшее количество голосов.

Полученные данные позволяют выделить ряд очевидных противоречий между социальным запросом и видением профессии самими журналистами. Студенты готовятся к тому, чтобы на производстве как можно лучше и быстрее выполнить задание редактора. Они понимают, что на этом пути их ожидает ряд трудностей, но они готовы приспосабливаться к новым условиям труда и, используя коммуникативные навыки и творческие способности, эти трудности преодолевать. Отрадно отметить, что журналистику студенты все-таки не воспринимают как ремесло, как рутину, готовы применять приобретенные в вузе компетенции с тем, чтобы развиваться профессионально, двигаться вверх по карьерной лестнице.

В определенной степени это коррелирует с видением журналиста потребителем информации. Специалист должен обладать харизмой, быть интересным и честным со своей аудиторией. Преподносить информацию, не слишком углубляясь в детали, но креативно и нетривиаль-

но. По сути, это те качества, которые в настоящее время демонстрируют так называемые «общественные» (или «гражданские») журналисты: ютуберы, тиктокеры, авторы блогов и влогов. Следовательно, начинающим журналистам необходимо, учитывая социальный запрос, изучать существующие практики, приемы, способ подачи информации журналистов-непрофессионалов, стремиться использовать их в своей профессиональной деятельности².

Кроме того, не все журналисты видят и верно оценивают современные вызовы, существующие в медиапространстве, игнорируя, как показывают представленные результаты, угрозы цифровизации СМИ. А это значит, что им придется устранять эти пробелы, уже непосредственно работая по специальности. Выпускники вуза будут поставлены перед необходимостью работать в условиях конвергентной редакции, с различными знаковыми системами, создавая при этом целостные оригинальные медиапродукты. Они будут использовать программы по обработке и верификации больших объемов данных (*Big Data*), по таргетированию информации, выбирая при этом оптимальные (прежде всего цифровые) способы ее распространения. Недооценка этих (по сути, ключевых) современных компетенций самими студентами может привести в будущем к разочарованию профессией, уходу из нее. Мы полагаем, специалисты

в области медиаобразования, осознавая данную ситуацию, должны всячески содействовать подготовке специалистов, способных эффективно работать в условиях цифровизации СМИ, в условиях нового социального запроса.

Сделанные нами выводы подтверждают также данные онлайн-анкетирования, проведенного нами в 2023 г. с целью определения проблем российского медиаобразования и перспектив его развития в эпоху цифровизации СМИ. В анкетировании участвовало 375 чел. в возрасте от 18 до 60 лет, имеющих непосредственное отношение к журналистике или медиаобразованию (студенты и преподаватели вузов УрФО, журналисты).

Один из вопросов анкеты был сформулирован следующим образом: «Назовите характеристики, отличительные черты, личностные качества журналиста-профессионала (не менее пяти)». По сути, данный вопрос был призван в некотором смысле уточнить/прояснить «образ идеального журналиста», который должно формировать современное медиаобразование с учетом социального запроса и социокультурных трансформаций. Перечислим полученные основные характеристики журналиста-профессионала в порядке убывания: 1) профессионализм, компетентность; 2) желание узнавать новое; 3) коммуникативность; 4) гражданственность; 5) грамотность; 6) ответственность; 7) оперативность; 8) работоспособность; 9) внимание к деталям; 10) правдивость; 11) креативность. «Коммуникативность, грамотность, любознательность, оперативность — качества, которые, безусловно, необходимы любому

² Сразу оговоримся, что начинающие журналисты, знакомясь с указанными приемами, должны использовать лишь те, которые не нарушают законодательство РФ, не связаны с приемами откровенного и деструктивного манипулятивного воздействия.

журналисту (так было всегда). При этом важно, что респонденты на «почетное» четвертое место поставили гражданственность, т.е. служение не личным интересам, а государству и его гражданам. В условиях информационных войн, противостояния идеологий в рамках медиаполя, как нам кажется, это чрезвычайно важный аспект при реализации современной концепции медиаобразования» [19, с. 178–179].

Однако при всех положительных аспектах данной классификации, стоит отметить, что креативность оказалась на последнем месте, хотя очевидно, что она должна стать той базовой характеристикой журналиста-профессионала, которая позволит успешно конкурировать с «общественными журналистами». Но респонденты не видят данной угрозы, как не придают особого значения и цифровой компетенции, навыкам работы с цифровыми инструментами. Кроме того, понятие «профессионализм» в журналистике (первое место в рейтинге) можно трактовать весьма широко, каждый исследователь и журналист-практик может понимать его по-своему. Очевидно, что профессионализм журналиста определяют необходимые компетенции. С тем, чтобы их уточнить, респондентам был задан вопрос «Какие компетенции помогут начинающему журналисту стать конкурентоспособным на медиарынке?». Предлагалось выбрать не более пяти вариантов ответа. «Лидирующие позиции заняли следующие компетенции: 1) умение оценивать состояние медиапространства и социокультурные трансформации в обществе (83 %); 2) творческие способности (79 %); 3) мотивация (72 %); 4) умение на-

ходить, перерабатывать и транслировать информацию (68 %); 5) способность создавать оригинальные медиатексты — анализировать целевую аудиторию (61 %); 6) эффективно использовать информационные технологии в профессиональной деятельности» (52 %)» [19, с. 181].

Как видим, владение информационными технологиями оказалось лишь на шестом месте. В связи с этим возникает вопрос: «Каким образом выпускники вузов будут работать в конвергентных редакциях, перерабатывая, верифицируя большие объемы данных, но не используя при этом специальные цифровые инструменты?».

Учитывая сказанное выше, мы не могли не выяснить у респондентов, каковы их ожидания от отечественного медиаобразования, что нужно поменять или скорректировать в системе вузовского обучения журналистов. В этой связи был задан вопрос «Каким аспектам современной журналистики следует уделить внимание медиапедагогам и преподавателям журфаков?». Представленным проранжированные (от наиболее значимых к менее значимым) варианты ответов: «1. Конвергенция. 2. Обратная связь с потребителями информации. 3. Средства и способы распространения информации. 4. Креолизованные (изобразительные) тексты. 5. Работа с большими объемами данных (сбор, анализ). 6. Манипулирование сознанием. 7. Творческая реализация журналиста. 8. Коммерциализация СМИ. 9. Виртуальные угрозы. 10. Цифровизация СМИ. 11. Новые жанры» [19, с. 180–181]. И вновь мы видим, что вопросы цифровизации СМИ стоят на предпоследнем месте, что

говорит об отсутствии внимания, интереса к ним со стороны профессионалов. Здесь можно возразить, что такой аспект, как конвергенция жанров, стоит на первом месте. Но это лишь означает, что респонденты не видят связи, прямой зависимости между этими аспектами журналистики.

Изучая опыт работы педагогов центральных вузов в области медиаобразования (МГУ, НИУ ВШЭ, НГУ, ТГУ, КФУ, СПбГУ, УрФУ, МГИМО, РУДН и многих других), мы констатируем все более активную связь теории с практикой, акцентирование внимания на проблемах цифровизации СМИ. Вероятно, низкий уровень интереса к проблемам цифровизации СМИ, а также мотивации к овладению цифровыми инструментами в студенческой среде, а также среди журналистов-практиков объясняется недостаточным осмыслением угроз и преимуществ, которые появляются в настоящее время в связи с указанным процессом и, возможно, — слабым техническим обеспечением редакций (особенно — в региональных СМИ).

Выводы

Итак, проблема поиска образа идеального журналиста является чрезвычайно актуальной и активно разрабатывается исследователями в настоящее время, с учетом конвергенции, цифровизации СМИ. Однако, к сожалению, до сих пор не сложилось единого мнения относительно

того, каким должен быть этот образ, кого должно формировать современное российское медиаобразование. Мы убеждены, что сводить этот образ только к перечню духовно-нравственных качеств, а также к варьированию сугубо специальных умений и навыков не следует. При определении образа идеального журналиста необходимо учитывать как мнение самих специалистов и потребителей информации, так и социокультурные изменения последних лет.

На основе данных, полученных в рамках проведенного модерационного семинара, а также анкетирования 375 респондентов (студентов, медиапедагогов и журналистов-практиков) нами был выявлен ряд противоречий в видении идеального образа журналиста и социальным запросом в условиях цифровизации медиаполя. Студенты-журналисты, а также профессионалы не придают большого значения угрозам, которые несет цифровизация, и тем преимуществам, которые она дает (использование цифровых инструментов при работе с *Big Data*, в процессе подготовки медиапродуктов и их таргетированной трансляции на реципиентов). Мы полагаем, что акцентирование внимания педагогов на существующих противоречиях в восприятии идеального образа современного журналиста позволит скорректировать современную вузовскую медиаобразовательную модель, учесть в работе новейшие социокультурные трансформации.

Список использованной литературы

1. Qing W. Rituals and Collective Memory Construction in the Age of Social Media: A Case Study of Beijing Temple Fairs / W. Qing. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).772-781. — EDN KXKZOT // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 4. — С. 772–781.

2. Highmore B. *Cityscapes: Cultural Readings in the Material and Symbolic City* / B. Highmore. — London: Palgrave Macmillan. — 2005. — 192 p.
3. Jenny L. *La Strategie de la Forme* / L. Jenny // *Poetigue*. — 1976. — No. 27. — P. 257–281.
4. *Other Cities, Other Worlds: Urban Imaginaries in Globalizing Age* / A. Huyssen (ed.). — Durham: Duke University Press, 2008. — 336 p.
5. Демина И.Н. «Ценности» в российском научном дискурсе / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679. — EDN YIVTGJ // *Вопросы теории и практики журналистики*. — 2022. — Т. 11, № 4. — С. 657–679.
6. *The Concept of Interdisciplinary Research on Intergenerational Transmission of Communicative and Cultural Memory* / G. Simons, M. Muhin, V. Oleshko, A. Sumskaya. — DOI 10.30547/worldofmedia.1.2021.3. — EDN EJJMYD // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. — 2021. — № 1. — P. 64–91.
7. Hanusch F. *The Power of Commercial Influences: How Lifestyle Journalists Experience Pressure from Advertising and Public Relations* / F. Hanusch, S. Banjac, P. Maares. — DOI 10.1080/17512786.2019.1682942 // *Journalism Practice*. — 2019. — Vol. 14, no. 9. — P. 1029–1046.
8. Oleshko V. *Problems of Digitisation of Communicative and Cultural Memory in a Multi-Ethnic Region of Russia* / V. Oleshko, E. Oleshko. — EDN HUETWB // *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces*. — 2022. — P. 172–189.
9. Кант И. *Собрание сочинений* : в 8 т. / И. Кант. — Москва : ЧОРО, 1994. — Т. 3. — 740 с.
10. Ахмадиев Ф.В. Главный редактор издания как «идеальный журналист» / Ф.В. Ахмадиев. — EDN KUNIKJ // *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. — 2009. — № 1. — С. 119–124.
11. Владимирова Т.Н. Проблема идеала в журналистике / Т.Н. Владимирова, В.А. Славина. — DOI 10.17150/2308-6203.2017.6(3). — EDN ZROROR // *Вопросы теории и практики журналистики*. — 2017. — Т. 6, № 3. — С. 320–329.
12. Сосновская А.М. *Журналист: личность и профессионал (психология идентичности)* / А.М. Сосновская. — Санкт-Петербург : Роза мира, 2005. — 206 с.
13. Корконосенко С.Г. *Социология журналистики* / С.Г. Корконосенко. — Москва : Юрайт, 2022. — 421 с.
14. Кузин В.И. *Психологическая культура журналиста* / В.И. Кузин. — Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 2004. — 130 с.
15. *Журналистика в мире политики : исслед. подходы и практика участия* / под ред. С.Г. Корконосенко. — Санкт-Петербург : Изд-во В.А. Михайлова, 2004. — 446 р.
16. Прохоров Е.П. *Введение в теорию журналистики* / Е.П. Прохоров. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 349 с.
17. Абишева В.Т. К проблеме изучения личности журналиста-профессионала / В.Т. Абишева. — EDN: STQUXD // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. — 2014. — № 8-1. — С. 196–199.
18. Шестеркина Л.П. *Журналистское образование и универсализация профессии: экспериментальный опыт* / Л.П. Шестеркина. — Челябинск : Рекпол, 2013. — 118 с. — EDN SJHKLQ.
19. Гаврилов В.В. Ключевые проблемы и тенденции развития современного массового медиаобразования (на основе изучения мнения представителей медиа-сообщества Уральского федерального округа) / В.В. Гаврилов. — DOI 10.26105/SSPU.2023.86.5.018. — EDN GQBSUX // *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*. — 2023. — № 5 (86). — С. 174–183.

References

1. Qing W. *Rituals and Collective Memory Construction in the Age of Social Media: A Case Study of Beijing Temple Fairs*. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 772–781. EDN: KXKZOT. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).772-781.

2. Highmore B. *Cityscapes: Cultural Readings in the Material and Symbolic City*. London, Palgrave Macmillan, 2005. 192 p.
3. Jenny L. La Stratégie de la Forme. *Poétique*, 1976, no. 27, pp. 257–281.
4. Huyssen A. (ed.). *Other Cities, Other Worlds: Urban Imaginaries in Globalizing Age*. Durham, Duke University Press, 2008. 336 p.
5. Demina I.N. "Values" in Russian Scientific Discourse. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 657–679. (In Russian). EDN: YIVTGJ. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679.
6. Simons G., Muhin M., Oleshko V., Sumskeya A. The Concept of Interdisciplinary Research on Intergenerational Transmission of Communicative and Cultural Memory. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2021, no. 1, pp. 64–91. EDN: EJJMYD. DOI: 10.30547/worldofmedia.1.2021.3.
7. Hanusch F., Banjac S., Maeres P. The Power of Commercial Influences: How Lifestyle Journalists Experience Pressure from Advertising and Public Relations. *Journalism Practice*, 2019, vol. 14, no. 9, pp. 1029–1046. DOI: 10.1080/17512786.2019.1682942.
8. Oleshko V., Oleshko E. Problems of Digitisation of Communicative and Cultural Memory in a Multi-Ethnic Region of Russia. *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces*, 2022, pp. 172–189. EDN: HUETWB.
9. Kant I. *Critique of Pure Reason*. New York, The Colonial Press, 1899. 545 p. (Russ. ed.: Kant I. *Collection of Works*. Moscow, ChORO Publ., 1994, vol. 3. 740 p.).
10. Akhmadiev F.V. An Editor-In-Chief as an "Ideal Journalist". *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism. Vestnik*, 2009, no. 1, pp. 119–124. (In Russian). EDN: KUHIKJ.
11. Vladimirova T.N., Slavina V.A. The Problem of the Ideal in Journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 3, pp. 320–329. (In Russian). EDN: ZROROR. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).
12. Sosnovskaya A.M. *Journalist: Personality and Professional (Psychology of Identity)*. Saint Petersburg, Roza mira Publ., 2005. 206 p.
13. Korkonosenko S.G. *Sociology of Journalism*. Moscow, Yurait Publ., 2022. 421 p.
14. Kuzin V.I. *Psychological Culture of a Journalist*. Saint Petersburg State University Publ., 2004. 130 p.
15. Korkonosenko S.G. *Journalism in the World of Politics: Research. Participatory Approaches and Practices*. Saint Petersburg, V.A. Mikhailov Publ., 2004. 446 p.
16. Prokhorov E.P. *Introduction to Journalism Theory*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011. 349 p.
17. Abisheva V.T. On the Problem of Studying the Personality of a Professional Journalist. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk = Actual Problems in Humanities and Natural Sciences*, 2014, no. 8-1, pp. 196–199. (In Russian). EDN: STQUXD.
18. Shesterkina L.P. *Journalism Education and Universalization of the Profession: Experimental Experience*. Chelyabinsk, Rekol Publ., 2013. 118 p. EDN: SJHKLQ.
19. Gavrilov V.V. Key Problems and Trends in the Development of Modern Mass Media Education (Based on a Study of the Opinions of Representatives of the Media Community of the Ural Federal District). *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = The Surgut State Pedagogical University Bulletin*, 2023, no. 5, pp. 174–183. (In Russian). EDN: GQBSUX. DOI: 10.26105/SSPU.2023.86.5.018.

Информация об авторах

Олешко Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация, vladimir.oleshko@urfu.ru,  <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>.

Гаврилов Виктор Викторович — кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры филологического образования и журналистики, Surgutskiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet, г. Сургут, Российская Федерация, victorg12@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-1279-3066>.

Author Information

Vladimir F. Oleshko — D.Sc. in Philosophy, Professor, Head of the Department of Periodicals and Online Publications, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation, vladimir.oleshko@urfu.ru,  <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>.

Victor V. Gavrilov — PhD in Pedagogics, Associate Professor, Department of Philological Education and Journalism, Surgut State Pedagogical University, Surgut, Russian Federation, victorg12@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-1279-3066>.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Олешко В.Ф. К вопросу поиска образа «идеального журналиста» / В.Ф. Олешко, В.В. Гаврилов. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(3).431-445. — EDN CADCKP // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 3. — С. 431–445.

For Citation

Oleshko V.F., Gavrilov V.V. On the Issue of Finding the Image of the “Ideal Journalist”. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 3, pp. 431–445. (In Russian). EDN: CADCKP. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(3).431-445.