

Секция «Журналистика»

Деловая журналистика в условиях кризиса профессиональной идентичности

Богдан Елена Николаевна

Кандидат наук

МГУ им. М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: elenabogdan@rambler.ru

Деградация журналистики как профессии в последнее время стала предметом обсуждения как профессиональных, так и общенациональных изданий. О необходимости сохранить идентичность журналистики как служения обществу говорит на страницах «Журналиста» М.А. Федотов, председатель Совета при Президенте РФ по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека. Генеральный секретарь МФЖ Айдан Уайт констатирует: «Во всем мире журналистика пребывает в глубоком кризисе. Ее будущее беспокоит всех нас» [1]. Известный общественный деятель и ученый М.А. Ненашев дает свой печальный прогноз: «У нас все меньше оснований для оптимизма. (...) Доверие к СМИ достигло критического предела. (...) Число тех, кто совсем не доверяет СМИ, составило уже не менее 60%, а вполне доверяют не более 5%. (...) Эффективность, действенность журналистики сегодня минимальна, ничтожна» [5].

Среди причин тому, что пространство журналистики сегодня сжимается подобно шагреновой коже, исследователи отмечают активное воздействие со стороны других сфер деятельности, врывающихся в область масс-медиа: публицистики, блогосферы, PR-деятельности и рекламы, политических технологий и государственного заказа. Каждая из сфер по-своему пытается вытеснить из массовых информационных потоков журналистские тексты. О сведении их к минимуму в когда-то самом читаемом еженедельнике «Аргументы и факты» с сожалением говорит сам главный редактор Н.Зятьков. На вручении телевизионной премии имени Владислава Листьева Л. Парфенов произносит речь об огосударствлении телеинформации, о том, что телевидение становится полем политического пиара и антипиара, а также самопиара власти. В известной журналистскому сообществу публикации «Новости с плоской Земли» в «Новой газете» ученый и журналист Ю. Батурин рецензирует книгу британского коллеги Ника Дэвиса, который ввел понятие «миксерная журналистика» для характеристики ее современного состояния. Ее суть - «переработка вторичных непроверенных материалов, большинство из которых пресс-релизы, продиктованные чьими-то политическими или коммерческими интересами». Наконец, в ходе предновогодней беседы с руководителями трёх российских телеканалов Д. Медведев обозначил серьезный информационный разрыв между событиями действительности и событиями в новостных передачах («новостная лента убогая: не показывают того, что должны показывать»).

Своеобразным островком, сохранившим пространство журналистики в нашей стране, тем не менее, остается деловая пресса, которая «по определению является качественной» [3, С.91; 4] и стремится к соблюдению профессиональных стандартов качества. По мнению исследователя профессиональной этики деловой прессы и обозревателя газеты «Ведомости» Е. Письменной, «деловая пресса — это в первую очередь ответственная журналистика, которая четко знает потребности своей аудитории и влияет на развитие

бизнес-сообщества», «аккумулирует в себе саму способность журналистской практики к совершенствованию — появлению новых целей, задач и ответственности» [6, С. 32, 18]. Однако, так ли все на самом деле? Исследование Е.Письменной показало, что сотрудники ряда деловых изданий не осознают профессиональные стандарты качества и поэтому не соблюдают их. Стоит отметить, что в газете «Ведомости» они максимально приближены к стандартам «Wall Street Journal» и «Financial Times» во многом благодаря влиянию иностранного капитала [8].

Тем не менее, концепция «социальной ответственности прессы», предложенная в 1956 году американскими учеными [7], оказалась чрезвычайно востребована современным журналистским сообществом, осознающим глубину кризиса профессиональной идентичности. Обсуждению этой проблемы был посвящен круглый стол «Современные российские СМИ: поиск ответственной журналистики», организованный 8 февраля 2011 года в рамках международной научно-практической конференции «Журналистика в 2010 году: СМИ в публичной сфере». В нем приняли участие ведущие журналисты общенациональных СМИ. Главный редактор сайта Радио Свобода Л. Телень предложила рассматривать социальную ответственность как главный критерий качества журналистской деятельности. Е. Письменная отметила, что только знание технологии журналистского творчества гарантирует качественное, а значит и ответственное освещение действительности, и кроме того, обеспечивает изданию надежную репутацию. В чем же непосредственно проявляется социальная ответственность качественной прессы?

Исследование содержания ведущей деловой газеты «Ведомости» показало: это качественное независимое издание публикует все большее количество критических материалов, содержащих обстоятельный разбор выступлений, решений и действий власти. Тот факт, что «Ведомости» могут выступать в роли оппонентов политики государственных органов власти, был отмечен в 2010 году современными отечественными учеными [2]. В условиях кризиса профессиональной идентичности тенденцию к растущей политизации контента «Ведомостей» и поток критической информации, направленный против власти, стоит рассматривать как борьбу за репутацию не только своего издания, но и статуса журналистики в обществе. Гипотезой данного исследования стало предположение о том, что рост критических публикаций о власти в газете «Ведомости» может быть своего рода средством актуализации профессионального предназначения, механизмом напоминания о социальной ответственности журналистики. Значит, одним из средств профессиональной самоидентификации может стать деятельность деловых изданий.

Литература

1. «Воссоздать журналистику как общественное благо» // Журналист. 2011. №1. С. 22-23.
2. Мельник Г.В., Виноградова С.М. Деловая журналистика. СПб.: Питер. 2010.
3. Мурзин Д.А. Деловая пресса // Система средств массовой информации России. М.: Аспект Пресс. 2001. С. 90-95.
4. Мурзин Д.А., Иваницкий В.Л. Основные направления экономической проблематики в российских СМИ // Проблематика периодической печати. – М.: ИМПЭ им. А.С.Грибоедова. 2008. С. 100-112.

5. Ненашев М.А. Растратчики // Журналистика и медиарынок. 2010. №5. С. 8-11.
6. Письменная Е.В. Профессиональная этика в деловой прессе. М.: Издательский дом «Хроникер». 2004.
7. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС. 1998. 223 с.
8. Koikkalainen K. Russian Financial Press in a Global Context // Shaping Tomorrow's Media Systems. Moscow State University. 2004. P. 172-179.