

Секция «Журналистика»

Мотивы и ценности профессиональной ориентации журналиста

Дерябина Анна Сергеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: anna_deryabina@hotmail.com

В условиях глобализации массовых коммуникаций функция формирования общественного мнения становится ключевой в журналистике. Журналисты руководят потоками информации, поэтому именно с их помощью в обществе складывается глобальная система ценностей, которая меняет картину мира современного человека и его психику. Утверждая, какие явления должны быть значимыми для общества, журналисты формулируют их, так или иначе основываясь на собственной системе ценностей, как профессиональной, так и личностной. В этой связи проблема изучения ценностных ориентиров студентов, выбравших журналистику в качестве своей будущей профессии, становится важной и актуальной задачей, так же, как и исследование мотивов, повлиявших на их выбор в пользу данной профессии. Понимая, что движет людьми, решившими стать журналистами, можно предсказать, как будет развиваться журналистика в целом, и какие запросы общества она будет удовлетворять. Степень удовлетворенности профессией самими журналистами скажется на том, как ней будут относиться в обществе, и будет влиять на его психологическое благополучие. Для проведения данного исследования было выбрано медиапсихологическое обследование аудитории, поскольку медиапсихологическому исследованию важен человек, включенный в массовую коммуникацию. Также медиапсихология рассматривает массовую коммуникацию как личностную проблему [1]. Для данного исследования была разработана анкета, позволяющая выявить мотивы и ценности современных студентов факультетов журналистики. Методологически работа базировалась на материале исследования, которое в 1995 году провела Психологическая служба редакции газеты «Российские вести» [2]. В нее входили студенты и аспиранты факультета журналистики МГУ под руководством Е.И. Пронина и Е.Е. Прониной. Тогда специалистами в области медиапсихологии были предложены и верифицированы системно сопоставленные типы личности людей, включенных в массовую коммуникацию. В ходе данного исследования исследовательская группа в лице студентов Анны Дерябиной и Марии Цыганковой под руководством профессора Е.И. Пронина определила восемь качеств, которые, по общему мнению, способны сделать из человека журналиста. Этими качествами стали общительность, амбициозность, эрудированность, протестность, оригинальность, авантюризм, беззаботность, корректность. В анкетировании приняли участие 179 студентов факультетов журналистики МГУ, РУДН и европейских вузов. Студенты были поделены на группы на основании их желания принадлежать тому или иному комьюнити. Каждое комьюнити – это определенный стиль поведения в профессии, определенные цели, достигаемые за счет журналистики, определенный тип мировосприятия. Обработка данных велась с помощью программы SPSS, широко используемой в социологии и психологии для подобных исследований. Данная программа позволяет проводить анализ данных, используя переменные разных типов. Для проведения данного исследования были использованы методы, часто

применяемые в социологии и психологии: опрос в виде анкетирования, контент-анализ (количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей), математические методы обработки с использованием методики, предложенной Е.В. Сидоренко [3]. В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы. Современные студенты, руководствуясь выбором профессии, в приоритет для себя ставят реализацию с помощью журналистики собственных амбициозных планов, желание много зарабатывать и строить карьеру, быть знаменитым и авторитетным журналистом, способным оказывать влияние на общественное мнение. Эти мотивы являются первостепенными для амбициозно-общительных (эти два комьюнити в ходе исследования были слиты в одно, поскольку оказалось, что между ними нет принципиальной разницы), авантюристов, протестующих, которые в своей совокупности составили 48% от общего числа респондентов. На втором месте оказывается реализация своих творческих способностей. Студенты, выбравшие «оригинальное» и «беззаботное» комьюнити, чувствуют в себе желание писать, желание рассказать об увиденном, о наболевшем так, как этого никто до них не делал. Они хотят писать потому, что не писать просто не могут. Они пока не очень задумываются о том, с какой целью будут это делать, какой отклик в сердцах читателей хотят вызвать своими материалами. Это творчество ради творчества. И таких респондентов оказалось 26% от общего числа опрашиваемых. Желание работать на свою аудиторию, не дав ей возможности «заблудиться» среди огромного количества информационных потоков, осуществить свою профессиональную миссию так же, как и желание развить свой творческий потенциал, набрало 26%. Однако торопиться с выводами и давать комьюнити однозначные оценки несколько преждевременно. Дело в том, что главным катализатором, показавшим, кто кем является на самом деле, стал вопрос о реакции на ложь. Именно эрудированные и корректные — круги, поставившие реализацию профессиональной миссии в приоритет — не считают написание заказных материалов самым страшным грехом журналиста (в отличие от остальных комьюнити, однозначно выбравших этот профессиональный грех самым для себя неприемлемым). И это уже ставит под сомнение их желание и возможность реализовать свою профессиональную миссию. Подобные противоречия могут снять только дальнейшие исследования этой проблемы, где в качестве респондентов будут братья не студенты, а уже практикующие журналисты. Эти исследования смогут дать ответ на вопрос, какой журналист в большей степени способен реализовать свою профессиональную миссию: тот, который стремится к этому осознанно, или тот, кто при видимом желании достигнуть за счет профессии личных целей, соблюдает основные профессионально-этические нормы и действует в интересах своей аудитории.

Литература

1. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества, глава I «Проблема. Предмет. Метод», М.: Изд-во МГУ, 2-е издание, 2003.
2. Психологическая служба редакции газеты «Российские Вести» Граждане, послушайте // Российские Вести – 1995, окт., №2, стр.3.
3. Сидоренко Е. В. Методы математической обработки в психологии – СПб.: Речь, 2000 – стр.12.

Слова благодарности

Я выражаю благодарность своему научному руководителю и Учителю Пронину Евгению Ивановичу за неоценимую помощь в проведении данного исследования и влияние, которое он оказал на формирование моих профессиональных ценностей.

Иллюстрации



Рис. 1: Профессиональные комьюнити



Рис. 2: Результаты исследования