

# **МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Елена Юрьевна Агамян

*Новосибирский государственный педагогический университет  
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28, корп. 3*  
✉ agamjanl@mail.ru

Лилия Николаевна Кислая

*Новосибирский государственный педагогический университет  
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28, корп. 3*  
✉ liliya12@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1258-1-112-117

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОРРЕСПОНДЕНТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В ЭПОХУ ПОСТЖУРНАЛИСТИКИ**

Проблема постжурналистики активно обсуждается последние 5 лет, однако сам термин появился гораздо раньше. В этом контексте одни ученые говорят о смерти журналистики, другие — о естественной трансформации деятельности, следовательно, оценивают постжурналистику как очередной этап развития журналистики. Кроме того,

---

© Е. Ю. Агамян, Л. Н. Кислая, 2021

авторы отмечают, скорее, негативные эффекты трансформации журналистики, такие как фейковость информационного поля [Соловьев, 2018. С. 111], предвзятость, спектакулярность, гедонезация [Почепцов, 2014], размывание базовых моральных профессиональных ценностей и норм [Семилет, Фотиева, Иванов, 2021. С. 202], обслуживание интересов бизнеса и власти через манипулирование аудитории [Милославская, 2020. С. 135], мутация журналистики в маркетинг [Mir, 2020. Р. 177]. Журналист становится не автором, создателем контента, а агрегатором новостей.

В большинстве работ по постжурналистике авторы сосредотачиваются на глобальных проблемах, однако сравнительно мало внимания уделяют описанию трансформаций творческой лаборатории корреспондентов. В основном упоминаются такие аспекты профессиональной деятельности, как расширение технологических компетенций сотрудников СМИ, активное использование ими новых технологий и цифровых инструментов, размытие жанровых границ журналистских текстов и смена функций журналистики.

В рамках данного исследования рассмотрены признаки и эффекты трансформации журналистики как профессиональной деятельности. При этом было проведено анкетирование 48 сотрудников СМИ Новосибирской области (56 % — государственных, 44 % — частных), которое позволило выявить некоторые представления корреспондентов о дисфункциях массовой коммуникации при переходе от журналистики к постжурналистике.

Вопросы анкеты условно можно поделить на три блока: 1) свобода профессиональной деятельности; 2) методы работы корреспондентов; 3) степень занятости респондентов. Кроме метода анкетирования, использовалось включенное наблюдение (авторы исследования являются сотрудниками региональных СМИ; опыт работы — более 10 лет); общенаучный и компаративный анализ.

Большинство журналистов региональных СМИ (75 %) не считает, что за последние 7 лет контроль со стороны руководства (редактора,

учредителей) увеличился. В зависимости от ситуации в конкретном СМИ респонденты отмечали, например, что он *«всегда был предельно сильным»* или *«всегда умеренный»*.

Многие опрошенные, которые положительно ответили на данный вопрос, подчеркнули, что почувствовали усиление контроля в выборе тем (21 %). Данный аспект проявился и в других направлениях исследования.

Примечательно, что подавляющее большинство опрошенных, оценивая свою творческую свободу, отмечали, что *«знают, какова редакционная политика их СМИ и не выходят за ее рамки»* (58 %). Для журналистов государственных медиа существует многоуровневая система ограничений, обусловленная редакционной политикой: на функционирование этих редакций в значительной степени влияют и власть (как учредители), и рекламодатели (обеспечивающие жизнеспособность редакции), что и было подтверждено с помощью анкетирования.

Результаты исследования продемонстрировали значительный уровень самоцензуры региональных журналистов, которые не всегда чувствуют внешнее воздействие со стороны руководства, при этом отмечают осязаемость явных границ, определяющих территорию их профессиональной свободы.

Ответы на вопрос про главные объекты критики (кого чаще всего критикуете в своих сюжетах/материалах?) показали корреляцию с типом СМИ, в котором работает респондент. Так, журналисты государственных медиа часто негативно оценивали деятельность федеральной, муниципальной власти и мелких чиновников, при этом первые лица областной и городской власти оказались в статусе «неприкосновенных», а корреспонденты частных изданий отмечали, что не могут критиковать компанию-учредителя и ее партнеров, рекламодателей.

В контексте нашей работы было важно проанализировать ответы на вопросы, связанные с творческой лабораторией, профессиональным инструментарием региональных корреспондентов.

На вопрос «Какие источники информации вы преимущественно используете» выявились три группы лидеров: сайты, пресс-релизы госструктур; соцсети; люди. Первые две группы подтверждают общую закономерность — мутацию творческих задач журналистики, которая превращается из общественно-политической деятельности по сбору, обработке и периодическому тиражированию актуальной социально значимой информации в деятельность по агрегации и распространению контента.

При этом 71 % респондентов ответили, что не проверяют или только иногда проверяют (если есть сомнения в правдивости, полноте данных или расхождения с другими источниками) достоверность информации, полученной из официальных источников.

Третий по популярности ответ, связанный с источниками информации, — люди: инсайдеры и свидетели, очевидцы, участники событий. Этот ответ, на наш взгляд, свидетельствует о сохранении социальной ориентированности региональных СМИ, их близости к аудитории, использовании медиа для актуализации и решения социальных проблем.

Половина опрошенных (48 %) вынуждена сотрудничать с несколькими изданиями или брать подработки, не связанные с профессиональной деятельностью. Хотя это в большей степени характерно для сотрудников частных медиа. При этом, очевидно, происходит деформация, связанная с «расщеплением» профессиональной личности, когда один и тот же человек в своих текстах обслуживает интересы представителей разных отраслей бизнеса, уровней и ветвей власти в зависимости от аффилированности конкретного СМИ.

Ситуация осложняется увеличением спектра должностных обязанностей региональных корреспондентов, которые вынуждены осваивать мультимедийные инструменты, самостоятельно выкладывать свои произведения на сайт, а также заниматься продвижением своих материалов в социальных сетях.

По сравнению с глобальным и федеральным уровнями выявленные мутации функций и миссии журналистики медленнее происходят на уровне региональных медиа и слабо осознаются журналистами областных СМИ. Последнее, на наш взгляд, связано и с тем, что корреспонденты редко ощущают со стороны руководства вмешательство в свою творческую лабораторию. Однако механизмы самоцензуры, а также нормативное, обыденное восприятие контроля редактора и учредителей за селекцией тем и формированием информационной повестки, очевидно, приводит к мутации социальных функций журналистики: нативной пропаганде, сервисности по отношению к бизнесу и публичной адвокатуре для власти. Социальная функция все еще актуальна для региональных медиа, но отмеченные выше эффекты постжурналистики не могут не сказываться на эффективности ее реализации.

### **Литература**

*Милославская З. А.* «Постжурналистика» как новый формат медиатекста / З. А. Милославская // Медийные процессы в современном гуманитарном пространстве: подходы к изучению, эволюция, перспективы : Материалы V Научно-практической конференции, Москва, 18 мая 2019 года / Под редакцией Я. В. Солдаткиной, А. А. Роговского, И. Б. Чернявского. М. : ООО «Издательство „Спутник+“», 2020. С. 133–137.

*Почепцов Г. Г.* Постжурналистика: новые реалии XXI века // Relga. 2014. № 1. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3775&level1=main&level2=articles> (дата обращения 15.10.2021).

*Семилет Т. А.* Ситуация постсовременности в медиакommunikации: прогнозы и реальность / Т. А. Семилет, И. В. Фотиева, А. В. Иванов // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20. № 6. С. 200–211.

Е. Ю. Агамян, Л. Н. Кислая

*Соловьев А. И.* Постжурналистика и проблема фактчекинга / А. И. Соловьев // Мультимедийная журналистика : Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, Минск, 1-2 марта 2018 года / Под редакцией В. П. Воробьева. Минск : Белорусский государственный университет, 2018. С. 109-112.

*Mir A.* Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization. Toronto, Canada, 2020. 392 p.