

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА**

На правах рукописи

СЕРЕБРЯКОВА Зинаида Олеговна

**ФЕНОМЕН ДЕИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ
РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ПРЕДМЕТ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Специальность 22.00.04 – социальная структура, социальные институты и
процессы

**ДИССЕРТАЦИЯ НА СОИСКАНИЕ УЧЁНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК**

Научный руководитель:
профессор, доктор
философских наук,
Лехциер В.Л.

Самара, 2017

Содержание

Введение	3
Глава 1. Теоретическое обоснование феномена деинституциализации современной российской журналистики	22
1.1 Журналистика как социальный институт: социологические теории и ключевые понятия	22
1.2 О понятии деинституциализации журналистики	47
1.3 Деинституциализация российской журналистики в контексте актуальных социальных процессов	62
Глава 2. Эмпирическое исследование феномена деинституциализации современной российской журналистики	85
2.1 Методология качественного социологического исследования деинституциализации российской журналистики	85
2.2 Исследование внешних проявлений деинституциализации российской журналистики	93
2.3 Исследование внутренних проявлений деинституциализации российской журналистики	117
Заключение	142
Список использованных источников и литературы	148
Приложения	167

Введение

Актуальность темы исследования

Если подойти к современной журналистике как к социальному институту со своим набором норм, ценностей и повторяющихся видов деятельности, можно заметить, что происходящие в нем процессы направлены на *внешнее и внутреннее* «разрушение» устоявшейся в течение десятилетий, если не столетий, релевантной институциональной логики¹ и институционально определенных ролей.

Подобное «разрушение» внешне проявляется в сокращении количества редакций печатных СМИ²: читатели больше не хотят платить за информацию, которую можно получить бесплатно. Эта тенденция характерна не только для России, она глобальна и часто фиксируется зарубежными исследователями³: «С тех пор, как потребители могут выбирать, они...реже обращаются к газетам и традиционному ТВ, и чаще – к онлайн-новостям, спутниковому и кабельному ТВ, радио и к своим смартфонам», – считают М. Кастельс и М. Паркс⁴.

Другим признаком указанного «разрушения» является определенный вотум недоверия *профессиональным*⁵ СМИ со стороны населения. Он связан с чрезмерной коммерциализацией медиа, использованием институциональной журналистики для манипулятивного воздействия на граждан⁶, а также с повсеместной «виртуализацией», мистификацией фактов. Как отмечает В.Ф. Познин в статье «Современные СМИ: между правдой и вымыслом», современная экранная культура во многих своих проявлениях на

¹ Под *институциональной логикой* в данной работе понимаются устоявшиеся нормы, принципы и виды деятельности, практикуемые в рамках данного института.

² *Середняк Л.В.* Подходы к отражению продвижения печатных СМИ в социальных сетях «Вконтакте» и Facebook // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2(16). С. 41-45.

³ *Grueskin B., Seave A., Graves L.* The story so far: What we know about the business of digital journalism. N.Y.: Columbia Journalism Review Books, 2011.

⁴ *Кастельс М., Паркс М.* Будущее журналистики: сетевая журналистика // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 269.

⁵ Под *институциональными (профессиональными) СМИ* в диссертации понимаются средства массовой информации, которые существуют в виде профессиональных организаций – редакций, теле- и радиокompаний. Подробнее понятие институциональных и деинституциональных СМИ будет рассмотрено в главе 1 данной работы.

⁶ *Короченский А.П.* Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Журналистика и медиарынок. 2006. № 12. С. 44-46.

технологическом, эстетическом и этическом уровне возрождает мир мифов, волшебных сказок, театральных и кинематографических чудес¹. В своей работе В.Ф. Познин как исследователь обращается преимущественно к намеренной медийной мистификации ради эпатажа и привлечения зрителей, однако сейчас СМИ все чаще используют более опасную, скрытую мистификацию, подмену фактов фактоидами. Все это в определенной мере подвигает людей на поиск альтернативных источников информации². Социально активные члены общества пытаются сами генерировать новости, самостоятельно формируют ресурсы для размещения и обсуждения новостей. Основную роль в этом процессе играет, конечно, интернет, позволяющий создавать новые, не подконтрольные власти дискурс-площадки. Не случайно существенно активизировались и попытки государственного регулирования интернета, направленные на блокирование этой возможности глобальной сети.

Мы считаем, что возникновение альтернативных каналов распространения информации (социальные сети, блоги, видеоканалы), трансформация способов существования и распространения журналистского контента, а также отношения к нему в конвергентном медийном пространстве, не вписываются в обычные рамки *институциональной логики* журналистики как профессии. Исторически она предполагала технологическую и содержательную монополию на производство и дистрибуцию социально значимого информационного контента (в терминах социолога А.И. Черных «монополию СМИ на формирование информационного аналога общества»): «В XXI веке интернет обеспечил новый уровень доступа к знаниям, накопленным человечеством за всю историю, а массмедиа потеряли монополию на распространение контента. Любой пользователь социальной сети может теперь производить и мгновенно транслировать свои материалы на широкую аудиторию, быть не только автором, но и издателем»³. Зачастую контент в блоге известного «блогера-тысячника» содержательно ничем не

¹Познин В.Ф. Современные СМИ: между правдой и вымыслом // Медиаскоп. 2014. №2. С. 20.

² Там же.

³ Паранько С. Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 6-7.

отличаются от контента в пространстве газеты, однако форма блога не позволяет найти ему место в традиционной типологии периодических изданий¹.

Еще один признак определенного рода кризиса в журналистике – недоверие к журналистскому образованию. Проблема журналистского образования стала особенно актуальна в последнее время – ее обсуждению посвящены обширные дискуссии в социальных сетях, которые, что характерно, инициируют профессиональные журналисты и представители факультетов журналистики крупнейших российских вузов. С одной точки зрения, эта проблема рассматривается в аспекте тотального недоверия к образованию в сфере творческих профессий – присутствует мнение, что к журналистике или, во всяком случае, к публицистике необходимо иметь особую предрасположенность². Вторая точка зрения рассматривает проблему журналистского образования через призму так называемой *медиаконвергенции*. Здесь можно упомянуть таких авторов как Е.А. Баранова, Я.Н. Засурский, а также других исследователей, в том числе зарубежных³. При этом конвергенция все чаще рассматривается не только как явление технологического характера, но и как нечто, имеющее место в пределах одной отрасли, редакции, даже «в головах потребителей»⁴. «Развитие информационных технологий, появление новых каналов доставки контента, изменение потребителя информации, который становится все более требовательным, хочет оперативно получать интересующую его информацию... – все это требует от журналистов дополнительных навыков, переосмысления многих принципов работы», – подчеркивает Е.А. Баранова⁵. Таким образом, исследователи ставят вопрос о самой возможности готовить профессиональные

¹ Тулунов В.В. Теоретический и практический аспекты типологии периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 3-4 (66-67). С. 36-44.

² Сидоров В.А. Социологическая журналистика // Социология журналистики / Под ред. С.Г. Корконосенко. М.: Аспект Пресс, 2004.

³ Баранова Е.А. Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование. Медиаскоп. 2010. №1. С.4; Засурский Я.Н. Журналистское образование в информационном обществе // Вестник Московского университета. Серия журналистика. 2006. №4. С. 3-20; Marinho S.P., Tarcia L. Challenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence // Brazilian journalism research. 2008. Vol.4. № 2. P. 29-53.

⁴ Jenkins H. The cultural of Media Convergence // International journal of cultural studies. 2004. Vol.7. №1. P. 34-35.

⁵ Баранова Е.А. Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование. Медиаскоп. 2010. №1. С.4.

журналистские кадры в вузах при учете, что журналистика – творческая профессия, которая постоянно меняется под влиянием разнообразных, в том числе общественно-политических тенденций.

Таким образом, актуальность выбранной темы связана с тем, что происходит масштабное *социальное перераспределение* в сфере производства и распространения социально значимого информационного контента от классических институтов журналистики к новым агентам *журналистского дела*, среди которых – «просьюмеры» или «профессиональные любители» (Э. Тоффлер), новостные агрегаторы, социальные сети, мессенджеры и даже сами ньюсмейкеры. Утрачивается былая институциональная монополия на создание информационного аналога общества, на формирование журналистского контента, идентичность и авторство которого становятся сегодня проблематичными. Множество лавинообразных, актуальных трансформационных процессов, порождающих свои социальные надежды и разочарования, существуют в реалиях российской журналистики и касаются не только *профессионального журналистского сообщества*, но и всего общества в целом.

Сказанное намечает *проблемное поле* данного исследования. Все обозначенные признаки *деинституционализации* российской журналистики делают ее заметной, являют ее как феномен социальной жизни, требующий изучения. Каковы внешние и внутренние проявления этого феномена? Какие значения они приобретают у различных участников процесса производства, дистрибуции и потребления информационного контента? Действительно ли объективные технологические новшества в этой сфере и последующие за ними контринституциональные тенденции создают эффекты в журналистской профессии, которые могут быть схвачены отрицательной приставкой «де» (в понятии *деинституционализации*)? Сразу же отметим, что центральное понятие *деинституционализации* (российской журналистики) вводится в данной работе как одновременно *диагностическое* и *проблематичное*, требующее теоретической конкретизации и эмпирической верификации.

Степень научной разработанности проблемы

Универсальным процессам институционализации в современном обществе посвящены работы многих исследователей. В трактате П. Бергера и Т. Лукмана «Социальное конструирование реальности»¹, входящем в корпус классических текстов по феноменологической социологии, поднимаются вопросы intersubjectивного упорядочения социальной жизни, придания взаимодействию индивидов конструктивной силы в организации институционального порядка. Указываем этот трактат первым еще и потому, что в нем фигурирует термин *деинституционализация* [вариант написания П. Бергера и Т. Лукмана], который вводится с опорой на немецкого философа А. Гелена. Используя понятийный аппарат философской антропологии, А. Гелен в своей книге 1964-го года «Душа в технический век» одним из первых в прошедшем столетии фиксирует кризис современных институтов, который описывается философом как потеря индивидами общих институциональных опор, так что действия индивидов совершаются в личных интересах и на основе инстинктов², а не согласно некоей институционально заданной логике.

Общие вопросы институционального порядка обсуждаются в трудах Г. Спенсера, К. Маркса, М. Вебера, Э. Дюркгейма, Т. Веблена, М. Фуко, П. Бурдьё, Э. Гидденса³. В конце прошлого века также вышла серия статей западных исследователей «Новый институционализм в организационном анализе» под редакцией В. Пауэлла и П. Димаджо⁴, которая затрагивает аспекты функционирования и развития институтов в современном мире, исследовательские возможности социологического анализа институтов. Большой вклад в развитие институциональной теории и понимание институтов внесли

¹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995.

² Gehlen A. Man in the age of technology. N.Y.: Columbia University Press, 1980.

³ Бурдьё П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Том I, № 2. С. 40-58; Вебер М. Избранные произведения / Под. ред. Ю.Н. Давыдова. М.: Прогресс, 1990; Веблен Т. Теория праздного класса / Пер. с англ. С.Г. Сорокиной. М.: Прогресс, 1984; Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Пер. с франц. А.Б. Гофмана. М.: Канон, 1996; Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Изд. 2-е. Т.9. М.: Государственное издательство политической литературы, 1959; Спенсер Г. Основные начала. СПб.: Издание Л.Ф. Пантелеева, 1897; Маркс К. К критике гегелевской философии права // Фуко М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы / Пер. с фр. В. Наумова. М.: Ad Marginem, 1999.

⁴ Powell W., DiMaggio P. New institutionalism in organizational analysis. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991.

Л. Флек, Н. Гудмен, Л. Розен, М. Дуглас¹. В отечественной социологии судьбе институтов в современном мире и процессам институционализации посвящены работы А.В. Зайцева, С.С. Новиковой, П.В. Панова, В.А. Ядова². В этих работах нередко развивается различное, в том числе противоположное понимание институтов.

Теоретические основы исследования проблемы социального распределения знания, явления трансформации авторского текста в эпоху его технической воспроизводимости и *сетевого постмодерна*, а также механизмов делегирования технике роли производителя контента заложены в трудах социологов и философов А. Шюца, В. Беньямина, Э. Юнгера, Ж. Делеза, М. Фуко, Б. Латура, Дж. Ло³, а также современных исследователей – В.С. Вахштайна, И.В. Напреенко, О.Н. Тыняновой⁴.

Термины «профессия» и «этапы профессионализации» использует американский антрополог профессии Э. Хьюз, а также его соратники, представители «чикагской школы» Б. Гир и Х. Бекер, Т. Бранте, Т. Джонсон, Э. Фрэйдсон⁵. Проблемы взаимодействия профессионала и организации в XX веке

¹ Гудмен Н. Способы создания миров / Пер. с англ. М.В. Лебедева. М.: Идея-Пресс, 2001; Дуглас М. Как мыслят институты / Пер. с англ. А. Корбута // Социология власти. 2012. №4-5. С. 188-217; Флек Л. Возникновение и развитие научного факта: введение в теорию стиля мышления и мыслительного коллектива / Пер. с англ. В.Н. Поруса. М.: Идея-пресс, 1999; Rosen L. Law as Culture: An Invitation. Princeton: Princeton University Press, 2008.

² Зайцев А.В. Принцип обратной связи и институционализация диалога государства и гражданского общества // Социодинамика. 2012. № 2. С. 1-21; Новикова С.С. Социология: история, основы, институционализация в России. Воронеж: НПО "МОДЭК", 2000; Панов П.В. Политическое сообщество: конструирование и институционализация // Полис. Политические исследования. 2007. № 1. С. 94-103; Ядов В.А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. Курс лекций для системы постдипломного социологического образования. М.: Социополис, 2011.

³ Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / Пер. и примечания С.А. Ромашко. М.: Культурный центр имени Гете, 1996. С. 15-66; Валери П. Об искусстве / Пер. В.М. Козовой. М.: Искусство, 1976; Делез Ж. Кино / Пер. с фр. Б. Скуратова. М.: Ад Маргинем, 2004; Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 199-223; Фуко М. Что такое автор? // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет / Пер. с фр. С. Табачниковой. М.: Касталь, 1996. С. 7-46; Шюц А. Смысловая структура повседневного мира. Очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003; Юнгер Э. Совершенство техники. Машина и собственность. СПб.: Владимир Даль, 2002; Law J., Mol A. Situating Technoscience: An Inquiry into Spatialities // Society and Space. 2001. Vol.19(5). P. 609–621.

⁴ Вахштайн В.С. «Поворот к материальному»: 30 лет спустя // Социология власти. 2015. Т.27. №1. С. 8-16; Напреенко И.В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: возможно ли собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти. 2015. Т. 27. № 1. С. 108-121; Тынянова О.Н. Власть и знание: к топологии «других пространств» // Пространство и Время. 2014. № 4(18). С. 1-13.

⁵ Хьюз Э. Профессии в обществе // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012; Becker H.S., Geer B., Hughes E.C. Making the grade: the academic side of college life.

затрагиваются Г. Браверманом, который говорит о *депрофессионализации* и *деквалификации* из-за роста рутинных операций, снижения ответственности работника за его действия и постоянного изменения процесса производства¹. У. Уайт в своей одноименной работе говорит о возникновении нового типа трудящегося – «человек организации»².

Большой труд в систематизацию литературы, посвященной социологии профессий, вложил российский исследователь Р.Н. Абрамов³. Также исследования в области социологии профессий есть у А.Г. Здравомыслова и В.А. Ядова, М. Ларсона, К. Макдональда, Т. Кэпlou, В.А. Мансурова и О.В. Юрченко, Е.Р. Ярской-Смирновой и П.В. Романова⁴. Аспекты профессиональной культуры журналиста и влияния на нее современных технологий изучает В.Ф. Олешко⁵, который не только дал самостоятельную теоретическую разработку данной темы, но и предложил некоторый обзор экспертных мнений в этой области – С.М. Виноградовой, Г.С. Мельник, В.В. Тулупова. Также отметим работы Л.Г. Свитич – автора учебных пособий и научных статей по истории и современному состоянию журналистской профессии в России⁶.

Возможность профессиональной трансформации «гражданской журналистики» в эпоху развития информационно-компьютерных технологий описана в исследовании Е.Н. Ивановой (Е.Н. Иванова пользуется термином

Chicago: University of Chicago Press, 1961; *Brante Th.* Sociological approaches to the professions // *Acta sociologica*. 1988. Vol.31. №2. P. 119-142; *Freidson E.* Professionalism: the third logic. L.: Polity, 2001; *Johnson T.* Professions and power. L.: Macmillan, 1972.

¹ *Braverman H.* Labor and Monopoly Capitalism: the Degradation of Work in the twentieth Century. N.Y.: Monthly Review Press, 1974.

² *Whyte W. F.* The Organization Man. N.Y.: Simon & Shuster, 1956.

³ *Абрамов Р.Н.* Социология профессий и занятий в России: обзор текущей ситуации // Социологические исследования. 2013. №1. С. 99-109.

⁴ *Здравомыслов А.Г., Ядов В.А.* Человек и его работа в СССР и после. М.: Аспект-Пресс, 2003; *Мансуров В.А., Юрченко О.В.* Социология профессий: история и методология // Академический вестник. 2012. №2(20). С. 107-116; *Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* Мир профессий – пересмотр аналитических перспектив // Социологические исследования. 2009. №8. С. 25-35; *Caplow T.* The Sociology of Work. N.Y.: McGraw Hill Book Company, 1964; *Larson M.* The Rise of Professionalism: a Sociological Analysis. L.: University of California Press, 1977; *Macdonald K.* The Sociology of Professions. L.: Sage, 1995.

⁵ Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Тематический сборник статей и материалов / Под ред. В.Ф. Олешко. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2005.

⁶ *Свитич Л.Г.* Влияние процессов медиаконвергенции на характер журналистского труда // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2014. № 5-6. С. 19.

«гражданская журналистика»). Она пишет, что блоги становятся полноценными конкурентами «официальных» СМИ в борьбе за аудиторию и бюджеты рекламодателей, что журналисты-любители формируют собственную профессиональную подгруппу¹. Также этот процесс, по словам Н. Лосевой, проявляется в «легализации» взаимоотношений между редакцией и аудиторией, которая начинает сотрудничать со СМИ через биржи контента². Причем, на этих биржах обычные пользователи могут на равных конкурировать с профессиональными журналистами.

В XX веке сформирован большой пласт исследований в области *социологии журналистики* и социологии массовых коммуникаций. В рамках «чикагской школы» социологии интересны исследования Р. Парка и Ч.Х. Кули, выделивших коммуникацию как предмет социологического изучения, разделивших межличностную и массовую коммуникацию³. Р. Парку принадлежат первые в истории социологии научные статьи о новостях как форме знания. Г. Лассуэлл обогатил исследования «чикагской школы» в области социологии СМИ, рассмотрев практическую роль массовой коммуникации в СМИ, пропаганде, связях с общественностью⁴.

Структурно-функционалистское направление исследований СМИ предоставляют П. Лазарсфельд, Р. Мертон, Э. Кац, М. дэ Флюэр, Д. МакКуэйл⁵. В рамках этой школы активно проводились количественные исследования аудитории СМИ, был сделан вывод об опосредованном влиянии СМИ на

¹ Иванова Е.Н. Глобальный кризис и гражданская журналистика // Сборник докладов VI Международной конференции «Ценностные ориентиры общественного развития России». М.: МИЭМП, 2010. С.37-50.

² Лосева Н. Аудитория новых медиа // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 78.

³ Парк Р.Э. Новость и интересная история // Социальные и гуманитарные науки за рубежом. Сер.11. Социология. 2002. №3. С. 126-136; Парк Р.Э. Новость как форма знания // Социальные и гуманитарные науки за рубежом. Сер. 11. Социология. 2002. №1. С. 96-115; Cooley C.H. The Significance of Communication // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by B. Berelson, M. Janowitz. N.Y., 1953.

⁴ Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / Хрестоматия. М.: УРСС, 2002.

⁵ DeFleur M.L., Ball-Rokeach S. Theories of Mass Communication. White Plains, N.Y.: Longman, 1998; Lazarsfeld P.F., Stanton F. Radio Research 1942-3. N.Y.: Duell, Sloan and Pearce, 1944; Lazarsfeld P.F., Merton R. Mass Communication, popular taste and organized social action / Ed. By Bryson. The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers, 1948.

индивида, сформированы «нормативные» модели деятельности СМИ. В рамках феноменологического направления социологии СМИ работали Т. Кук и Б. Флэй, Дж. Макманус, Х. Молотч и М. Лестер, Д. Элтейд, П. Сноу¹.

Исследования СМИ в новейшую эпоху связаны с «торонтской школой» (Г. Иннис, М. Мак-Люэн)², которой принадлежат несколько принципиально важных и актуальных тезисов, связанных с существованием «электронной реальности» (существующей в рамках электронных СМИ), а также с тем, что событие делает социально-значимым интерес к нему со стороны средств массовой информации. Также исследования СМИ проводились «анненбергской школой» (Д. Гербнер, Н. Синьорелли, М. Морган), Бирмингемским центром современных исследований культуры (Р. Хоггард, С. Холл), медиа-группой Глазго. Из фундаментальных исследований культурной эпохи постмодерна для исследований СМИ важны тезисы Ж. Бодрийяра³ (посвященные конструированию кодов и симулякров) и Ж.-Ф. Лиотара⁴ (посвященные языковой игре и распаду метанарративов).

Автором, который собрал и классифицировал большой пласт работ по социологии СМИ и до сих пор систематически обращается к разработке этой темы, является А.И. Черных. Интересны ее исследования функционирования СМИ в пространстве интернета. Со ссылкой на интервьюируемых журналистов-практиков она пишет, что в перспективе журналист может стать «поисковой машиной», превратиться в редактора, который лишь предоставляет аудитории услуги по отбору наиболее значимого контента. Также она говорит о разрушении концепции «четвертой власти», которая базируется на понимании журналистики как «рупора общества». Эта концепция теряет актуальность, во-первых, из-за

¹ *Altheide D., Snow P.* Media logic and culture: Replay to oaks // *International Journal of Politics, Culture, and Society*. 1992. Vol.5. No.3. P. 465-473; *Flay B., Cook T.* Three models for summative evaluation of prevention campaigns with a mass media component. Newbury Park, CA: Sage, 1989. P. 174-196; *Molotch H., Lester M.* News as purposive behavior: on the strategic use of routine events. Accidents & scandals // *American sociological review*. 1974. Vol.39. P. 101-112.

² *Мак-Люэн М.* Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004; *Маклюэн М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: КАНОН-Пресс-Ц, 2003; *McLuhan M.* The Medium Is the Message. L.: Routledge and Kegan Paul, 1967.

³ *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.

⁴ *Liotard J.-F.* The Differend: Phrases in Dispute. Manchester: Manchester University Press, 1986.

появления активной аудитории, которая обладает «своим голосом», во-вторых, из-за взаимодействия власти и журналистики¹. А.И. Черных пишет, что СМИ неизбежно становятся «инструментом власти», а не самой «властью», потому что это единственное средство трансляции желательной информации и мобилизации к действию широких масс. Власть, существующая только через коллективную целенаправленную деятельность, нуждается в таком средстве, что обуславливает «избирательное сродство» политической власти и СМИ.

Общие характеристики СМИ как социального института даются в работах Д. Баррата, О. Бойда-Барреля, П. Брема². О понятии *деинституционализации*, возможностях его применения к различным сферам социальной жизни и его философских основаниях пишут К. Дернер, М.А. Антипов, В.Л. Лехциер³. *Деинституционализации* сиротства посвящены работы Н.П. Ивановой и Е.Н. Дрыгиной, М.А. Костенко, А.Н. Щербаковой⁴.

Проблему формирования нового институционального порядка поднимают Э.Г. Фуруботн, Р. Рихтер, Н.В. Шахматова⁵. Близкая, но не тождественная теме деинституционализации журналистики проблематика *альтернативных медиа* поднимается М. Альбертом в работе «Что делает альтернативные медиа альтернативными?», Ч. Аттоном в работе «Альтернативные медиа», Дж. Даунингом в книге «Радикальные медиа: мятежные коммуникации и

¹ Черных А.И. Реальность «четвертой власти» // Социологический журнал. 2008. №1. С. 100-125.

² Barrat D. Media Sociology. L.: Routledge, 1994; Media, Knowledge, and Power / Ed. by Boyd-Barrel O., Braham P.P. L.: Groom Helm, 1987.

³ Антипов М.А. Постсовременность: деинституционализация или новый институциональный порядок? // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2012. №38. С. 24-27; Дернер К. Хороший врач. Учебник основной позиции врача / Пер. И.Я. Сапожниковой и Э.Л. Гушанского под ред. М.В. Козырева. М.: Алетея, 2006; Лехциер В.Л. «Простой смертный» или «Человек с улицы» // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2010. №2. С. 101-108.

⁴ Иванова Н.П., Дрыгина Е.Н. Сиротские учреждения России: прошлое, настоящее и будущее // Философские науки. 2010. №5. С. 46-59; Костенко М.А. Эффекты институциональной инерции в реформировании российской системы защиты детства // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2014. Т.20. №3. С. 165-168; Щербакова А.Н. Деинституционализация сиротства в социологическом измерении: общероссийская и региональная специфика // Власть и управление на Востоке России. 2013. №2(63). С. 148-152.

⁵ Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории / Пер. с англ. под ред. В.С. Катькало, Н.П. Дроздовой. СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005; Шахматова Н.В. Институциональный ракурс моделей функционирования современных российских СМИ. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2016.

социальное движение»¹. Явлению «любительства» и теории новых медиа посвящены исследования Р. Мансэлла, Д. Маршалла, Э. Паулоса и С. Кузнецова, Н.В. Соколовой². В сборнике «Гражданская журналистика: глобальные перспективы» под редакцией С. Алана и Э. Торсена всестороннее анализируются проявления *гражданской журналистики*³, очевидно, проблематизирующие границы институциональной журналистики. Все эти социологические понятия в диссертационной работе сопоставляются с термином *деинституциональная журналистика*⁴, выделяются их общие и различные смыслы.

Проблемы СМИ в современную эпоху описаны в работах Е.Л. Вартановой, В.С. Виноградского, И.В. Зиновьева, А.Г. Качкаевой и С.Г. Корконосенко, Л.А. Кохановой, Л.Е. Кройчика, а также зарубежных исследователей М. Кастельса, С. Вэйсборда, А. Гюнтера и К. Кристена, С. Куинна, Б. МакНэйра, Дж.В. Павлика, Дж. Уатсона, Д.Х. Уивера⁵. У профессора Б. Зелизер целая серия

¹ Albert M. What makes alternative media alternative? // ZMagazine [electronic scientific journal]. 01.10.1997. URL: <http://zcomm.org/zmagazine/what-makes-alternative-media-alternative-by-michael-albert/>. (дата обращения: 22.06.2016); Atton Ch., Hamilton J.F. Alternative journalism. L.: Sage, 2008; Downing J. Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements. N.Y.: Sage, 2001.

² Соколова Н.В. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография. Самара: Самарский университет, 2009; Kuznetsov S., Paulos E. Rise of the Expert Amateur: DIY Projects, Communities, and Cultures // Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries. Reykjavik, 2010. P. 295-304; Marshall D. The new intertextual commodity // The new media book / Ed. by Harries D. L.: British Film Institute, 2002. P. 69-82.

³ Citizen journalism: Global perspectives / Ed. by S. Allan and E. Thorsen. N.Y.: Peter Lang Publishing, Inc., 2009.

⁴ Термин деинституциональная журналистика, обозначающий журналистику за пределами традиционных институтов журналистской профессии, во многом имеющий формальную структуру, раскрывается в работе через ряд содержательных понятий, в частности, через понятие «хорошо информированного гражданина» (А.Щюц). Однако понятие *журналистика хорошо информированного гражданина*, которое также используется, синонимично деинституциональной журналистике лишь частично, ее *внешнем* проявлении. Также частичное концептуальное пересечение может быть обнаружено и с понятием *гражданская журналистика*, подчеркивающим присутствие в такой журналистике *гражданского порыва*, желания самостоятельно производить и распространять информационный контент.

⁵ Вартанова Е.Л. чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. №5. С. 11-14; Виноградский В.С. Публицистический диалог – надежный ресурс публичности и эффективности современных средств массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т.4. №2. С. 183-193; Зиновьев И.В. Журналистика в информационном обществе: технологические итоги и творческие перспективы // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2012. №1(98). С. 14-20; Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А.Г. Качкаевой. М.: Аспект-пресс, 2010; Корконосенко С.Г. Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2009. №2. С. 31-50; Коханова Л.А., Кихтан В.В. Журналистика на пороге технического перевооружения // Акценты. Новое в массовой коммуникации / Под ред. В.В. Тулупова. Воронеж: 2003. С. 40-53; Кройчик Л.Е. Как вымирают жанры // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции (10-11 мая 2013 г.). Воронеж, 2013. Ч. 1. С. 36-37; Christen C.T., Gunther A.C. The influence of mass media and other culprits on the projection of personal opinion // Communication Research. 2003. №30 (4). P. 414-431; McNair B. News and Journalism in the UK (Communication and Society). L.: Routledge, 2009; Pavlic J.V. New Media Journalism // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Volume 1&2. /Ed. By William F. Eadie. Los Angeles, 2009. P. 643-651;

работ посвящена «кризису» журналистики. В частности, в работе «Понятия выбора: неочевидность, журналистика и кризис» она рассматривает технологические, политические, экономические, социальные изменения в журналистике, а также исследует, как институт журналистики может существовать в ситуации своей неочевидности¹. В сборнике «Как новые медиа изменили журналистику»² предлагается многостороннее, одновременно детализированное и концептуальное исследование актуальных процессов российской журналистики. Авторы сборника А. Амзин, В. Гатов, Н. Лосева ставят под сомнение сохранение «сакральности» журналистской профессии в современную эпоху, поднимают проблему конкуренции между профессиональными СМИ и новыми каналами распространения информации, говорят о «растворении» профессиональных СМИ в пространстве социальных сетей, а также употребляют термин «просьюмер»³ (Э. Тоффлер) или «постжурналист»⁴, иллюстрирующий актуальную трансформацию концептуального персонажа *хорошо информированного гражданина* (А. Шюц). В сборнике отмечается, что в эпоху жесткой конкуренции за аудиторию неизбежно размывание и нарушение (сознательное или неосознанное) ценностей и принципов журналистской профессии, которые ограничивают скорость, объем и эмоциональность коммуникации.

Авторы сборника, говоря о постепенном переходе к «постжурналистике» фиксируют актуальный процесс, но не поднимают проблему самой

Quinn S. Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting. N.Y.: Peter Lang, 2005; Watson J. Media communication: An introduction to theory and process. L.: Palgrave Macmillan, 2016; Weaver D.H., Beam R.A. and other. The American journalist in the 21st century: US news people at the dawn of a new millennium. L.: Taylor & Francis, 2006; Waisbord S. Watchdog journalism in South America: News, accountability, and democracy. N.Y.: Columbia University Press, 2000.

¹ Zelizer B. Terms of choice: uncertainty, journalism and crisis // Journal of communication. 2015. №65. P. 888-908.

² Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.

³ Гатов В. Будущее журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 246.

⁴ Об эре постжурналистики впервые написали представители направления феноменологии СМИ Д. Элтейд и Р. Сноу в своей работе «Медиамиры в эру постжурнализма», однако их трактовка значительно отличается от трактовки, представленной авторами описываемого сборника. Если Д. Элтейд и Р. Сноу, говоря о постжурналистике, имели в виду переход к более стандартизированным практикам и шаблонам, то в сборнике «Как новые медиа изменили журналистику» постжурналистика понимается как распространение практик «свободных журналистов» - блогеров и пользователей социальных сетей.

принадлежности производимого и дистрибутируемого цифрового сообщения к журналистике, проблему того, что делает «просьюмера» журналистом, отличает «постжурналистику» от множества сообщений, формирующих в сети «информационный шум». Активное развитие платформ, по словам авторов сборника, нивелирует ценность профессиональных СМИ: «"Передали по твиттеру", "читал статью в фейсбуке" – это обычные и обыденные формулировки, говорящие о том, что социальные медиа воспринимаются определенной – и немалой, если не сказать, доминирующей — частью аудитории как "сами по себе СМИ"»¹. Н. Лосева называет это движение органическим и естественным, отмечая, что профессиональные СМИ как уникальная сущность «растворяются во френдленте пользователя». У описанного процесса, в свою очередь, есть множество следствий, таких как «умирание длинного текста»² в его классическом понимании и трансформация его в мультимедийный «лонгрид»³, развитие видеожурналистики в интернете.

Объект исследования – современная российская журналистика как институт.

Предмет исследования – феномен деинституционализации современной российской журналистики.

Цель – социологический анализ «внутренних» и «внешних» проявлений деинституционализации российской журналистики.

Цель обеспечивалась решением следующих **задач**:

1. Осуществить теоретический анализ феномена деинституционализации в российской журналистике;
2. Сопоставить понятие *деинституционализации журналистики* с релевантными понятиями социологии СМИ и новых медиа;

¹ Лосева Н. Аудитория новых медиа // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 61.

² Revers M. The augmented news beat: special structuring in a Twitterized news ecosystem // Media, culture & society. 2015. 37(1), P. 3–18.

³ Галустян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 179.

3. Рассмотреть деинституциализацию российской журналистики как тенденцию в контексте актуальных социальных процессов;

4. Описать основные факторы, проявления и социальные последствия *внешней деинституциализации* российской журналистики;

5. Описать основные факторы и проявления *внутренней деинституциализации* российской журналистики;

6. Зафиксировать изменение степени доверия к институциональной и деинституциональной журналистике.

7. Провести различие между деинституциональной журналистикой и практикой повседневного общения в социальных сетях.

Гипотеза. Деинституциализация современной российской журналистики проходит под влиянием внутренних (лежащих внутри института) и внешних (лежащих вне института) факторов, причем, преимущественное давление оказывают внешние факторы.

Теоретико-методологической основой исследования является феноменологическая социология (А. Шюц), теория медицинской профессии К. Дернера (он вводит ключевое для работы понятие «деинституциализации»), теория институциализации П. Бергера и Т. Лукмана, исследования в области социологии профессии «Чикагской школы».

Методы научного исследования, применяемые в диссертации: глубинное интервью, свободное интервью и онлайн-интервью, качественный анализ документов.

Эмпирическая база исследования:

– Глубинные интервью с экспертами в области медиасферы и потребителями массовой информации, n=24, целевая выборка (06-12.2016).

– Качественный анализ документов, n=500, высказывания в профессиональных журналистских группах в социальной сети Facebook, n=12, авторские тексты (эссе) в сети интернет (01-06.2015).

– Свободные онлайн-интервью с очевидцами падения челябинского метеорита, n=26, целевая выборка (01-06.2016).

– Глубинные онлайн-интервью с профессиональными журналистами, когда-либо увольнявшимися по собственному желанию из соображений несогласия с редакционной политикой издания, n=30, целевая выборка 07-11.2016).

Научная новизна исследования.

1. Использовано понятие *существа дела* применительно к профессии журналиста.

2. Уточнено понятие деинституциализации применительно к журналистике.

3. Выявлены причины и проявления внешней деинституциализации журналистики.

4. Выявлены отличия деинституциональной журналистики от практик повседневного общения в социальных сетях.

5. Изучены социальные последствия внешней деинституциализации.

6. Выявлены принципы формирования доверия к источникам информации в ситуации деинституциализации журналистики.

7. Выявлены причины и проявления внутренней деинституциализации журналистики.

Положения, выносимые на защиту:

1. По мере своей исторической институциализации профессия, в том числе профессия журналиста, может входить в непростые отношения с изначальным *существом дела* (Э. Хьюз), с его этической и технологической стороной, порождая контринституциональные тенденции и поиск новых форм того же самого дела. *Существом дела* в профессии журналиста является производство и дистрибуция информационного *достоверного* контента. В России особую роль в институциализации профессии журналиста сыграло государство.

2. Своеобразие новых типов и технологий коммуникации, связи между создателем и потребителем журналистского контента в современном обществе проблематизирует значимость институциональной журналистики, а зависимость журналистики от политических и бизнес-элит создает опасность для сохранения *существа журналистского дела* как ядра профессии. Для концептуальной фиксации описанных явлений вводится термин «деинституциализация»,

означающий в работе процесс *демонополизации, деконструкции и децентрации* институционального порядка в сфере производства и дистрибуции социально значимой информации. Данный термин указывает на весь комплекс *объективных и субъективных* контринституциональных тенденций в журналистике.

3. Процесс внешней деинституциализации в журналистике, приведший к появлению *деинституциональной журналистики* (журналистики за пределами классических институтов журналистики) обусловлен социальными и технологическими факторами и раскрывается через понятие *хорошо информированного гражданина*. Этот чистый тип знания благодаря информационно-технологической революции превратился сегодня в реальную «креативную аудиторию» (М. Кастельс), которая активно ищет информацию, сравнивает источники для выработки собственной позиции, производит и распространяет социально значимый информационный контент, что создает ситуацию глобальной «парадигмы хаоса» (Б. МакНэйр) в коммуникациях.

4. Эмпирическое исследование выявило, что деинституциональную журналистику отличает от повседневных практик общения в социальных сетях притязание на потенциально неограниченную дистрибуцию значимого информационного контента. Такое притязание для деинституциональной журналистики является более важным, чем желание произвести новый контент.

5. Эмпирически зафиксировано, что социальным последствием внешней деинституциализации журналистики является конкуренция между институциональной и деинституциональной журналистикой. Представители институциональной журналистики признают потерю монополии на производство и дистрибуцию информационного контента, на формирование информационной картины мира. В попытке сохранить ее они меняют способы своего действия, заимствуя методы деинституциональной журналистики.

6. Доверие к институциональной журналистике снижается, что вызвано публикацией в СМИ «фактоидов», выполнением ею роли «пропагандиста». Деинституциональная журналистика была связана с ожиданиями доступа к достоверному контенту, однако эмпирически фиксируется ситуация

неоправдавшихся надежд на деинституционализацию журналистики, тотального недоверия ко всем видам журналистского контента. Среди выявленных принципов формирования доверия к тому или иному источнику – его репутация, а также «триангуляционный подход», построенный на верификации контента и анализе нескольких источников.

7. Внутренняя деинституционализация журналистики – это личный протест профессионального журналиста против институционального принуждения, возможный в ситуации либерализации общественной жизни, это желание руководствоваться *существом журналистского дела*. Внутренняя деинституционализация в России вызвана «обманутыми профессиональными ожиданиями» (Э. Хьюз), необходимостью работать в рамках госзаказа и интересов рекламодателей, необходимостью выполнять роль пропагандиста. Также она вызвана поколенческим конфликтом журналистов «старого», «среднего» и «молодого» поколения, возникающим в основном вокруг (не)учета требований информационно-технической революции. Протест может быть *скрытым* или *открытым*. Эмпирическое исследование выявило такие способы открытого протеста, как добровольный уход журналиста из редакции, публикация «острого», злободневного контента в обход редактора, публикация «вырезанных» фрагментов журналистского материала у себя на странице в социальной сети, переход из общественно-политических СМИ в развлекательные («профессиональная мимикрия»). Среди скрытых форм протеста – публикация цитат или интервью отдельных персон без стилистических правок, «молчаливый бойкот» конкретного ньюсмейкера, публикация контента в другом СМИ без указания авторства, передача части эксклюзивного контента конкурентам.

Теоретическая значимость состоит в том, что исследование вносит вклад в изучение современной российской журналистики. Для социологического анализа фундаментальных трансформаций в институте журналистики вводится понятие внешней и внутренней деинституционализации. Феномен деинституционализации российской журналистики описывается в работе всесторонне, в различных его

модификациях, с привлечением ресурсов современной социальной теории и на базе качественных методов анализа.

Практическая значимость. Результаты работы могут быть использованы в рамках вузовских курсов по социологии институтов и профессии, социологии коммуникации и журналистики, методологии социологических исследований; в области текущей аналитической экспертной работы в СМИ.

Соответствие паспорту специальности. Соответствует п. 5. «Трансформационные социально-стратификационные процессы современного российского общества. Основные пути формирования новой социальной структуры» и п. 21 «Роль социальных институтов в трансформации социальной структуры общества» паспорта специальности 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы».

Достоверность научных результатов достигается за счет использования теоретически и экспериментально обоснованной исследовательской методики, а также суммой полученных воспроизводимых результатов в серии эмпирических исследований, согласованных с данными отечественных и зарубежных исследований.

Апробация результатов исследования

По теме диссертационного исследования у автора 8 публикаций объемом 4,6 п.л., из них 5 статей в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ. Положения диссертации были обсуждены на вузовских, всероссийских и международных научных конференциях, в том числе на XXXVIII научной конференции молодых ученых и специалистов Самарского государственного университета (г. Самара, 15-19.04.2013), XLVI научной конференции преподавателей и сотрудников Самарского государственного университета (г. Самара, 17-19.04.2015), X всероссийских Ковалевских чтениях (г. Санкт-Петербург, 09-11.11.2015), XV международной научной конференции студентов и аспирантов «Спектр социального» (г. Москва, 08.04.2016), IX научно-практической конференции молодых ученых «Социальные коммуникации: профессиональные и повседневные практики» (г. Санкт-Петербург, 13-

14.05.2016). Работа победила в областном конкурсе «Молодой ученый-2015» министерства образования и науки Самарской области (г. Самара, диплом победителя от 06.07.2015).

Структура диссертации: работа состоит из введения, двух глав (каждая состоит из трех параграфов), заключения, списка использованных источников (201 наименование), приложений.

Глава 1. Теоретическое обоснование феномена деинституционализации в современной российской журналистике

1.1 Журналистика как социальный институт: социологические теории и ключевые понятия

Общие подходы к определению журналистики

Как отмечал основатель советской и современной российской теории журналистики Е.П. Прохоров, журналистика начинается там, где осознается различие массового и специального сознания, поскольку продукты журналистского труда «обращены к массовой (притом не только по количеству, но и по характеру) аудитории и затрагивают вопросы общественной жизни в широком и разнообразном спектре ее актуальных для массового сознания проблем и явлений»¹. В результате деятельности журналистов читатель, слушатель, зритель не просто получает необходимую ему информацию – у него создается панорама текущей жизни общества, образ современности в связи с ее прошлым и «намеком» на будущее.

Развитие журналистики связано не только с техническими, но и с масштабными социальными инновациями. По словам А.И. Черных, СМИ или масс-медиа – социальный институт, функция которого заключается в производстве и распространении *знаний* в самом широком смысле этого слова². Исследователь выделяет три основных характеристики СМИ как социального института: 1) СМИ – институционально-организационное единство, которое совмещает в себе характеристики социального института и их организационное оформление; 2) СМИ выполняют особую, *уникальную функцию создания информационного аналога общества* путем формирования определенной картины мира, а также освещения функционирования других социальных институтов; 3) СМИ за счет своей способности воздействовать на большие группы играют

¹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М: Аспект Пресс, 2009. С. 12.

² Черных А.И. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007. С. 19.

особую роль в современном политическом процессе¹. В отличие от других институтов, которые нацеливаются на позиционирование в информационном пространстве самих себя, СМИ ставят своей целью освещение функционирования всех остальных сторон общества в *публичном* пространстве, подразумевающим общественное обсуждение значимых проблем.

В данном исследовании понятия *СМИ* и *журналистика* будут рассматриваться как родственные (хоть и не тождественные), однако опорным будет являться термин *институт журналистики*. О различии терминов *СМИ* и *журналистика* пишет И.Д. Фомичева, отмечая, что СМИ – это один из видов массовой коммуникации, в то время как «рассмотрение нашего объекта как журналистики/журнализма — это медиацентристский взгляд. Он фокусируется на социальной природе, содержании данного вида деятельности, ее продуктах»². Таким образом, понятие *института журналистики* будет настраивать фокус не на организационное оформление современных масс-медиа, а на существо журналистского дела, на содержание журналистской профессии. Подчеркнем, что само понятие *журналистской профессии*, являясь дискуссионным, довольно активно используется отечественными социологами и исследователями медиа (А.И. Черных, И.Д. Фомичева, С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутина), хотя существует и другая точка зрения (Е.П. Прохоров, Н.Э. Шишкин), согласно которой журналистику следует считать совокупностью профессий – репортера, редактора, фотокорреспондента, важных для обеспечения всех ее составляющих.

Понимая институциональную/профессиональную журналистику как деятельность внутри института, в данной работе учитывается, что это деятельность, субъект которой берет на себя определенные социальные обязательства перед обществом, в частности, обязательство публиковать материалы, строго соответствующие критериям журналистского текста³. Как

¹ Там же. С. 20.

² Фомичева И.Д. СМИ среди средств социальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2012. №1. С. 69-70.

³ О существе журналистского дела как ядре журналистской профессии более подробно речь пойдет в следующих параграфах.

социальный институт¹ журналистика поддерживается работой профессиональных СМИ – редакций газет, журналов, радиостанций, телеканалов, интернет-изданий². На воспроизводство института работают нормативные документы, такие как закон «О средствах массовой информации» (от 27.12.1991), закон «Об авторском праве и смежных правах» (от 09.07.1993), а также надзорные органы, такие как Федеральное агентство по печати и массовых коммуникаций. Журналистика как профессиональная деятельность в России лицензируется Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям и поддерживается профессиональными организациями (такими как редакции и Союз журналистов России). На поддержание институциональной целостности журналистики работает система журналистского образования, представленная кафедрами и факультетами в высших учебных заведениях.

Развернуто функции современной журналистики представлены А.Н. Соколовой в работе «Развитие теоретических представлений о функциях журналистики»: это коммуникативная функция, функция повестки дня (обзорная), идеологическая, организационная, культуроформирующая, рекреативная, рекламная функции, а также функция форума (или канала социального участия)³. Следует обратить особое внимание на организационную функцию. Дж. Эди и Ш. Шидоу, описывая некоторые черты институциональной журналистики США, отмечают, что для нее характерны особые формы социального контроля и санкций. Хотя она и не имеет прямого физического контроля над аудиторией, она активно корректирует дисциплинарные механизмы, а также транслирует в общество примеры нормального и отклоняющегося

¹ В отечественной социологии лишь небольшое число авторов обращались к определению понятия *институт профессии*, поэтому в рамках данной диссертации будет употребляться понятие *социальный институт*. И.А. Задонская, аккумулируя различные подходы к понятию профессии, отмечает, что один из таких подходов – видение профессии как «института общества, сформировавшегося исторически на основе общественного разделения труда для обеспечения функционирования и развития профессиональных общностей и их взаимодействия на основе норм, стандартов, правил и образцов профессионального поведения» [Задонская И.А. Роль институтов профессии и образования в регуляции процесса профессионального самоопределения студенческой молодежи // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. №1(105). С. 174].

² Осипов Г.В., Кравченко А.И. Институциональная социология // Современная западная социология. Словарь. М.: Политиздат, 1990.

³ Соколова А.Н. Развитие теоретических представлений о функциях журналистики / диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2010. 159 с.

(порицаемого) поведения, которые, переходя в общество, служат укреплению института журналистики как источника социальной власти¹. Этот тезис современных исследователей коррелирует с идеями известного социолога, двукратного лауреата Пулитцеровской премии У. Липмана, который считает, что общество делегирует СМИ и их сотрудникам-журналистам часть гражданской автономии каждого отдельного члена общества². С этой общественной функцией журналистики В. Гатов связывает категорию доверия к СМИ со стороны граждан³, которые очевидно требуют от журналистов оправдания возложенных на них надежд.

Несмотря на разницу в фокусе зрения на основное предназначение журналистики (как на делегата гражданской автономии общества – У. Липман, или как на делегата государственной власти – А.И. Черных), российские исследователи называют ее главной характеристикой *социальную значимость*. В это понятие включается то, что журналистика имеет дело «с актуальными общественными интересами и задачами социального прогресса»⁴, она «обслуживает массовую аудиторию и социальные институты»⁵. А.И. Черных называет эту характеристику всеохватностью, говоря, что массовая коммуникация включает в себя все, что может быть релевантно для каждого индивида⁶. Патерсон и Вилкинс считают важной характеристикой журналистики *этичность*, так как ей необходимо не только быть достоверной, но и учитывать интересы всех сторон, включая интересы журналиста⁷. Применительно к классическим информационным жанрам журналистики можно назвать еще две ее характеристики – *актуальность* и *новизну*⁸. Однако они не схватывают многие

¹ Edy J.A., Snidow S.M. Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media's Challenge // Journal of Communication. 2011. Vol.61, 5. P. 817.

² Липман У. Общественное мнение. М: Ин-т фонда «Обществ. мнение», 2004.

³ Гатов В. Будущее журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 218.

⁴ Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 63.

⁵ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М: Аспект Пресс, 2009. С. 46.

⁶ Черных А.И. Медиаритуалы // Социологический журнал. 2012. №4. С. 112.

⁷ Patterson, P., Wilkins, L. Media Ethics: Issues and Cases, Latest Edition. Boston, MA: McGraw-Hill, 2004.

⁸ Ворошилов В.В. Журналистика. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. С. 62.

формы и жанры существования журналистских материалов, такие как эссе, колонка, комментарий, «лонгрид», а также большой пласт современной сервильной и развлекательной журналистики.

Подводный камень такого подхода к характеристикам журналистики кроется в мерцании границ понятия *социальная значимость*. В действительности постмодерна его границы все больше размываются, и взгляд на тот или иной журналистский материал все чаще не позволяет однозначно ответить, является ли он социально значимым или нет. В этой связи современные исследователи ищут иные подходы к определению сущности журналистики, которые бы схватывали ее новые формы и проявления. Так, М.В. Загидуллина, ориентируясь на современные повороты общественной жизни, выделяет пять основных проявлений журналистики в новой технологичной среде. Первое – журналистика дает знание о событиях, процессах, явлениях и позволяет сделать *первичный анализ* исторического момента. Второе – журналистика является «авангардом массового сознания», «лидером общественных мнений», то есть связана с *предпочтительными траекториями развития общественных мыслей*. Третье – журналистика как репрезентация мысли не обязательно подразумевает упаковку смыслов в словесные формы. Журналистский текст *конвергентен* и может быть оформлен в звук, видео, рисунок, фотографию, инфографику. Четвертое – интертекстуальность журналистики, возникшая как пересечение нескольких материалов, сменяется *референциальностью*, связанной с узнаванием культурного знака в новом социальном контексте. Пятый, сущностный момент заключается в том, что журналистика подразумевает *диалектику фактов и мнений*¹.

Новые профессии могут вырастать из технологических открытий или изменений в самом обществе. В глобальном плане предпосылки к появлению журналистики (в ее институциональном проявлении) часто связывают с конкретным событием – появлением печатного станка Гуттенберга – однако

¹ Загидуллина М.В. Журнализм и вызовы современных технологий: NET-мышление как новый виток развития человеческих способностей // Вестник Челябинского государственного университета. №5(360). Филология. Искусствоведение. 2015. Вып.94. С. 20-25.

формирование журналистской профессии, особенно в России, началось скорее с развитием новых социальных техник и требований в эпоху Просвещения.

Исследований процессов институционализации журналистики в современной российской науке практически нет. Это значительно затрудняет схватывание момента ее полной институционализации и отношения ее актуального состояния к тем изначальным смыслам журналистского дела, которые и породили журналистику как профессию. Отчасти данному процессу посвящена статья Е.В. Суслова¹, однако исследователь перечисляет этапы институционализации лишь тезисно. По его мнению, институционализация журналистики подразумевает организационно-правовую, социально-политическую и профессиональную коррекцию деятельности СМИ.

Все определения журналистики, подчеркивающие ее функции, апеллирующие к журналистскому тексту, проблематизирующие категорию социальной значимости или говорящие о журналистике как технологии, являются лишь предварительными и общими, очерчивающими объектное поле диссертационного исследования. Они позволяют понять, что большая часть контринституциональных процессов в журналистике обусловлена совершенно объективными глобальными факторами, связанными с информационно-технологической революцией² (М. Кастельс), но часть их связана с некоторыми «субъективными», локальными российскими факторами: связью института журналистики и института власти, тенденциями в редакционной политике ведущих СМИ, состоянием профессиональной этики. Радикальные изменения в профессии журналиста в ее привычном институциональном оформлении порождают разные точки зрения на перспективы профессии, на ее «смерть» или новые формы жизни, на то, кого и почему можно считать журналистом. Данные точки зрения будут рассмотрены в этой главе, также будет предложено понятие деинституционализации.

¹ Сулов Е.В. Институционализация гражданской журналистики как условие становления гражданского общества // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. Т.151. №5-1. С. 65.

² Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

Обратимся к социологическим теориям профессии, которые не только выявляют «объективные» функции социального института в институциональной структуре общества, как в структурном функционализме¹, но раскрывают «человеческое измерение» института, его интерсубъективный и исторический характер. Подчеркнем, что у данного исследования нет задачи исторической реконструкции социологической теории профессии, поэтому в методологических целях рассмотрены лишь две социологические теории институционализации: предложенные в феноменологической социологии П. Бергера и Т. Лукмана и в социологии профессии Э.Ч. Хьюза. Данные теории, имеющие ряд близких концептуализаций, соответствуют основной проблеме и исследовательским задачам диссертации, согласуются с методологической платформой диссертационного исследования (феноменологической), позволяют увидеть институты не как нечто застывшее, объективное и систематическое, а как процессуальность, практики форматирования и переформатирования, комплекс разнообразных позитивных и негативных тенденций.

Феноменологический подход к изучению социальных институтов и институционализации

В современных работах по социологии СМИ и журналистики методологическим основанием часто является теория структуризации Э. Гидденса, рассматривающая фундаментальным элементом социальной теории связь структуры и действия. По мнению Э. Гидденса, структура существует в момент ее опредмечивания в действии², в то время как действие обретает смысл только в рамках структуры. Применительно к журналистике этот подход действительно оправдан, так как он позволяет полностью охватить и институциональную сущность журналистики, и ее содержательный аспект как профессиональной деятельности. В то же время, такой подход мешает взглянуть на вызовы, с

¹ По определению Т. Парсонса (с точки зрения структурно-функционалистского подхода) Парсонса социальные институты - особым образом организованные «узлы», «связки» социальных отношений, это особые ценностно-нормативные комплексы, которые регулируют поведение индивидов и образуют статусно-ролевую структуру. Социальные институты призваны обеспечивать социальный порядок в обществе, его стабильность и интеграцию [Parsons T. *Essays in Sociological Theory*. L.: Collier-Macmillan, Ltd., 1964. P. 231-232].

² Giddens A. *Constitution of society*. Cambridge: Cambridge University press, 1984. P. 37.

которыми сталкивается современная журналистика, на опасность изменения или, возможно, частичного разрушения ее структуры за счет лавинообразных процессов, происходящих в социальной реальности, ведь, по Э. Гидденсу, изменение структур происходит скорее под воздействием повседневных рутинных практик, через «рефлексивную саморегуляцию» и «информационное отфильтровывание»¹ самими действующими субъектами. Поэтому в данной диссертации методологическим основанием будет служить другой корпус работ, более широко исследующих изменение институциональных границ, описывающих возможность их «устаревания» и расхождения с практиками, которые все дальше отдаляются от сконструированных рамок институтов.

Питер Бергер и Томас Лукман в парадигмальной для феноменологической социологии работе «Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания» рассматривают институт как продукт непрерывного повседневного intersubjectivного производства или процесса институционализации. Институционализация, по Бергеру и Лукману, является аспектом социального конструирования общего социального мира, процесса, который складывается из трех основных этапов. На первом этапе возникает потребность в *экстернализации* – деятельности, в ходе которой социальная реальность конструируется и становится значимой. Как известно, экстернализацию авторы обосновывают не феноменологически, а натуралистически, ссылкой на человеческую природу, которая в силу своей нестабильности нуждается в постоянной экстернализации себя в деятельности. Это антропологическое допущение Бергера и Лукмана позже часто критиковалось феноменологами, но здесь не место обсуждать данную проблему. Экстернализированные продукты человеческой деятельности приобретают далее характер объективности, что социологи называют процессом *объективации*. Объективированный мир усваивается индивидами (каждого нового поколения) в ходе процесса *интернализации*. Непрерывная диалектика всех трех связанных

¹ Керимова Л.М., Керимов Т.Х. Теория структуризации Э. Гидденса: методологические аспекты // Социологические исследования. 1997. №3. С. 43.

друг с другом перечисленных моментов составляет суть общего онтологического механизма конструирования социальной реальности.

Чтобы передать причины возникновения и транслирования социального порядка, Бергер и Лукман формулируют свою теорию институционализации. Институционализация также предполагает три этапа. Первый этап – *хабитуализация* человеческой деятельности, помогающая экономить ресурсы и постоянно воспроизводить социальный порядок, поддерживая его онтологический статус. Следующий этап – важное следствие *хабитуализации* – «взаимная типизация опривыченных действий деятелями разного рода»¹ и самих деятелей. Типизация создает способность к социальному проектированию будущей деятельности и ограничению выборов действий. На этапе типизации деятельность приобретает условно объективный статус, полноценная институционализация здесь еще не состоялась, но она уже присутствует, как пишут социологи, «*in nucleo*»²: «Любая такая типизация есть институт»³.

Институт, по Бергеру и Лукману, будучи проявлением коллективности, определяет набор ролей и видов деятельности для каждого индивида. Для него характерны *контроль* и *историчность*. Контроль вытекает из самой сути распределения ролей, для которых необходимо постоянное поддержание принципов института. Историчность, в свою очередь, подразумевает невозможность мыслить институт в урезанном моменте времени – для понимания его механизмов необходимо длительное хронологическое развитие: «институты всегда имеют историю, продуктом которой они являются»⁴.

Важным для данной работы видится описание Бергером и Лукманом границ институционализации. Исследователи приводят несколько факторов возможного изменения границ института, первые два из которых связаны с субъективным изменением его релевантности. Оно может произойти из-за того, что часть

¹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995. С. 38.

² Там же. С. 40.

³ Там же. С. 38.

⁴ Там же. С. 39.

индивидов начинают заниматься деятельностью, непосредственно не связанной с основными функциями института (социальное распределение деятельности), или же из-за того, что определенной группе внутри института предписывается следование узко очерченной роли (социальное распределение знания). Со сменой поколений новые смыслы объективизируются и создают собственные конфигурации, отличные от общей логики существующих институтов.

Еще один фактор изменения границ института связан с необходимостью перманентного самовоспроизводства, которое происходит путем легитимации института «в глазах» следующего поколения. Это третий этап институционализации, без которого она не может считаться завершенной. Легитимация, согласно социологам-феноменологам, может иметь как когнитивный, разъясняющий аспект, так и нормативный, предписывающий. Одним из способов легитимации института, является, в частности, создание символических универсумов, описывающих миропорядок и включающих в него индивида с его жизнью и смертью. Проблема в том, что с ростом институтов способы и пути их самовоспроизводства также усложняются, могут становиться все более «экспертными»: «Возрастающее число и сложность подуниверсумов делают их все более недоступными для понимания неспециалистов. Они становятся эзотерическими анклавами, “герметически закрытыми” (в том смысле, что ассоциируются главным образом с герметичной системой тайного знания) для всех, кроме посвященных в эти тайны»¹. Процесс самовоспроизводства института может серьезно отстать от темпов изменения его реальной деятельности, а при тотальном отставании – войти с ней в конфликт, вплоть до полной потери релевантности института.

Крайне важны следующие тезисы Бергера и Лукмана о легитимации институционального порядка: поскольку реальность института является исторической и наследуется новым поколением не как индивидуальная память, а как традиция, она всегда передается «через вторые руки». При этом

¹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995.

«первоначальный смысл институтов недоступен их пониманию [новым поколениям – прим. авт.] в терминах памяти. Поэтому теперь необходимо истолковать им этот смысл в различных формулах легитимации», так создается «завеса легитимации»¹. В этой цитате присутствует выражение «первоначальный смысл институтов». Этот «первоначальный смысл», о котором идет речь в социологии Э. Хьюза, является фундаментальным «содержанием» профессии, тем содержанием, которое его агенты пытаются пронести через всю историю ее институциональных изменений. Именно здесь, в столкновении между «изначальными смыслами», в нашем случае профессии журналиста и ее новыми разнообразными версиями, возникает один из факторов деинституциализации.

Интересно, что у Бергера и Лукмана есть не только термин институциализация, но и *деинституционализация* [вариант написания Бергера и Лукмана]². Но у них он исключительно негативен и употребляется эпизодически для обозначении сфер социальной жизни, в которых границы институциализированных действий уменьшаются. Со ссылкой на немецкого философа и социолога А. Гелена Бергер и Лукман указывают на частную сферу, появляющуюся в современной индустриальном обществе, то есть на возврат к частным *интересам* (Гелен говорил об инстинктах), вступающим в противоречие с требованиями институтов (запретов и норм)³. Нарастание числа подобных частных случаев рано или поздно может привести к разрушению институционального порядка. Совершенно очевидно, что концептуальный потенциал термина *деинституционализация* здесь далеко не исчерпан, но само его появление в контексте феноменологической социологии весьма симптоматично. Оно говорит об обратимости и подвижности любого институционального порядка, несмотря на всю его «сконструированную объективность»⁴. Происходит это в том числе тогда, как будет показано в дальнейшем, когда институт

¹ Там же. С. 43.

² Там же. С. 56.

³ Гелен А. О систематике антропологии // Проблема человека в западной философии / Пер, сост. П.С. Гуревича, общ. ред. Ю.Н. Попова. М.: Прогресс, 1988. С. 151-201.

⁴ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995. С. 42.

становится слишком сложной структурой, которая за счет громоздкой системы самовоспроизводства и опосредований теряет свою релевантность.

«Изготовление профессии»: социология Э. Хьюза и понятие *существа журналистского дела*

Оригинальную, но еще мало освоенную и тем более применяемую в отечественной науке версию возникновения профессии предложил классик «чикагской школы» социологии Э. Хьюз. Среди первых работ, анализирующих наследие Хьюза, в особенности в связи с его теорией профессии можно назвать работы Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова¹, В.Г. Николаева². Следует также назвать посвященные профессии диссертации Е.А. Бояринцевой³, Н.И. Михайловой⁴, в которых была также привлечена теория Хьюза.

Теория Хьюза вводит ряд ключевых понятий, открывающих доступ к анализу внутреннего драматизма, который исторически сопровождал существование профессий и который свойственен сегодня многим социально значимым профессиям, таким как профессия журналиста. Продуктивность концепции Хьюза связана с историческим и динамическим видением профессии, с различием ее формы и содержания (и возможными непростыми отношениями между ними), с допущениями принципиальных сущностных искажений на пути институциональных трансформаций профессии.

Путь профессионализации (возникновения профессии), согласно Хьюзу, – это путь превращения *занятия*. *Занятие* – основа профессии, именно на занятии основываются *эзотерические* услуги, которые предоставляет профессионал, субъект занятия⁵. По своей сути занятие – практика, которая базируется на

¹ Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Мир профессий как поле антропологических исследований // Этнографическое обозрение. 2008. №5. С. 3-17.

² Николаев В.Г. Из социологического наследия Эверетта Черрингтона Хьюза: предисловие к публикации // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология. Реферативный журнал. 2003. №4. С. 111-113.

³ Бояринцева Е.А. Профессиональный потенциал в условиях информатизации российского общества / диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 2011.

⁴ Михайлова Н.И. Московский книготорговец: специфика профессиональной роли // диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Московский гуманитарный университет. М., 2005.

⁵ Хьюз Э. Профессии // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. С. 31.

определенной отрасли *знания*, к которой члены общества причастны благодаря долгой учебе и/или включению в систему наставничества, а также получения опыта от тех, кто уже занимается данным занятием. Применение знаний во время следования занятию становятся основой *мастерства*.

Профессию формирует *обещание* профессионала лучше других знать природу вещей, а также претензия на исключительное право практиковать те занятия, которые эксперт обязуется знать. Обещание предоставляет профессионалу своего рода *лицензию* заниматься деятельностью и иметь в ней определенную свободу маневра. Принимая на себя обязанность быть экспертом, профессионал требует *мандат доверия* к своим действиям и советам. По Хьюзу, этот мандат также проистекает из притязаний на эзотерическое знание и высокое мастерство¹.

С учетом всех этапов превращения *занятия* в *профессию*, определение профессии может звучать следующим образом – это деятельность субъекта, которая сопровождается его обещанием руководствоваться в своих занятиях эзотерическим знанием, а также связанный с этим обещанием общественный договор на получение определенного мандата доверия.

Для поддержания основных характеристик профессии необходима глубокая пожизненная приверженность своему занятию и коллективная солидарность с другими представителями профессии, а значит, формирование *социальной группы* с собственным этосом. Кроме того, профессионализация подразумевает отстраненность, личную незаинтересованность в частных ситуациях и, в связи с этим, отделение социальной группы профессионалов от группы любителей. Профессионал дает обещание быть причастным ко всем ситуациям подобного типа, независимо от того, есть в этом его личная заинтересованность или нет.

Профессионализация также подразумевает постоянное изменение статуса *занятия* относительно своего прошлого и прошлого других людей. Это постоянное движение в сторону большей независимости, более высокого статуса, более четкое разделение между профессионалами и непрофессионалами, а также

¹ Там же. С. 33.

приращение экспертного, эзотерического знания, в том числе через университетское образование. В частности, исторически в системе российской журналистики образование развивалось от ученичества на рабочем месте (до начала XX века), через профессиональные курсы (первые два десятилетия XX века) к возникновению журналистского образования в вузах (с 20-х гг. XX века)¹, которое развивается на социологических, филологических и непосредственно журналистских факультетах в современной России.

Еще один аспект профессионализации связан с деятельностью внутри учреждений. Хотя истинный профессионализм, согласно Э. Хьюзу, характеризуется протестом против организаций (которые в результате взаимодействия внутри профессиональной группы приобретают собственные правила, нормы, этику), поддержание всех аспектов профессии в условиях постоянно изменяющегося общества вне организованной группы невозможно².

Спроецируем тезисы Хьюза на профессию журналиста. Российская журналистика, появившись как практика публичных переписок³, в течение нескольких веков институционализировалась, создавая вокруг себя нормы, этические кодексы и другие механизмы собственного воспроизводства. Исторический путь институционализации журналистики одновременно являлся путем профессионализации журналистского *занятия*, превращения его в профессию. Профессионализация журналистики в России связана с обладанием отдельными акторами определенных технических средств, не доступных другим акторам, непрофессионалам. Формально организации (журналы) начали формироваться вокруг издателей, которые имели эксклюзивный доступ к типографии, то есть к возможности опубликовать продукт совместного журналистского творчества. Издатели занимали высокое положение в обществе, и

¹ Фатеева И. А. Журналистское образование в России: теория, история, современная практика: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2008. С. 14.

² Применимость данного тезиса к российской модели развития профессий ставится исследователями-соотечественниками под сомнение. *Автономия профессионала* как основа профессии широко распространена в англо-саксонских объяснительных моделях, однако, как считает В.Н. Ярская-Смирнова, в России профессии никогда не были автономными. Хотя они и были вовлечены в процессы социальных трансформаций, их деятельность всегда регламентировалась властью.

³ Первая рукописная и даже первая печатная газета появились гораздо раньше, но их выход не является достаточным основанием говорить о профессионализации журналистики в России.

контакт с ними также был показателем престижа, что способствовало формированию вокруг них профессиональных групп, которые включали в себя редакторов, журналистов и самих издателей.

Интересен факт, что исторически первой в российской журналистике закрепились профессии редактора (которая, в то же время, соединяла в себе журналистскую и непосредственно редакторскую деятельность). А первый профессиональный контракт был заключен между В.Г. Белинским и издателем журнала «Отечественные записки» А.А. Краевским. Белинский должен был писать для журнала не менее 40 листов за год и читать рукописи других «внештатных» авторов, за это ему назначалось годовое жалование в размере 1000 рублей¹. Это первый в российской журналистике пример создания *должности*.

В теории Хьюза понятие *должности* занимает свое концептуальное место. В нем сходятся смыслы понятий института и профессии как результатов единого процесса профессионализации и институционализации (той или иной профессии), точно также как в его понятии института совмещены «элемент *учреждения* и элемент коллективного *поведения*... так что сама форма, принимаемая коллективным поведением, являет собой нечто социально установленное»² [курсив автора]. Должность, по Хьюзу, – это стандартизированная группа обязанностей и привилегий, вручаемых персоне в некоторых ситуациях, это определенный институциональный *статус*, который приобретает профессионал, становясь частью организации. *Институциональную логику*, т.е. набор правил, норм, этическое наполнение организации профессионал «познает», вступая в должность, практикуя профессиональную деятельность на рабочем месте, выполняя предписания организации. Понятие должности исторично: набор обязанностей, которые она вручает профессионалу, меняется вместе с институтом. Как будет сказано позднее, это может вызвать снижение

¹ Накорякова К.М. Очерки по истории редактирования в России XVI–XIX вв. Опыт и проблемы. М.: ВК, 2004.

² Николаев В.Г. Экологический аспект в социологии Э.Ч. Хьюза // Личность. Культура. Общество. 2009. Вып.2. № 48–49. С. 37.

удовлетворенности профессионала своей профессией и должностью, чувство обманутых профессиональных *ожиданий* (Э. Хьюз)¹.

В очерке «Изготовление врача» Э. Хьюз развивает взгляд на профессию как *сложную* деятельность, то есть деятельность, состоящую из разных элементов и содержательно подвижную – как внутри себя, так и по отношению к сфере жизни, с которой эта профессия связана. «Частью того, что происходит в связи с важным аспектом жизни, в центр которого встроена некая профессия, например, медицинская, является постоянная сортировка и пересортировка соответствующих задач между многими видами людей – внутри профессии, в смежных профессиях и явно вне профессиональных рядов»². Внутри профессии есть свои субкультуры, вспомогательные и периферийные деятельности», есть свое распределение и перераспределение труда. Э. Хьюз пишет: «Постоянно обсуждается, какая работа в медицине кому принадлежит и какая ее часть является работой, привилегией и обязанностью врача»³, является ли, в частности, делом врача администрирование клиники? Однако при всей содержательной изменчивости и диверсификации любой социально значимой профессии, с точки зрения Хьюза, у нее все же есть ядро, которое называется *существом дела* (применительно к объекту исследования – *существом журналистского дела*).

Крайне важна в этой связи следующая мысль Хьюза: «Однако врачи обычно не обретают большого престижа, став администраторами; некоторые даже говорят, что после этого медики вообще больше не относятся к ним как к коллегам. При этом заметна тенденция к превращению вспомогательных деятельностей в ценимые самодовлеющие цели, вплоть до того, что они могут

¹ Термин *обманутые профессиональные ожидания* выведен из работ Э. Хьюза, в которых он, с одной стороны, говорит, что деятельность профессионала в рамках должности установлена не только *институциональной логикой*, но и *социальными ожиданиями* общества. С другой стороны, Э. Хьюз пишет, что и у самого профессионала, приходящего в должность, есть определенные *ожидания*, которые сам социолог не характеризует. Именно такого рода ожидания названы *профессиональными*.

² Хьюз Э. Изготовление врача: общая формулировка идей и проблем // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7. № 3. С. 318.

³ Там же. С. 319.

вставать на пути предполагаемой базовой деятельности, как, например, в школах и, поговаривают, в уходе за больными становится самоцелью дисциплина»¹.

Вот это «вставание на пути», то есть возникновение внутри профессии (по мере ее утверждения и развития в социуме) деятельностных и институциональных тенденций, которые затемняют или искажают ее изначальный смысл («базовую деятельность»), не дают ему полноценной реализации, предоставляет данному исследованию концептуальную возможность для раскрытия причин конфликта между *содержанием* профессии и ее новейшей институциональной *формой*. Подчеркнем еще раз, что Хьюз разграничивает понятие профессии, которая являет себя как деятельность, и понятие института, который являет себя как форма этой деятельности²: «институты – всего лишь формы, в которых протекает коллективное поведение и коллективное действие людей»³.

Сказанное касается многих профессий и журналистики в том числе. О схожих процессах в смежной с журналистикой сферой PR пишет И.А. Шелеп: «Можно сказать, что PR-профессия в России прошла значительный путь институционализации, и к настоящему времени сложилось положение, когда налицо существенное *расхождение* между тем, что *прокламируется* (PR как социальный институт, способствующий прежде всего налаживанию и гармонизации отношений), и *реальной* рыночной, манипулятивной, "продающей" *практикой* профессии»⁴ [курсив автора]. Социолог называет данное расхождение *губительным* для существования института PR, особенно для преподавания основ PR в вузах, и связывает его с двойственным характером PR-профессии: как рыночного института и как института гражданского общества. Не затрагивая

¹ Там же. С. 319.

² Хьюз Э. Изучение институтов // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. И пер. Николаев В.Г.; Отв. ред. Евременко Д.В. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 79.

³ Хьюз Э. Институциональная должность и персона // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. И пер. Николаев В.Г.; Отв. ред. Евременко Д.В. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 91.

⁴ Шелеп И.А. О двойственности институциональной природы профессии public relations // Личность. Культура. Общество. 2010. Т. XII. №3 (57-58). С. 261.

основы понятия института профессии, исследователь описывает те же новейшие институциональные изменения, которые сейчас происходят с российской журналистикой.

Для журналистики подобное новейшее формально-институциональное «насилие» над «базовой деятельностью», «сутью работы» исторически связано с усложнением структуры профессиональных организаций в эпоху капитализма, которое описывает Т.Х. Маршалл. Исследователь говорит, что организации делают связь профессионала и конечного потребителя услуги все более сложной и опосредованной (хотя вместе с тенденцией укрупнения организаций актуальна и тенденция индивидуализации, развитие частных практик)¹; сама связь профессионала и потребителя в эпоху позднего капитализма является частью других, более сложных связей.

В очерке «Изготовление врача» Хьюз высказывает важную мысль, которая, очевидно, может стать рабочей для данного исследования, в особенности для его эмпирической части. Американский антрополог вводит понятие *карьеры* и пишет, что «одной из сторон карьеры являются как раз эти переходы от одних взвесей, или комбинации деятельностей к другим. Хорошо известно, что этим переходам сопутствуют тревоги.... В любого рода карьерных траекториях имеются точки негативных и позитивных судьбоносных решений»². Хьюз имеет в виду, что внутренняя деятельностная подвижность профессии, вплоть до реверса основных и побочных видов деятельности, а также перегруппировка компонентов профессии в силу тех или иных требований времени и релевантных ему требований организаций, сопряжена с постоянной необходимостью для профессионалов совершать выбор в отношении «сути работы», которой они занимаются. Хьюз пишет, что на практике это означает чаще всего выбор ближайших коллег как «значимых других», на которых будет равняться профессионал после всех преобразований институциональной формы его

¹ Маршалл Т.Х. Новейшая история профессионализма в связи с социальной структурой и социальной политикой // Журнал исследований социальной политики. 2010. Т.8. №1. С. 105-124.

² Хьюз Э. Изготовление врача: общая формулировка идей и проблем // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т.7. №3. С. 324.

профессии. Этот выбор может реализовываться в самых разных конкретных поступках.

Для такой ситуации немецкий врач и философ Клаус Дернер вводит понятие *внутренней деинституционализации*¹, которое будет рассмотрено подробно в следующем параграфе и исследовано эмпирически. Здесь лишь кратко отметим, что это такой выбор профессионала, когда после институционального искажения «базовой деятельности» в силу тех или иных процессов, например, коммерциализации медицины, профессионал решает продолжать работать в учреждении, но не обращать внимания на его коммерческие и бюрократические интересы, а исходить в своей работе только из сути профессии, как он ее понимает. Для Деннера это *этическое* отношение профессионала к своему труду, имплицитно присущее профессии. Для Хьюза это вопросы Я-концепции, вопросы того, как видит себя человек в выбранной им профессии, как видит он «достоинство профессии», свою *профессиональную миссию (роль)*².

Таким образом, «базовую деятельность» профессии, в частности профессии журналиста, предполагающую определенный набор деятельностей, вкупе с имплицитным этическим отношением к «достоинству профессии» и ценностям, которые несет «суть работы» журналиста, является *существом журналистского дела*. Именно на *существо дела* ориентируется истинный профессионал, конструируя понимание *профессиональной миссии*. И когда профессиональная миссия входит в противоречие с требованиями должности, это есть ни что иное, как конфликт *существа дела* и логики существующего института.

Существо журналистского дела – понятие не только техническое, но и этическое, оно обозначает не только комплекс базовых видов журналистской работы, но и профессиональную этику, определенные моральные императивы. Как будет видно в эмпирической части исследования, ответы респондентов содержали и «технические», и этические мотивы объяснения своих

¹ Дернер К. Хороший врач. Учебник основной позиции врача / Пер. И.Я. Сапожниковой и Э.Л. Гушанского под ред. М.В. Козырева. М.: Алетей, 2006. С. 326.

² Хьюз Э. Институциональная должность и персона // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. И пер. Николаев В.Г.; Отв. ред. Евременко Д.В. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 86.

профессиональных решений в ситуациях, когда существо дела оказывалось под угрозой институционального искажения.

Особенности институционализации журналистской профессии в России

Теории Хьюза, Бергера и Лукмана дают конструктивистское, динамическое видение профессии, которая по мере институционализации может входить в непростые отношения с изначальным *существом дела*, с его этической или технологической стороной, порождая тем самым внутренние институциональные конфликты и поиск новых форм того же самого дела. Все это имеет отношение и к профессии журналиста в России, где развитие институциональной формы журналистского дела имеет свои очевидные особенности.

Профессия журналиста в России начала развиваться в духе позднего капитализма только начиная с конца XX века, так как на протяжении советского периода она была выведена за рамки мировой профессиональной общности и развивалась по пути глубокой зависимости от государства. Как отмечают Н.В. Ярская-Смирнова и Л.Н. Максимова: «Для реализации властных функций советскому государству требовалась развернутая командно-административная система, снабженная мощным аппаратом принуждения, направленного против инакомыслия. Пресса в этих условиях превратилась в подручного, стала составной частью системы, на десятилетия фактически выведя российский журналистский корпус за рамки мировой профессиональной общности¹. Так проявился *идеологический* аспект профессии журналиста, который Д. Эветтс считает нормативно-ценностной системой, необходимой для поддержания организации, и системой аргументов, оправдывающих власть и доминирование профессионалов². В процессе профессионализации все занятия неизбежно «обрастают» собственной идеологией и этикой.

По мнению Ч.Р. Миллса, монополизировав право на экспертизу, профессии становятся идеальным оружием привилегированной прослойки общества и

¹ Ярская-Смирнова В.Н., Максимова Л.Н. Российский контекст двух профессий: инженер и журналист // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2013. №1 (34). С. 136.

² Evetts J. The Sociological Analysis of Professionalism. Occupational Change in the Modern World // International sociology. 2003. Vol.18(2). P. 395-415.

государства¹. Идеология становится предметом своеобразной *сделки*: профессии способствуют государственному контролю за обществом, а государство поддерживает легализацию монополии профессий на оказание услуг. К этой *сделке* российская журналистика также подошла только к концу XX века – ранее большинство профессий были инкорпорированы в аппарат государства, поэтому их связь чаще всего носила жесткий иерархический характер.

И здесь вскрывается одна из опорных точек развития журналистской профессии в России с конца XX века. Попытки сделать российскую журналистику автономной и независимой, делегировать ей часть гражданских прав и свобод (М. Кастельс) упускают из виду, что, будучи развитым институтом, включающим в себя огромное количество профессионалов, журналистика уже впитала в себя многолетний опыт взаимодействия с государством, которое сыграло значимую роль в формировании организаций, этических кодексов, системы образования, а также наработало богатый опыт использования СМИ для поддержания собственной легитимности и контроля над обществом. Как отмечает А.И. Черных: «На практике неизбежна ситуация, когда одни граждане (журналисты) выражают через массмедиа интересы других, обладающих ресурсами, позволяющими им получить доступ к средствам массовой информации, что означает неизбежность искажения точек зрения (мнений), существующих в обществе... Возникает реальное противоречие между свободой выбора, осуществляемой инвесторами и владельцами медийной собственности, различными группами давления, с одной стороны, и свободой выбора граждан, получающих информацию через ангажированные масс медиа, с другой»². Современный журналист, по мнению социолога, выступает не столько транслятором сообщений (информации), сколько создателем смыслов. Он не столько осуществляет контроль над властью, сколько тиражирует властные импульсы, убеждая общество в их истинности³.

¹ Миллс Ч.Р. Властвующая элита. М.: Директмедиа Паблишинг, 2007. С. 31.

² Черных А.И. Журналистика и публичная экспертиза // Социологический журнал. 2010. №4. С. 97.

³ Там же. С. 99.

Таким образом, построение принципиально новых моделей интеракции с государством, даже при учете попадания в профессию множества новых специалистов (ориентированных на *существо журналистского дела* и готовых развивать профессию с учетом требований *информационно-технической революции*), сильно осложняется использованием уже наработанной системы взаимодействия; опорой на сформированные ранее нормы и правила; пониманием технологий того, как государство может стать драйвером развития организаций (редакций). Это уже к началу XXI столетия привело к появлению у российских редакций новых контрактов на освещение деятельности власти, а затем и все большему подавлению властью журналистской автономии. В этом раскрывается зафиксированный в эмпирическом исследовании *поколенческий конфликт* журналистов «старой» школы, которые часто находятся наверху иерархии российских СМИ, и молодыми специалистами.

С. Пасти и К. Норденстренг считают, что современная журналистика в России характеризуется набором парадоксов, часть из которых связана с только что озвученной идеей. Первый парадокс кроется в ее сущности: журналистика в один и тот же период является «опасной профессией для искателей правды» и «модным», вызывающим интерес занятием¹. Вторым парадоксом лежит в состоянии рынка, который формирует профессию: с одной стороны, по объему рынка СМИ российская журналистика входит в десятку крупнейших, с другой – значимую часть региональных изданий по-прежнему занимают дотационные издания, аффилированные власти. Третий парадокс, вытекающий из второго – сочетание вектора коммерциализации и авторитарного давления власти на СМИ. Четвертый парадокс, также вытекающий из предыдущих – в упадке демократических ценностей и свободы СМИ с одной стороны, и удовлетворенности большинства журналистов своей работой – с другой². Большинство описанных парадоксов напрямую связаны с двойственной природой журналистики как профессии, которая долгое время развивалась в русле зависимости от государства, а затем

¹ *Pasti S., Nordenstreng K. Paradoxes of journalistic profession: case of Russia in the context of the BRICS countries // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2013. №3. С. 245.*

² Там же. С. 247.

предприняла попытку единомоментно перестроиться под «западную», позднекапиталистическую модель. В то же время, тезис об удовлетворенности большинством журналистов своей работой ставится в данной диссертации под сомнение. В эмпирической части данного исследования описаны результаты интервью с группой профессионалов, которые не удовлетворены давлением на них со стороны государства и изменением ситуации со свободой слова. Именно эти профессионалы формируют своего рода нелегитимную реальность института журналистики в России, которая, тем не менее, существует и способна разрастаться, изменяя сущность института изнутри.

Сейчас также проявляют себя *контринституциональные* процессы в российской журналистике, имеющие отношение к *существованию журналистского дела*, к созданию и дистрибуции журналистского контента. М.В. Загидуллина отмечает, что технологически обеспеченный доступ к платформам любого человека создает угрозу институциональной размытости и даже редукции журналистики как таковой: «журналистика рискует остаться "институтом для института" и потерять аудиторию, ради которой она и формировалась как социальный институт: аудитория уйдет за другими (внеинституциональными) акторами, сумевшими стать авангардом массового сознания»¹. Этой точки зрения придерживаются многие западные и российские исследователи, давая лишь разную временную оценку явлению. В. Гатов считает, что российские медиа уже во многом показали себя как «имитационный институт»². Констатируется, что уже упомянутая информационно-технологическая революция (М. Кастельс) дала абсолютную свободу пользователям, которые теперь могут не только с легкостью находить любую информацию, но и обращаться к источникам, которые созвучны с их личным мировоззрением, игнорируя те, которые входят с ним в диссонанс³. Наиболее востребованные аудиторией форматы общения не всегда могут

¹ Загидуллина М.В. Журнализм и вызовы современных технологий: NET-мышление как новый виток развития человеческих способностей // Вестник Челябинского государственного университета. №5(360). Филология. Искусствоведение. 2015. Вып. 94. С. 23.

² Гатов В. Будущее журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 217.

³ Murphy J. C., Auter P. J. The Politics of the Source: How the Credibility of a News Source Changes Based on the Political Perception of Blogs // American communication journal. – 2012. – № 14 (1). – P. 1-17.

существовать в рамках профессиональных СМИ, и это становится причиной активного развития неформальных площадок.

Под неформальными площадками в общем смысле можно понимать журналистику любителей¹, которая вносит свои коррективы в устойчивую традиционную, институциональную журналистику. По мнению Дж. Павлика, она меняет институт в четырех направлениях: 1) трансформирует сам способ журналистской работы; 2) реструктурирует журналистские организации и институции; 3) дает рост новым сущностным медийным формам; 4) приводит к обновлению отношений между журналистами, журналистскими организациями и связанными с ними социальными группами, главным образом, с аудиторией, источниками информации, регулируемыми государственными органами, инвесторами, конкурентами².

В некоторых работах фиксируется напряжение, которое создается притеснением институциональной журналистики новыми, внеинституциональными акторами. В уже упомянутой статье Дж. Эди и Ш. Шидоу, которая переводится как *«Производство новостей необходимо: как журналистика противостоит вызовам альтернативных средств массовой информации»* исследователи отмечают борьбу двух журналистик за обладание статусом социального регулятора-держателя социальной власти³, по аналогии с тем, как ряд других исследователей социальных институтов говорят об их конкуренции за время аудитории. На эту проблему обратили внимание и отечественные исследователи.

Как отмечает А.Е. Джазоян: «Возникший в интернете новый "вызов" для профессионалов заключается не только в том, что самообразовавшиеся

¹ В социологии СМИ есть термины, характеризующие такую журналистику: деятельность пресьюмеров (Э. Тоффлер), креативной аудитории (М. Кастельс), журналистика любителей (Н.В. Соколова), новые медиа, альтернативные медиа, гражданская журналистика. О соотношении всех этих понятий речь пойдет в п. 1.3.

² Pavlic J.V. New Media Journalism // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Volume 1&2. /Ed. By William F. Eadie. Los Angeles, 2009. P. 644.

³ Edy J.A., Snidow S.M. Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media's Challenge // Journal of Communication. 2011. Vol.61, 5. P. 816–834.

контролеры¹ делают это бесплатно, но и в том, что они используют другие каналы распространения, где отсутствует монополия традиционных СМИ»². Причем, этот процесс сопровождается потерей не только монополии СМИ на глобальную дистрибуцию контента, но и «статуса первоисточника»³ новостей. По словам Е.Р. Ярской-Смирновой и П.В. Романова, критическая дистанция по отношению к авторитетам, в частности, к авторитету профессии – это признак взросления общества⁴. Однако цена такой зрелости – ослабление уверенности и порядка, растущее чувство неустойчивости и риска⁵. Как результат, во время кризиса может оспариваться *мандат доверия* (Э. Хьюз) даже к наиболее уважаемым профессиям, к числу которых можно отнести и журналистику.

Наконец, один из главных вызовов журналистской профессии в России в том, что в пространстве интернета она сталкивается с необходимостью не только приобретать новые навыки и инструменты работы (чтобы окончательно не потерять монополию на создание информационного аналога общества, на формирование картины мира, глобальную дистрибуцию контента), но и делать это, сохраняя опору на *существо журналистского дела*, сохраняя себя как «журналистику», а не как пропаганду, агитацию или другие «нежурналистские» практики. Как отмечает С. Паранько, интернет переполнен дезинформацией и фактоидами, и современный пользователь вынужден сталкиваться с подменой понятий, с ситуацией, когда непроверенная информация выдается за факт, а достоверная утрируется или серьезно искажается: «Задача журналиста - научиться

¹ Автор также использует термин *инициативные блогеры*, имея в виду, что зачастую они направляют свою инициативу на контроль деятельности СМИ, выявление в них ошибок и неточностей.

² Джазоян А.Е. Иллюзия «пятой власти»: как социальные сети модернизируют журналистику // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. 2014. №2. С. 98.

³ Лосева Н. Аудитория новых медиа // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 78.

⁴ Ярская-Смирнова Е.Р., Романов П.В. Те самые профессии: шкалы престижа и рамки публичности // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. С. 11.

⁵ Dent M., Whitehead St. Configuring the «new» professional // Managing Professional Identities. Knowledge, performativity and the «new» professional / Ed. By M. Dent, St. Whitehead. L.: Routledge, 2002. P. 1.

распознавать подобные ситуации, проверять достоверность фактов и излагать их без искажений»¹.

Таким образом, своеобразие новых типов коммуникации, качественно новый характер связи между создателем и потребителем социально-значимой информации в условиях информационно-технологической революции (М. Кастельс) меняют не только форму, но и философию новостей, ставят под сомнение «элитарность» и значимость журналистской профессии.

1.2 О понятии деинституциализации журналистики

Деинституциализация: трансфер понятия

Для концептуальной фиксации описанных в предыдущем параграфе процессов целесообразно ввести термин *деинституциализация*, который поможет обобщить институциональные трансформации журналистики. Морфологически этот термин связан с «институциональным дискурсом» в социологии, однако предлагает новую перспективу для анализа проблем, возникающих в современном медиадискурсе.

Рассмотрим краткую историю термина *деинституциализация* и основания для его применения в контексте исследования современной российской журналистики. Также как термин *институциализация* был заимствован социологическими науками из юриспруденции, термин *деинституциализация* заимствован социологией из психиатрии. В контексте социальной истории психиатрии деинституциализация – это процесс отказа от психиатрической помощи в рамках институтов в пользу альтернативных методов лечения². В истории он имеет конкретное название – реформа Ф. Базальи, итальянского психиатра и автора работы «Демократичная психиатрия».

Термин *деинституциализация* часто применяется исследователями в области социальной работы. Как деинституциализацию они описывают процесс

¹ Паранько С. Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 15.

² Ястребов В.С. Организация психиатрической помощи: Исторический очерк // Руководство по психиатрии / Под ред. А.С. Тиганова. М.: ГЭОТАР-Медиа, 1999. Т.1. С. 335.

сокращения числа детских приютов и перевода детей на воспитание в альтернативные заведения или семьи¹. По словам Д.Б. Мартинеза, в 60-х годах XX века под влиянием деинституционализации в США были закрыты многие социальные учреждения-госпитали, и их пациенты вернулись в «большое» общество².

Как можно заметить, в сфере психиатрии и социальной работы обсуждаемый термин имеет отношение к механизмам власти и управления, к механизмам смены контроля над определенными категориями населения. Он обозначает осознанный процесс, инициируемый частью профессионального сообщества. Саму власть в нем можно трактовать двояко: в значении опеки над больными (социально-незащищенными слоями населения) и в значении осознанного и волевого слома традиционных основ психиатрической помощи.

Более широко основы деинституционализации психиатрии как социального института профессии описывает К. Дернер в работе «Гражданин и безумие: к социальной истории и научной социологии психиатрии». Как синонимы деинституционализации он использует понятия *дегоспитализации*, *деколонизации*, *эмансипации*. Деинституционализация у Деннера выступает в трех аспектах: как деколонизация непригодных к труду групп населения, как эмансипация природы и эмансипация неиндустриальной части мира. Общий смысл всех трех аспектов кроется в создании базы взаимопомощи тех, кто до сих пор эксплуатировался обществом³.

В работе «Хороший врач. Учебник основной позиции врача» Дернер раскрывает еще одну трактовку деинституционализации. Если ранее он говорил о *деинституционализации внешней*, влияющей на форму института, то теперь затрагивает тему *внутренней деинституционализации*: «Мое врачебное отношение и действия будут этически правомерными только в том случае, если я своей

¹ Володина Ю.А., Матяш Н.В., Сидорина М.С. Деинституционализация детей-сирот в открытом социокультурном пространстве. Монография. М.: Педагогическое общество России, 2012.

² Martinez D.B. Mental Health After Capitalism // ZMagazine [Electronic scientific journal]. 01.01.2003. URL: <https://zcomm.org/znetarticle/mental-health-after-capitalism-by-dawn-belkin-martinez/>. (дата обращения: 22.06.2016).

³ Дернер К. Гражданин и безумие. К социальной истории и научной социологии психиатрии / Пер. И.Я. Сапожниковой под ред. М.В. Уманской. М.: Алетея, 2006. С. 10.

внутренней установкой...буду стремиться к возвращению клинике ее первоначального смысла – врачевания – через внешнюю и внутреннюю деинституциализацию, пусть даже и с ущербом для самого заведения»¹. Такая позиция лежит в поле ответственности врача, от которого больной имеет право ожидать *помогающей любви*, и она в целом комплементарна позиции Э. Хьюза о возможном конфликте между профессиональной *миссией* и институциональной *должностью*.

Подобную трактовку термина развивают современные российские философы и социологи. В частности, В.Л. Лехциер рассматривает ее как осознанную позицию человека, работающего в той или иной организации и руководствующегося в своей деятельности самой «сутью дела», этическим смыслом профессии, а не той институциональной логикой организации, которая пытается подчинить себе практический разум и моральные принципы².

Таким образом, деинституциализация – это многогранное явление, которое проявляется на разных уровнях социальной жизни. Учитывая возможность временного неинституционального состояния профессии, вслед за М.В. Павенковой подчеркнем, что о деинституциализации можно говорить только тогда, когда протяженность периодов подобного состояния, а также количество частных случаев отклонения от институциональной логики нарастают. Также немаловажно заметить, что деинституциализация не означает отмену институционального порядка в той или иной области социальной жизни, не означает полного разрушения того или иного института, но означает процесс его *демонополизации, деконструкции и децентрации*³. Впрочем, рассмотрим общее и видовые понятия деинституциализации далее – уже в применении к журналистской профессии.

¹ Дернер К. Хороший врач. Учебник основной позиции врача / Пер. И.Я. Сапожниковой и Э.Л. Гушанского под ред. М.В. Козырева. М.: Алетейа, 2006. С. 326.

² Лехциер В.Л. Хороший врач, или Превратности децентрирования медицинского субъекта // Практизация философии: современные тенденции и стратегии. Т.2. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С.125-138.

³ Павенкова М.В. Институт и институциональность как социологические категории // Вестник СПбГУ. Серия 6. 2001. №3. С. 42-50.

Деинституциализация журналистики: общее понятие, внешние и внутренние проявления

Дадим определение понятию деинституциализации журналистики, удерживая его родовой смысл. Деинституциализация журналистики – это комплекс контринституциональных тенденций в журналистской профессии, возникающих в силу объективного эффекта новых технологий коммуникации и практического субъективного противостояния усиливающемуся доминированию *институциональной логики журналистских организаций над существом журналистского дела*. Контринституциональные тенденции имеют как негативный аспект (открытый и скрытый протест профессиональных журналистов против институционального принуждения, связанные с этим *обманутые профессиональные ожидания* и борьба журналистов за возможность следовать в своей работе *существу дела*), так и позитивный (собственно журналистская работа, согласующаяся с существом журналистского дела, но выведенная за пределы традиционного института).

Как и в работе К. Дернера в отношении профессии врача, в данной диссертации разделяется внешняя и внутренняя деинституциализация журналистики. *Внешняя деинституциализация* – это, применительно к теме исследования, *распространение журналистского контента вне профессиональных учреждений*, это объективный процесс, втягивающий профессиональное сообщество в совершенно новую информационную реальность, в том числе в новую конфигурацию отношений между «профессионалами» и «любителями». Он представляет собой глобальные изменения в институте журналистики, которые за счет своей масштабности становятся неконтролируемыми.

В эпоху развития институциональной журналистики в России для нее была релевантна однозначная оппозиция производителя и потребителя информации. Эпоха деинституциализации журналистики, напротив, характеризуется свободой доступа к созданию и дистрибуции журналистского контента. Подобную свободу можно объяснить разрушением иерархии «производитель-потребитель

информации» в связи с глобальным распространением возможностей интернета: в пространстве интернета субъектно-объектные связи заменяются субъектно-субъектными, грань между потребителем и производителем информации стирается. Можно сказать, что *деинституциональная журналистика* – это отчасти синоним *гражданской журналистики*, так как в ее основе лежит равнодушие, интерес и истинно «гражданский» посыл донести общественно-важную информацию до широкого круга людей¹.

О том, что в современной российской журналистике действительно имеют место процессы внешней деинституционализации, говорит такая симптоматика как потеря доверия части общества к журналистскому образованию и профессиональным СМИ, принятие профессиональными журналистами конкуренции с *просьюмерами* (Э. Тоффлер).

Внутренняя деинституционализация – это, в контексте данной работы, личный протест журналиста против институционального принуждения, специфическая форма профессиональной этики. Объяснение такого протеста есть в идеях антропологов профессии. По словам Э. Хьюза, с развитием профессии связанные с ней организации становятся все более сложными, а отношения с конечным получателем услуги – все более опосредованными. Профессионалы начинают работать с применением средств производства, которые им не принадлежат, не совсем понимая, кто конечный адресат их действий. Первая проблема, которая возникает в этой связи – проблема свободы, связанная с разграничением обязанностей внутри организации, с укреплением институциональных рамок, в которых вынужден работать профессионал. Вторая проблема – проблема власти, связанная с тем, что профессионал должен подчиняться руководителям, не всегда представляющим ту же профессию и часто действующих в русле экономической выгоды².

¹ Хотя эти термины кажутся синонимами, они различны. В частности, они по-разному определяют статус журналистов профессиональных СМИ. Более подробно этот аспект будет рассмотрен в следующем параграфе.

² Хьюз Э. Профессии // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. С. 42.

Суть этической коллизии профессионала в том, что, с одной стороны, приказы руководителей могут ограничивать возможность оказывать услугу должным образом или даже быть вредительскими по отношению к профессиональной деятельности. Это противоречит сути профессионализма, которая, по словам Т.Х. Маршалла, связана с благополучием клиента¹. С другой стороны, «профессиональная совесть»² или суперэго профессии, может формироваться только внутри группы. Профессионал обладает глубокой приверженностью к своей группе и своей организации, потому что один ее представитель не обладает необходимым багажом знаний и опыта, чтобы быть чувствительным ко всему спектру проблем и точек зрения, встречающихся в профессии.

Признаком внутренней деинституционализации журналистики в России может служить увольнение журналиста по собственному желанию из редакции (в особенности, увольнение сразу большой группы журналистов), публикация части «вырезанного» редакцией контента на своей странице в социальной сети или блоге, передача темы или готового материала другому изданию, отказ от работы над согласованной темой, публикация текста в обход руководителя (редактора).

Так как и институциональная, и деинституциональная журналистика являются собой постоянную интеракцию групп, представляется важным структурировать возможные типы их взаимоотношений. Институциональные СМИ могут использовать контент деинституциональных журналистов, когда в силу ограниченности временных и человеческих ресурсов они не успели самостоятельно запечатлеть и отследить важный информационный повод. Чаще всего это происходит во время спонтанных и незапланированных событий – природные катастрофы, чрезвычайные происшествия техногенного характера, криминальные происшествия. Институциональные СМИ в этом случае

¹ Маршалл Т.Х. Новейшая история профессионализма в связи с социальной структурой и социальной политикой // Журнал исследований социальной политики. 2010. Т.8. №1. С. 113.

² Хьюз Э. Профессии // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. С. 44.

заимствуют иллюстративный материал, сделанный случайными свидетелями, и используют его для создания собственного контента.

Деинституциональные журналисты используют материалы институциональных, когда в силу отсутствия профессиональных навыков или других факторов они не могут самостоятельно сформулировать выводы и найти причинные связи между явлениями. Здесь имеет место копирайт и рерайт журналистского контента в блогах, социальных сетях, его цитирование через «репосты» (практику «расшаривания»). Есть и зоны столкновения интересов, когда внеинституциональные акторы конкурируют с институциональными СМИ за аудиторию, постепенно «забирая» у них читателей, слушателей, зрителей.

В данной работе детально не рассматривается проблема возможного смещения идентичности профессиональных журналистов¹, хотя такой феномен действительно может иметь место. Профессионал, работающий в институциональном СМИ, может вести социальную сеть и позиционировать себя в ней как источник информации, то есть, проявлять свою «гражданственность» и в определенной мере действовать как деинституциональный журналист. Ни в одном из зафиксированных случаев не имело место смещение идентичности. Если вспомогательная роль журналиста-любителя не входит в конфликт с основной деятельностью профессионала внутри СМИ, она слабо влияет на его идентичность: отвечая на вопрос, как респонденты позиционируют себя в социальных сетях и блогах, они не забывали о том, что являются профессиональными журналистами, сотрудниками определенной редакции. А если эта вспомогательная роль возникает как протест против институциональной логики организации, в которой работает журналист, здесь уже идет речь не о смещении идентичности, а о внутренней деинституционализации, о желании профессионала действовать исходя из *существа журналистского дела* (Э. Хьюз) и своего рода реализации его стремлений в журналистской деятельности *вне* организации.

¹ Возможности для дальнейшего исследования смещения идентичности профессиональных журналистов открыло эмпирическое исследование, в рамках которого рассматривался вопрос *позиционирования* в блогах и социальных сетях.

Деинституциализация журналистики и теория медиа: соотношение понятий

Заметим, что применительно к журналистике термин деинституциализации встречается редко. Используют его по большей части западные социологи СМИ. Г. Чериан называет деинституциализацию журналистики реакцией на отсутствие внутренней демократии в большинстве СМИ¹. Ч. Аттон и Дж. Гамильтон отмечают, что это один из важнейших процессов в современных СМИ, наряду с декапитализацией и депрофессионализацией². Р. Пикард считает деинституциализацию наиболее важным изменением в производстве новостей, отрывом журналистики от структурных механизмов, которые значительно влияли на ее развитие в XX веке³. Он говорит, что этот процесс характеризуется растущим давлением на институциональные рамки и имеет своей целью «включить в профессию» непрофессионалов, которые регулярно создают и распространяют новости. Все это меняет профессиональную идентичность журналистов и отношение к ним в обществе.

Формально понятие *деинституциональной журналистики* пересекается с рядом других понятий из области социологии СМИ, что вскрывает ряд спорных и, безусловно, важных для данной работы моментов.

Практика применения терминов, описывающих процессы в современной журналистике, показывает, что они устанавливают различные фокусы исследования. Популярный термин *конвергентная журналистика* делает акцент на технологической части процесса, на изменении структуры профессии под влиянием интернета и современных средств коммуникации. В конечном счете этот термин является позитивистским, выводящим журналистику современности в ранг объективного явления.

¹ Cherian G. Contentious Journalism and the Internet: Towards Democratic Discourse in Malaysia and Singapore. Singapore: Singapore University Press, 2006. P. 89.

² Atton Ch., Hamilton J.F. Alternative journalism. L.: Sage, 2008. P. 119.

³ Picard R.G. The deinstitutionalization of journalism // The Media Business [Electronic resource]. 17.12.2014. URL: <http://themediabusiness.blogspot.de/2013/12/the-deinstitutionalization-of-journalism.html>. (дата обращения: 22.06.2016).

Стоит заметить, что исследователи медиаконвергенции, не обращаясь к социологическим экспликациям оснований данного процесса, говорят о тех же явлениях, что и исследователи внешнего аспекта деинституционализации. По словам М. Диза, конвергенция – это наведение мостов между потреблением и производством¹. В условиях медиаконвергенции между ними исчезают жесткие границы, а отношения между производителями и потребителями больше нельзя рассматривать также однозначно, как и раньше. По мнению Г. Дженкинса, корпоративная конвергенция сосуществует с конвергенцией потребительской. Если компании учатся продвигать медиаконтент и завоевывать новые потребительские рынки, то потребители учатся усиливать контроль над медиа через различные медиатехнологии². Е.Л. Вартанова называет конвергентную журналистику журналистикой слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс³. Безусловно, термин *конвергенция* проникает в сущность социального, но только в той мере, в которой социальная жизнь современного человека связана с современными технологиями, и в той мере, в которой человек использует технологические средства для создания информационного продукта.

Термин *новые медиа* также настраивает фокус, отличный от фокуса данной работы, но, одновременно с этим, он подчеркивает актуальность исследуемого контекста. Первопроходцем в анализе новых медиа является М. Маклюэн и его трактат «Понимание медиа: внешние расширения человека»⁴. Семантика новых медиа у М. Маклюэна подразумевает отрыв новой эры массовой информации от старой. Как отмечает Л. Манович со ссылкой на Маклюэна, новые медиа – значительный шаг вперед, это прыжок через пропасть, разделяющую старые принципы работы с медиаинформацией и новые⁵. Некоторые исследователи

¹ Deuze M. Convergence culture in the creative industries // International journal of cultural studies. 2007. Vol.10 (2). P. 246.

² Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide. N.Y.: University Press, 2006. P. 26.

³ Вартанова Е.Л. чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. № 5. С. 12.

⁴ Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М., Жуковский: Кучково поле, 2003.

⁵ Manovich L. New Media From Borges to HTML // The New Media Reader / Ed. by N. Wardrip-Fruin, N. Montfort. Cambridge: The MIT Press, 2003. P. 13-25.

анализируют новые медиа в русле более обширных социальных и культурных изменений. К примеру, А. Роса считает, что классические медиа проходят путь трансформации в новые медиа через изменение технологий, а также экономики, регулирования и социального распределения ролей в производстве и потреблении медиаконтента¹. Это то, что в данной диссертации описываются как внешние признаки деинституционализации журналистики (к слову, А. Роса для их описания вводит нехарактерный для социологии СМИ термин *индифференциации*).

Внешняя деинституционализация – процесс, *возможный* только в ситуации возникновения новых медиа, а деинституциональная журналистика – это, в определенной мере, и есть новые медиа. Новая медийность дает некую технологическую основу, без которой невозможно развитие новых социальных процессов и практик. Например: «Цифровые технологии сделали возможным "отчуждение" текстов или артефактов, так что любой "продукт", переведенный в цифровую форму, можно легко разместить в Сети... Раньше этот процесс осуществлялся главным образом специализированными институтами и профессионалами», – отмечает Н.В. Соколова в работе Web 2.0².

В то же время, в термине *новые медиа* нет того концептуального напряжения, которое присутствует в понятии *деинституциональная журналистика*, формально связанном с институциональным социологическим видением человеческой деятельности, но содержательно схватывающим альтернативный взгляд на нее. Таким образом, схожесть этих понятий состоит в том, что они делают объектом социологического исследования «журналистику за пределами...» (за пределами ее классического института, или, в понятиях исследователей *новых медиа*, за пределами старых, традиционных медиа), но в термине *де-институциональная журналистика* [подчеркнем дефисом отрицательную приставку «де»] дополнительно присутствует негация, оппонирование, противостояние старых и новых форм журналистики, которое не

¹ Rosa A. From mass communication to new media: a network perspective // Observatorio (OBS) Journal. 2012. Vol.6(3). P. 145-176.

² Соколова Н.В. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта. Монография. Самара: Самарский университет, 2009. С. 34.

схватывается формальным понятием *новые медиа* (которое, тем не менее, в контексте социологических исследований является актуальным и значимым).

Условно схожий с деинституциональной журналистикой смысл имеет и понятие *альтернативных медиа*, хотя в нем, как и в понятии *новые медиа*, нет дополнительных «отрицательных» смыслов, которые считаются в термине *деинституциональная журналистика*. Ч. Аттон говорит, что альтернативные медиа – это журналистика, которая делается не профессионалами, а внешними «мэйнстримовыми» медиа организациями¹. Ее создают члены общества, возможно, не имеющие журналистского образования, но имеющие активную гражданскую позицию. М. Альберт отмечает, что альтернативные медиа, в отличие от «мэйнстримовых медиа институтов»² не ставят своей целью, насколько это возможно, получение максимальной прибыли и привлечение максимального числа читателей. Они подрывают иерархические отношения в обществе, работают не столько ради сохранения себя, сколько ради продвижения глобального проекта по созданию новых способов организации медиа-ресурсов³.

Тема альтернативных медиа широко разработана современными зарубежными исследователями, среди которых уже упомянутые Ч. Аттон и М. Альберт, а также Дж. Даунинг, К. Родригез, М. Вальц⁴, однако наиболее фундаментальный анализ темы представлен известным исследователем Н. Хомским. Хомский называет альтернативными те СМИ, которые не поддерживают точку зрения властных структур. Его пять критериев альтернативности СМИ в определенном приближении можно считать критериями деинституциональной журналистики: форма собственности, источники финансирования и информации медиаресурса, а также идеология и особая форма

¹ Atton Ch., Hamilton J.F. *Alternative journalism*. L.: Sage, 2008.

² В отличие от Ч. Аттона, М. Альберт называет «мэйнстримовыми» популярные профессиональные СМИ, а не «альтернативные».

³ Albert M. What makes alternative media alternative? // ZMagazine [electronic scientific journal]. 01.10.1997. URL: <http://zcomm.org/zmagazine/what-makes-alternative-media-alternative-by-michael-albert/>. (дата обращения: 22.06.2016).

⁴ Downing J. Audiences and readers of alternative media: The absent lure of the virtually unknown // *Media, Culture and Society*. 2003. 25(5). P. 625-645; Rodriguez C. *Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media*. Cresskill: Hampton Press, 2001; Waltz M. *Alternative and activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.

лоббизма¹. Разница в том, что в современных условиях (работы Хомского хотя и являются фундаментальными, уже не в полной мере отражают реалии XXI века) деинституциональная журналистика может финансироваться через те же каналы, что и классические СМИ, у нее могут быть те же источники информации и та же идеология, выгодная заказчику – получается, что фильтры Н. Хомского в нынешних условиях «работают» далеко не всегда.

Как уже было сказано в прошлом параграфе, условно синонимичным понятию *деинституциональная журналистика* можно считать понятие *гражданская журналистика*. Однако в самом этот термине присутствует двойная редукция: с одной стороны, он разделяет граждан и профессиональных журналистов в обычном смысле этого слова (что соответствует смыслу деинституциональной журналистики как «журналистики за пределами...»), с другой стороны, он отказывает последним в статусе «граждан», в возможности следования профессиональных журналистов за *гражданским порывом*, что как минимум является не совсем верным методологически.

Отдаленно деинституционализация коррелирует и с постулатами теории *нового институционализма* (неоинституционализма). В экономической социологии неоинституционализм держится на тезисе, что в любой профессиональной деятельности имеют значение социальные институты, однако они могут трансформироваться под влиянием ряда факторов. Неоинституционализм вводит особый класс ограничений, обусловленных институциональной структурой общества. Она, в свою очередь, сужает поле индивидуального выбора и вводит поведенческие предпосылки – ограничение рациональности и оппортунистического поведения². Если в рамках старых институтов экономика действует неэффективно, это может служить предпосылкой для формирования новых социальных институтов.

¹ Chomsky N. Necessary Illusions: Thought Control In Democratic Societies. N.Y.: South End Press, 1989.

² Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории / Пер. с англ. под ред. В.С. Катькало, Н.П. Дроздовой. СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005.

Механизм возникновения новых институтов в целом схож с механизмом деинституционализации, а затем реинституционализации журналистики. И здесь не может не возникнуть вопрос: действительно ли в отношении российской журналистики стоит вести речь о деинституционализации? Не относятся ли описываемые процессы к формированию нового института? В данной работе высказывается точка зрения, что даже если новые институты структурно отличаются от старых и предъявляют более гибкие требования к нормативному и поведенческому наполнению, мыслить описываемые в диссертации процессы в рамках институциональной логики пока затруднительно. В обществе еще не сформированы процессы, которые бы работали на воспроизводство и поддержание структуры деинституциональной журналистики, ее существование по большей части хаотично. Подобное размытие границ мировой коммуникации Б. МакНейр включил в *парадигму хаоса* (chaos paradigm) – это актуальный подход, смещающий фокус от аналитических механизмов идеологического контроля и доминирования над коммуникацией к анархии и дезорганизации; это открытость и разнообразие коммуникации, которые пришли на смену закрытию, эксклюзивности и идеологической однородности¹. Нельзя игнорировать возможность того, что в итоге деинституционализация журналистики примет структурные формы и приведет к формированию новых институтов (хотя, например, Б. МакНейр считает турбулентный поток журналистской коммуникации исключительно нелинейной системой), но на данном этапе руководство подобной логикой неочевидно.

Второй спорный момент – зачем вводить термин *деинституционализация*, если он пересекается с терминами других исследователей?

Рассмотрим этот аспект более подробно, обратившись к содержанию терминов. Помимо того, что большинство конкурирующих понятий имеют оттенок технологического объективизма, все они содержательно более узкие, чем понятие деинституционализации. Альтернативные медиа (как и новые медиа, и в конечном счете, как и деинституционализация) – это термин, укореняющий

¹ McNair B. Cultural Chaos: journalism, news and power in a globalised world. L.: Routledge, 2006. P. 8.

дихтомию предмета исследования. В лат. «*alternatus*» – это *другой, иной*, в западных языках из этого понятия родился смысл «*потусторонний*». То есть, *альтернатива* подразумевает, что новый объект лежит в одной плоскости со старым не только топологически, но и хронологически. «*Новый*» в термине *новые медиа* также отсылает к выводу о смене поколений, появлении неких других ресурсов *наравне* с уже действующими.

Термин *деинституциализация*, безусловно, включает в себя смысл альтернативности и новых форм коммуникации, указание на *другую* журналистику, которая находится *за пределами* институтов. Но это деинституциализация только в *слабом* смысле. Тогда как в *сильном* смысле приставка «*де*» выражает негативность, конфликт, оппонирование деинституциональной журналистики институциональной.

Нельзя не упомянуть, что в традиции создания научных понятий, процесс изменения и деструкции, выраженный приставкой «*де-*», всегда оставляет надежду на обратный процесс, выражаемый приставкой «*ре-*». *Реинституциализация* сохраняет память об изменениях, происходящих с феноменом до настоящего момента, и говорит о том, что описываемые процессы начались после *деинституциализации*.

Западные исследователи называют процесс деинституциализации *регуманизацией* медиа. Регуманизация пришла после периода дегуманизации, характерной для активного развития институциональной журналистики в XX веке. Как и век назад, сейчас институциональные медиа ограничивают список тех, кто может говорить и быть услышанным. Институты делают невозможным взаимодействие между теми, кто выражает мысли, и теми, кто их слушает. Они крадут голоса у большинства и дают их избранным¹. В противоположность институциональной журналистике, деинституциональная дает голос любому, заново *гуманизируя* общение.

¹ The humanization of media? Social media and the reformation of communication // Keynote speech of prof. R.G. Picard to the Australia & New Zealand Communication Association 2014 [Электронный ресурс]. URL: http://www.robertpicard.net/files/Picard_Humanising_of_Media_Speech.pdf (дата обращения: 30.09.2016).

Понятие *регуманизации* наиболее близко к предложенному, однако оно сужает фокус с комплексного исследования процессов, происходящих с институтом (имеющим структуру и технологические компоненты), до сугубо феноменологического анализа социальных взаимоотношений, до описания того, что в данном исследовании называется *внешней* деинституционализацией, оставляя за фокусом исследовательского интереса весь спектр *внутренних* признаков деинституционализации.

Также близким по значению, но фокусирующимся на внешних контринституциональных процессах, является понятие *массовой самокоммуникации* М. Кастельса: «самостоятельно создаваемой (по контенту), самостоятельно направляемой (по распространению) и самостоятельно выбираемой (при получении) коммуникации многих со многими»¹. Этим термином социолог подчеркивает, наряду с существованием старых типов массовой коммуникации, «рост автономии коммуницирующих субъектов в отношении к коммуникационным корпорациям в силу того, что пользователи становятся как отправителями, так и получателями сообщений»². Понятие М. Кастельса *креативная аудитория*, значительная часть которой сама производит контент, конструируя смыслы в общественном сознании, во многом пересекается с понятием *хорошо информированного гражданина* А. Шюца и понятием *просьюмера* Э. Тоффлера – в том смысле, в котором оно в данной работе экстраполируется на действия журналистов-любителей, конкурирующих со СМИ, создающих ситуацию потенциальной журналистики всех для всех, или, в понятиях М. Кастельса, коммуникацию многих со многими. Преимущество описанных терминов перед популярными в современной социологической науке терминами *гражданская журналистика* и *альтернативные медиа* в том, что они «схватывают» мотив спонтанной профессионализации потребления информации, превращающей аудиторию из читателя в активного создателя новостей.

¹ Кастельс М. Власть коммуникации / Пер. Н.М. Тылевич под ред. А.И. Черных. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. С. 90.

² Там же. С. 21.

У М. Кастельса новая медиареальность не отменяет и не заменяет старую, но дополняет ее, создавая проблемную ситуацию демонополизации деятельности институциональных СМИ. То есть, как и в данной работе, известный испанский социолог говорит не о возникновении нового института, а о разрозненных практиках производства и дистрибуции информационного контента, которые по отношению к действующему институту являются контринституциональными.

Таким образом, термин *деинституционализация журналистики* позволяет не только зафиксировать новые процессы, связанных с конвергенцией, глобализацией и технологизацией СМИ, но и тематизировать их сущностную, смысловую сторону, наиболее релевантную для задачи социологического понимания (и, соответственно, для качественного социологического исследования). Кроме того, он имеет и концептуальное отношение к фундаментальному вектору изменений социальной структуры в ситуации постмодерна, о чем пойдет речь в следующем разделе параграфа.

1.3 Деинституционализация российской журналистики в контексте актуальных социальных процессов

Концептуализации деинституциональной журналистики: ризома, деятельность *хорошо информированного гражданина*

В контексте диссертации внешняя деинституционализация (связанная с информационно-технологической революцией, в терминах М. Кастельса) рассматривается как постмодернистское явление, возникновение которого объясняется структурными изменениями социальной жизни. Уход от модерна, попытка переосмыслить реальность приводят к разрушению структуры сложившихся институтов и явлений. В этом плане деинституционализацию журналистики можно описать при помощи целого комплекса релевантных понятий, который использует современная социальная философия – *номадизм*¹, *маргинальность*, *детерриториализация профессиональной деятельности* и

¹ Смирнов С.А., и др. Новые идентичности человека. Анализ и прогноз антропологических трендов. Новосибирск: Форсайт проект, 2013.

многие другие. Одним из наиболее симптоматичных понятий, которое включало бы в себя все вышеперечисленные смыслы, является известная философская метафора перехода от корневой системы структурированного модерна к *ризоме* неструктурированного постмодерна. В работе «Ризома» Ж. Делез и Ф. Гваттари объясняют, что ризома – это отсутствие иерархичных вертикальных связей. Это сеть, горизонтальное взаимодействие всех элементов друг с другом. Логика ризомы приходит на смену логике «дерева-корня», которое представляет собой строгое и логичное единство природного взаимодействия. «Мир утратил свой стержень, субъект не может больше создавать дихотомию, но он достигает более высокого единства – единства амбивалентности и сверхдетерминации — в измерении, всегда дополнительном к измерению собственного объекта»¹.

Делез и Гваттари формулируют несколько принципов ризомы. Принципы соединения и неоднородности заключаются в том, что каждая точка ризомы присоединяется к другой ее точке. Принцип множественности в том, что ризома не имеет дело с единством объекта или субъекта. В ней вообще нет ни объектов, ни субъектов, есть только растущие измерения, которые зависят от природы множества. Принцип а-означающего разрыва – ризому можно разорвать, но она все равно восстановится, ускользнет от разрыва по линиям детерриторизации. Еще два схожих принципа – принцип картографии и декалькомании. В отличие от логики дерева, которая склонна к калькированию, ризома не ответственна ни за структурную, ни за порождающую модель. Ризома – не калька, а карта, которая заново конституирует реальность, а не создает шаблоны. Ризоме чужда традиционная бинарная логика, логика взаимоотношения точек в системе координат, в ней есть только линии – линии сегментации, стратификации, детерриторизации, благодаря которым она всегда ускользает от разрушения.

В отличие от институциональной журналистики, имеющей строгую логику процессов, понятные нормы, правила и принципы деятельности, деинституциональная журналистика представляет собой совокупность элементов,

¹ Делез Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Тысяча плато / Пер. Я.И. Свирский. М.: У-Фактория, 2010. С. 56.

связанных друг с другом глобальной сетью-интернетом. Даже в случае выхода отдельных элементов из пространства сети (что допускается классической метафорой ризомы), они все равно возвращаются в нее в момент распространения контента, что сегодня невозможно без использования компьютерных сетей. Концептуальная метафора ризомы также применима к размышлениям о сужении дистанции между создателем и потребителем информации.

В журналистике процесс деинституционализации проявляется особенно явно, так как данная сфера, по распространенному мнению, не является узкопрофессиональной (как, например, психиатрия), и она крайне интересна большинству участников социальной жизни. «Журналистика – четвертая власть», – это высказывание сегодня подвергается обоснованной критике, однако в настоящий момент оно все еще актуально. Отсюда желание участников медийного дискурса влиять на процесс формирования новостей, участвовать в их создании. Более очевидным становится тот факт, что для создания новостей достаточно, используя термины создателя феноменологической социологии Альфреда Шюца, статуса *хорошо информированного гражданина* (а не *эксперта*)¹.

В работе «Хорошо информированный гражданин. Очерк о социальном распределении знания» А. Шюц формулирует теорию распределения знания, говоря о трех идеальных типах индивидов, различающихся по степени информированности в той или иной области – *человек с улицы*, *эксперт* и *хорошо информированный гражданин*.

Знание *эксперта* ясно и определено. Оно базируется на суждениях, но ограничено экспертной сферой. И здесь есть множество пересечений с позицией антропологов профессии, которые говорят о монополии профессий на специализированное, эзотерическое знание.

Человек с улицы – тип, который обладает сугубо практическими знаниями, не связанными между собой. Его знания – это книга рецептов о том, как при

¹ Шюц А. Смысловая структура повседневного мира. Очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003.

помощи типичных действий добиться предсказуемых результатов. *Человек с улицы* редко заинтересован тем, что не связано с его практическими целями. Но если он вдруг проявляет заинтересованность, то строит свои суждения на страсти и эмоциях, в результате чего они получаются сомнительны с точки зрения логики и легко опровержимы. От своих суждений *человек с улицы* откажется, если они начнут противоречить его стремлению быть счастливым.

Наиболее корректное наименование третьего типа – «*гражданин, который стремится быть информированным*»¹. Быть хорошо информированным – обладать обоснованным мнением в сферах, которые представляют для него интерес, хотя и не имеют отношения к его конечной цели. *Хорошо информированный гражданин* не стремится достичь уровня *эксперта*, он также не приемлет фундаментального безразличия, с которым живет *человек с улицы*. В работах антропологов профессий *эксперты* в процессе профессионализации стремятся отделить себя от заинтересованных любителей, которые, с точки зрения теории социального распределения знания и есть *граждане, которые стремятся быть информированными*.

Более понятной метафору Шюца делает его же теория релевантностей. *Человек с улицы* опирается только на систему «внутренней релевантности» себя и своей «мы-группы». Как отмечает А. Шюц, *человек с улицы* не будет переходить мост, пока не увидит его и не осознает, что этот переход необходим. Кроме того, он всегда будет уверен, что встретит мост в ожидаемом месте. *Эксперт* ограничен системой «внешней релевантности». Его волнуют абстрактные проблемы, связанные с профессиональной отраслью. *Эксперту* навязали внешние ценности, и он принял их как внутренние. Для него собственная система релевантности является единственной, и если он сталкивается с неподходящей проблемой, то склонен относить ее к системе другого эксперта, который должен подумать над решением за него.

Для *хорошо информированного гражданина* характерен непосредственный и живой интерес к совершенно разным областям знания. Что принципиально, этот

¹ Там же.

интерес не изолирован, а включается в крупную иерархическую систему. По аналогии с тем, как человек выполняет сразу множество социальных ролей, он проявляет множественный интерес к тому, что его окружает. Для *хорошо информированного гражданина* нет границ систем внутренней и внешней релевантности. Он сам выстраивает систему с подвижными границами, опираясь на разумное суждение.

Тенденция непрофессионализма, о которой много говорится в современной научной литературе¹, есть ни что иное как приход в профессию *хорошо информированных граждан* – бывших блогеров, «случайных репортеров». Также очевидно, что к *числу хорошо информированных граждан* можно отнести непосредственно действующих блогеров и прочих журналистов-любителей (в данной работе они уже назывались *деинституциональными журналистами*), число которых множится в противовес уже установившейся профессионализации повседневной жизни. В социологии СМИ эта тенденция отмечается как рост значимости любителей-непрофессионалов. Ч. Аттон в уже упомянутой работе «Альтернативный журнализм» называет таких авторов *amateur journalists* (журналисты-любители²), Н.В. Соколова – *любителями*³. Это ризома в чистом виде, показавшая себя через сеть интернет и в корне изменившая журналистику.

Пользователи интернета заставляют информацию циркулировать, пересылая ее друг другу, распространяя через социальные сети, которые, в свою очередь, принесли в социальную реальность новый термин «расшарить» (от англ. «share» – делиться, разделять, *распределять*). Практика «расшаривания» формирует принципиально новый аспект социального распределения знания, который не связан с волей к знанию или причастностью к институту экспертов. Она потенциально дает доступ к глобальной дистрибуции контента не только эксперту, но и любому обывателю (но только потенциально, ведь он может и не

¹ Абишева В.Т., Шаукентаева А.Е. К вопросу о профессиональной культуре телеведущего // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №4-2. С. 131-134; Коротичкая М.В., Радченко Е.И. Значимость культуры социологического мышления журналиста в современных условиях // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. Т.28. №24(221). С. 104-108.

² Atton Ch., Hamilton J.F. Alternative journalism. L.: Sage, 2008.

³ Соколова Н.В. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта. Монография. Самара: Самарский университет, 2009. С. 33.

использовать эту возможность). Перед самым журналистом-профессионалом также встает проблема приобретения принципиально новых навыков, связанных не столько со сбором, сколько с отбором и проверкой информации: «В эпоху, когда на читателя буквально обрушивается шквал новостей, основной задачей журналиста становится не поиск информации, а ее фильтрация, проверка и толкование»¹, – считает С. Паранько. Новый технологический смысл распределения знания не устраняет различия в системах релевантности *эксперта*, *хорошо информированного гражданина*, *человека с улицы* (А. Шюц), а также сущностных границ между этими концептуальными персонажами, но очевидно проблематизирует их.

Журналистика и современные информационные технологии

В понятии *распределения*, *дистрибуции* видится связка между феноменологической социологией знания, которая является базисной для данной работы, и «технологической», отчасти позитивистской парадигмой в социологии. В этой связи *распределение* знания создает тройное давление на профессию журналиста: ставя под сомнение монополию профессионалов (феноменологический подход к профессии), технически создавая ситуацию потенциальной журналистики всех для всех, ставя перед самым профессиональным журналистом задачу приобретения навыков проверки фактов, отделения их от фактоидов или откровенной дезинформации.

Стоит подчеркнуть, что журналистика *хорошо информированного гражданина* связывается социологами с желанием, порывом совершить *гражданский* поступок. Как объясняет их мотивацию Е.Н. Иванова: «Люди, вдохновленные самыми разными концепциями, как в рамках "гражданственности", так и в рамках "журналистики" пытаются проявить себя в обеих сферах, независимо от политического режима, статусов и социальных убеждений»². Такой порыв имеет несколько производных, например, практику

¹ Паранько С. Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 6.

² Иванова Е.Н. Профессиональный очевидец: альтернативная медиасреда в условиях кризиса // Социологический журнал. 2010. №2. С. 170.

редактирования собственных публикаций, адаптацию их под формат, востребованный аудиторией конкретного источника, способность быть «самому себе редактором»¹. Это роднит любителей (в терминах Э. Тоффлера, *просьюмеров*) с профессиональными СМИ, с той лишь разницей, что в последних роли журналиста и редактора разделены.

Идея о том, что тиражирование знания нивелирует его экспертную ценность, встречается у Э. Фрэйдсона. Более 30 лет он назад написал, что едва знание сохраняется в памяти компьютера, оно девальвируется и теряет свой эзотерический характер, так как любой отныне может им воспользоваться². Этот факт таит в себе большую опасность для профессионализма, так как ведет к росту уровня образованности непрофессионалов, которые перестают воспринимать знание как мистическое.

Достаточно подробно «технологический» аспект современных коммуникаций, в определенной мере проблематизирующий феноменологическую концепцию распределения знания, созданную еще до «информационных революций», описывается с методологических позиций социологии вещей и так называемого «материального поворота» в социологии, который связывают с именами Б. Латура, К. Кнорр-Цетины³. К. Кнорр-Цетина говорит о взаимном коммуникативном присутствии или взаимоналожении субъекта и объекта, когда субъект частично входит в объект или становится им⁴. Она вводит понятие постсоциальных отношений, в рамках которых человек взаимодействует с неживыми вещами, системами. Это наплыв объектных миров, предъявление объектными мирами своих требований социальному миру⁵.

¹ Гатов В. Будущее журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 236.

² Freidson E. The changing nature of professional control. // *Annual Review Sociology* 1984. №10. P. 1-20.

³ Вахштайн В. Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // *Социология вещей* / Под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 7-42.

⁴ Кнорр-Цетина К. Социальность и объекты. Социальные отношения в постсоциальных обществах знания // *Социология вещей* / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 267-307.

⁵ Кнорр-Цетина К., Брюггер У. Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // *Социология вещей* / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 307-342.

Б. Латур пишет о включении вещей (в журналистике это гаджеты – смартфоны, планшеты, фото- и видеокамеры) в процесс социального взаимодействия. Вещи начинают действовать не как «обрамление» взаимодействия, а как самостоятельный актант¹. Человек может делегировать часть своих функций или действий предмету, который станет не средством выполнения какого-либо социального действия, а посредником в его выполнении.

Знаменитый пример Б. Латура из работы «Философия одной двери» – дверной доводчик. Это предмет, которому доверили функции консьержа, фактически он хранит в себе память о консьерже, который должен закрывать дверь. Второй известный пример – забор, за которым находится скот. Хозяин не может круглые сутки сторожить скот, и для этого он строит забор, который не охраняет животных (он не осознает, что ему доверили функцию охраны), но всегда сохраняет в себе присутствие хозяина.

По мнению Латура, обычно вещам делегируются обыденные, автоматические действия, выполнение которых занимает слишком много времени. Вещь становится социальным фактом, который не может быть выброшен за пределы социального исследования: «Вот они, скрытые и презренные социальные массы, которые дополняют нашу мораль. Они стучат в дверь социологии, требуя учета при подведении общественного баланса так же настойчиво, как это делали человеческие массы в XIX веке»². Вместе с построением фреймов возможность делегирования обуславливает сложную социальную жизнь человека (в отличие от комплексной социальной жизни млекопитающих).

Стоит еще раз обратить внимание, что восприятие техники Латуром не сугубо позитивистское, он настаивает на включение вещей в социальное взаимодействие наряду с человеком, превращая вещи из объекта в субъект. Схожие размышления встречаются у Э. Юнгера, который говорил об особой роли

¹ Латур Б. Об интеробъективности // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 169-198.

² Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 199-223.

камеры и фотоаппарата. Предвосхищая некоторые идеи Б. Латура, Юнгер еще в 1930-х гг. XX века, в работе «Совершенство техники» писал, что вещь может быть самостоятельным актантом. «Техника берет на себя часть работы, облегчая жизнь человека»¹. В дальнейшем он писал о фотокамере, которая не только вступает в социальное взаимодействие, но и фактом фотографирования вытесняет само событие на второй план.

Известной работой, описывающей технологический аспект любительских практик второй половины XX века, является «Искусство средней руки» французского социолога П. Бурдьё², она посвящена фотографии и практике фотографирования. Еще в 80-90-е гг. XX века М. Хайм одним из первых попытался изучить социологию взаимоотношений в сфере виртуальной реальности³, а затем трансформировал термин «виртуальная реальность» в «виртуальный реализм»⁴. Ранее, в 30-е гг. XX века Поль Валери отмечал, становление искусств и практическая фиксация их видов происходили в эпоху, существенно отличавшуюся от нашей. Они осуществлялись людьми, чья власть над вещами была незначительна в сравнении с той, которой обладает современное общество⁵. Данное высказывание более чем применимо к российской журналистике: ее становление происходило, когда никто не мог предположить, что вскоре одним из ключевых факторов причастности к производству и дистрибуции информационного контента станет умение пользоваться техническими средствами. Талант, чувство своей миссии в профессиональной журналистике ничуть не обесценены, но они больше не являются «ситом», которые позволяют отделить потенциального *эксперта* (А. Шюц) от дилетанта.

Умение быстро ориентироваться в массивах информации, пользоваться возможностями телефонии и интернета, быстро запечатлеть наиболее интересные моменты на камеру (иногда – на камеру сотового телефона) становятся

¹ Юнгер Э. Совершенство техники. Машина и собственность. СПб.: Владимир Даль, 2002. С. 16.

² Bourdieu P. Un Art Moyen: essai sur les usages sociaux de La photographie. Paris: Minuit, 1965.

³ Heim M. Virtual Realism. N.Y.: Oxford University Press, 1997.

⁴ Heim M. The Metaphysics of Virtual Reality. N.Y.: Oxford University Press, 1993.

⁵ Валери П. Об искусстве / Пер. В.М. Козовой, предисловие А.А. Вишневского. М.: Искусство, 1976.

ключевыми навыками современного журналиста: «Во всех искусствах есть физическая часть, которую уже нельзя больше рассматривать и которой нельзя больше пользоваться так, как раньше; она больше не может находиться вне влияния современной теоретической и практической деятельности»¹. Журналист-эксперт также попадает в зависимость от технических средств, ведь без них он больше не может выполнять свои функции. Даже процесс первичного получения информации о событии часто происходит не в результате общения «лицом к лицу», а посредством телефонной связи или глобальной сети – журналисты могут заменять живое интервью скайп-интервью или телефонным интервью.

Кроме того, информационно-техническая революция привела к тому, что даже актер уровня *хорошо информированного гражданина* или *человека с улицы* сумеет воспользоваться техническими средствами для фиксации новости. При помощи современного фотоаппарата очень сложно сделать плохой снимок – производители создают для этого режимы стабилизации изображения, автофокуса. Непрофессионал также может делегировать право фиксации события технике – он может случайно заснять падение метеорита на автомобильный видеорегистратор или в автоматическом режиме случайно сделать снимок важного события.

Возможность свободной фиксации, а затем «расшаривания», *распределения, дистрибуции* информации также поднимает проблему оригинальности сообщения, его авторства. О тиражируемости в этом аспекте почти век назад говорил В. Беньямин, классическая работа которого «Произведение искусства в эпоху технической воспроизводимости» посвящена изменению позиции произведения искусства 30-х гг. XX века в поле культуры. Беньямин отмечает, что копирование и воспроизведение произведений имели место на разных этапах исторического развития общества. Сначала для воспроизведения нужна была работа руками, и это ограничивало круг тех, кто мог заниматься подобной деятельностью. Затем стало иметь место техническое репродуцирование,

¹ Там же.

изменившее отношение и к автору¹. Исчезли так называемые «здесь и сейчас» искусства, они становятся незначимыми, размываются. Исчезает понятие подлинности, а, если обратиться к предмету данного исследования – понятие авторства журналистского контента. Нельзя приписать авторство конкретному профессионалу, когда контент копируют и по-своему дополняют множество людей или даже машин.

Есть у Беньямина тезис, пересекающийся с идеями антропологов профессии: «Эпоха технической воспроизводимости лишила искусство его культового основания, навсегда развеялась иллюзия его автономии»². Если в предыдущие эпохи создание контента лежало в сфере «сакрального» (Э. Хьюз), институционального, то теперь это деятельность, доступная массам.

Во второй половине XX века о смерти автора заговорил М. Фуко, отмечая, что письмо освободилось от темы выражения, и оно отсылает только к самому себе. «Творение, задачей которого было приносить бессмертие, теперь получило право убивать — быть убийцей своего автора»³. Конечно, он говорит не столько о технической воспроизводимости контента, сколько о конституировании текста в своей значимости, в отрыве от автора. Но, по большому счету, это является другой стороной явления, исследуемого Беньямином. В постмодернистской реальности действительно стираются грани авторства, и происходит это не только из-за снижения ценности авторского «Я», но и из-за легкой возможности копировать и распространять контент через систему гиперссылок в интернете.

Зачастую речь и вовсе идет о журналистике не как *производстве* публичной информации, а как о ее *воспроизводстве* – копировании и дистрибуции. Исследователь в области экономики культуры А.Б. Долгин называет этот процесс «замещением таланта технологией»⁴. Многие институциональные СМИ фактически занимаются «репостами» других новостей, иногда даже не

¹ Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости / Пер. и примечания С.А. Ромашко. М.: Культурный центр имени Гете, 1996. С. 15-66.

² Там же.

³ Фуко М. Что такое автор? // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет / Пер. с фр. С. Табачниковой. М.: Касталь, 1996. С. 13.

⁴ Долгин А.Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. С. 108.

перерабатывая их и не проверяя их достоверность. Информационный контент больше не является чем-то фиксированным раз и навсегда, это, по словам Л. Мановича, «то, что может существовать в изменяющихся, потенциально бесконечных версиях»¹.

С появлением различных методов технической дистрибуции контента возникает проблема принадлежности конкретного сообщения к журналистике. Является ли журналистикой «пост» в социальной сети, созданный автором без цели информирования аудитории, в рамках повседневной практики интернет-общения? С феноменологической точки зрения ответ на этот вопрос будет отрицательным: к такому автору нельзя применить ни одно из понятий, характеризующих деинституциональную журналистику: он не является журналистом-любителем или хотя бы заинтересованным непрофессионалом. С точки зрения классической теории распределения знания он вообще может относиться к категории *людей с улицы*.

В то же время, материал, который выложил такой автор, сам по себе может оказаться значимым. Он может быть найден журналистами (институциональными или деинституциональными) или оставлен без внимания, но сам факт того, что сам автор не осознавал его важности и не ставил перед собой цели информирования, еще больше накаляет проблему десакрализации институциональной журналистики. Ведь как можно считать «эзотерической» услугу профессионала-журналиста, если любой пользователь сети может предоставить ее (пусть неосознанно, пусть случайно) в рамках своей повседневной практики?

Таким образом, деинституционализация журналистики хорошо «схватывается» классическими понятиями социологов-феноменологов, описывающими общество в терминах «знания» и его социального распределения, а также актуальной «социологией вещей» и концептуальными метафорами современных философов-постмодернистов. С применением современных теорий можно описать, как профессия журналиста ставится под удар в двух аспектах: с

¹ Manovich L. The language of New Media. L.: MIT Press, 2001. P. 56.

одной стороны, широким массам становится доступно производство контента, с другой стороны, они получают доступ к его дистрибуции через процесс «расшаривания» в глобальной сети. Деинституционализация журналистики порождает ряд проблем, таких как проблема авторства журналистских материалов, проблема достоверности информации, которые также могут быть исследованы в русле современных социальных теорий.

Журналистика и проблема доверия к источникам информации¹

Ситуация в геополитике и международной экономике породила кризис взаимоотношений между Россией и рядом других стран. Несмотря на то, что в проекции реальных действий поводов для эскалации напряженности все меньше, в информационном поле она сохраняется в полной мере. Ситуация в современных медиа все отчетливее приобретает черты *информационной войны*. «Массовая коммуникация стала серьезным инструментарием современной политики», – этот тезис Г.Г. Почепцова² сегодня очевиден не только для исследователей, но и массового потребителя информации. В этих условиях СМИ (по большей части крупные) зачастую транслируют то, что требует заказчик или регулятор их деятельности. Под заказчиками понимаются не только структуры, обладающие монополией на политическую власть: здесь и рекламодатели, и владельцы СМИ, которые влияют на редакционную политику, и госструктуры, которые проводят денежные тендеры. По этому поводу высказывался еще П. Бурдьё, описывая западное телевидение: «Цель телевидения – информировать людей, либо показывая то, что нужно показать, но не показывая на самом деле, а делая так, что показываемые факты теряют всякое значение; либо показывая события таким образом, что они приобретают смысл, не соответствующий действительности»³.

В современных российских СМИ так или иначе встречается большинство описанных в научной литературе приемов информационной войны. Вот только их

¹ Пишем «источник», так как включаем в это понятие и деинституциональную журналистику (конкретного пользователя или даже конкретный пост в социальных сетях), и профессиональные СМИ.

² Почепцов Г.Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук, 2000. С. 44.

³ Бурдьё П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В. Марковой. Отв. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М., 2002. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. С. 32.

малая часть: подмена источников информации, искажение первоначального сообщения, прием «воронки» (когда важная проблема уходит на второй план из-за большого количества сообщений по другой проблеме), конституирование образа врага, прием «зонтика» (когда сообщения, продуцирующие непопулярную, нежелательную точку зрения, не доходят до потребителя)¹. Еще один очевидный прием – субъективный отбор контента, который формирует повестку дня. Новостные сообщения, дискуссии, аналитические материалы – фокус делается на «нужных» темах, в то время как нежелательные темы замалчиваются. Идеологический подтекст присутствует даже в выборе цветов, заголовка, фотографий, жестов телеведущих, средств художественной выразительности.

Журналисты сегодня имеют возможность (а иногда и задачу) перерабатывать чужие материалы, формировать из фрагментов совершенно иные смыслы-«фактоиды», а иногда производить и распространять откровенную дезинформацию. Такая симптоматика, характерная для современной журналистики, хорошо описывается идеями упомянутого ранее Э. Юнгера, который говорил о потере самой сущности события из-за возможности его репродуцирования².

Все это вскрывает в институциональной журналистике проблему симулятивности, ведь событие не только теряет привязанность к пространству или времени – его может вообще не быть. При этом возможна его искусственная симуляция и дистрибуция.

Стратегия информационной войны реализуется на всех уровнях создания и распространения журналистского контента. В ее реализацию включены различные типы СМИ – газеты, журналы, интернет-ресурсы, радиостанции. И, по вполне понятным причинам, наиболее активными провайдерами идеологии становятся аффилированные с властью СМИ. В данной работе совсем не ставится цель исследовать приемы информационной войны в СМИ. Нас эти процессы в российском информационном поле интересуют исключительно в контексте

¹ Почепцов Г.Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук, 2000. С. 50.

² Юнгер Э. Рабочий. Господство и гештальт. Тотальная мобилизация. О боли. СПб.: Наука, 2000. С. 519.

проблематики диссертации. В частности, интересен социологический аспект проблемы доверия к СМИ, так как совершенно очевидно, что эта проблема существенно влияет на оспаривание монополию институциональной журналистики на формирование информационного аналога общества. Проблему доверия невозможно избежать не только по актуальным практическим соображениям, но и по вполне систематическим, поскольку любой общественно значимой профессии, а профессии журналиста тем более, изначально (по Хьюзу, по мере превращения журналистики из занятия в профессию) свойственно притязание на получения доверия к своим действиям – в обмен на обещание быть экспертом.

О присутствии скептических настроений в отношении институциональной журналистики можно судить даже по беглому анализу свободных дискуссионных площадок, например, социальной сети Facebook¹. Кроме того, доверие к СМИ изучено российскими исследователями из Института социологии РАН. Рассматривая политико-мировоззренческие и ценностные установки россиян, они выявили, что, во-первых, институциональным СМИ больше доверяют граждане с «традиционными» установками, в то время как граждане с «современными» установками [формулировки авторов исследования] более склонны доверять современным инструментам реализации своих прав². Этот тезис особенно интересен, учитывая, что институциональная журналистика и есть инструмент реализации гражданских прав и свобод (У. Липман).

На второй план отодвигаются официальные СМИ как источник информации (уступая межличностным контактам) у внеконфессионально-религиозной и атеистической групп россиян³. Кроме того, изучая конкретную ситуацию, уровень доверия россиян к различным источникам информации о ситуации на Украине, исследователи выяснили, что российским федеральным телеканалам и печатным СМИ доверяют около 70% граждан, негосударственным печатным и интернет-

¹ Подробно данный аспект рассматривался в рамках эмпирического исследования.

² Горшков М.К., Андреев А.Л., Дробизева Л.М. и др. Российское общество и вызовы времени. М., 2015. Книга 1. С. 156-157.

³ Там же. С. 184.

СМИ – 38%. При этом существенная, хотя в масштабах исследования и не очень большая доля респондентов доверяет информации из социальных сетей – 30%: «Надо особо отметить то, что, в отличие от советского времени, российские государственные СМИ не обладают полной монополией на передачу информации... Тем более, что личный коммуникативный горизонт большинства наших сограждан ныне чрезвычайно расширился за счет возможностей электронных социальных сетей»¹.

Можно предположить, что собирательный образ критика институциональных российских СМИ также обладает чертами *хорошо информированного гражданина* (А. Шюц) – это все тот же представитель равнодушного среза общества, которого не устраивает индифферентность, внушаемость и неосведомленность оставшейся части, *людей с улицы*. Для него важна и информированность, и возможность влиять на процесс создания контента. Контроль над СМИ он воспринимает как ограничение личных прав и свобод. Стоит оговориться, речь ведется исключительно об информированности в области макроэкономики, политики – в том, что принято называть «современной ситуацией». Ею обладает часть сообщества с определенным уровнем образования, следящая за новостями в СМИ и имеющая свою позицию по актуальным вопросам. И конечно, не нужно исключать тот факт, что в категории хорошо информированных граждан могут быть (и они есть) представители, которые в силу своей работы или убеждений лояльны к информации в аффилированных власти СМИ.

Проблема доверия в социологии широко исследована российскими и зарубежными авторами. Существует несколько точек зрения на доверие. Одной из них придерживаются Н. Луман², А. Селигмен³, П. Штомпка⁴, для которых доверие выступает как рациональный выбор, помогающий жить в обществе неопределенности и риска. П. Штомпка связывает понятия доверия и

¹Там же. С. 235-236.

² Луман Н. Власть / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2001.

³ Селигмен А. Проблема доверия / Пер. с англ. И.И. Мюрберг, Л.В. Соболевой. М.: Идея-Пресс, 2002.

⁴ Штомпка П. Доверие – основа общества / Пер. с польск. С.М. Червонной. М.: Логос, 2012.

уверенности¹. С точки зрения Э. Гидденса², Ф. Фукуямы³, доверие – элемент веры, который строится на чувстве единства и близости. Т. Парсонс называет доверие ожиданием взаимности, которое обеспечивает стабильное отношение взаимообмена общества и личности – общество ожидает от его членов добросовестного выполнения ролей⁴.

В данном случае все точки зрения на доверие применимы. Трудно поспорить с тем, что скептически настроенные потребители информации выбирают позицию протеста, исходя из рациональных соображений. Для них недоверие к существующим СМИ – осознанный выбор, подкрепленный личными соображениями об адекватности и неадекватности контента. Выбор того, кто является лояльным потребителем информации, тоже является осознанным, однако его можно трактовать и как *веру*. Массовый зритель часто доверяет (в значении *верит*) прогосударственным СМИ «по традиции» или же потому, что они имеют массовый охват и отношение к власти.

Рассмотрим более подробно доверие как рациональный выбор равнодушного потребителя информации. Как показало эмпирическое исследование, в последнее время доверие к тому или иному источнику может строиться на личной информированности о том, кто финансирует СМИ, кто делает контент и какими принципами он при этом руководствуется. Журналистика для скептического потребителя информации приобретает в прямом смысле «человеческое лицо». Ей больше не верят *априори*, доверие становится результатом личной оценки и анализа. Причем даже если СМИ уже получило вотум доверия, сохраняется скепсис относительно того, действительно ли оно сохраняет свою независимость и действительно ли ему можно доверять в дальнейшем.

¹ Там же. С. 82.

² Giddens A. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Oxford: Rolicy press, 1991.

³ Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Пер. с англ. Д. Павловой, В. Кирющенко. М., 2004.

⁴ Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева. М.: Аспект-пресс, 1998.

Кроме того, для доверия в случае равнодушного потребителя информации характерны методы объективизации, актуальные для социальных научных исследований. Эмпирическое исследование показало, что скептически настроенные потребители информации используют для формирования доверия метод триангуляции, впервые описанный как метод социологического исследования Н. Дензином¹. Триангуляция в социологических науках – использование для анализа события разносторонних методик и источников. Скептически настроенные потребители информации также анализируют несколько источников, в том числе проправительственные СМИ, зарубежные СМИ, социальные сети или видео на хостингах типа YouTube. Это позволяет увидеть разницу в оценках и сделать собственный вывод. Такой подход к доверию находит отражение в социальной теории. Он коррелирует с идеями Г. Зиммеля, который рассматривает доверие как результат, возникающий на основе опыта субъекта².

На поддержание доверия лояльной части аудитории работают уже упомянутые методы информационной войны и пропаганды, однако специфических методов для этого чаще всего не требуется, потому что доверие как *вера* является намного более прочным, чем доверие как опыт субъекта.

Ожидания, связанные с деинституциональной журналистикой, и их крах

Деинституциональная журналистика, существующая в блогах, социальных сетях, в общепринятом смысле сохраняет независимость и возможность свободных высказываний. Она не включается в юрисдикцию российского закона о средствах массовой информации и не проходит редактуру (как в случае с институциональными СМИ).

Возможность свободного обмена мнениями привлекает тех, кто скептически настроен к институциональным медиаресурсам. Деинституциональная журналистика, аккумулируя неформальные суждения и

¹ Denzin N. The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. N.Y.: McGraw-Hill, 1978.

² Зиммель Г. Философия денег (фрагмент) // Теория общества / Пер. с нем. А. Филиппова, под ред. А. Филиппова. М., 1999. С. 309-383.

комментарии, становится своего рода надеждой на получение непредвзятого, достоверного контента о текущей социальной ситуации. И здесь возникает парадокс: для интернета как дискурс-площадки характерен крайний субъективизм, но благодаря доступу ко всему множеству суждений равнодушный потребитель информации может их проанализировать, сопоставить, выявить закономерности, кроме того, он может попытаться найти первоисточник новости (если тот представляет собой текст, видеозапись или фотографию). Это значимая возможность, которую часто не могут дать профессиональные СМИ и которая позволяет приблизиться к «объективному суждению». Как отмечает социолог Д. Мазесон, «технология дошла до точки, которая позволяет пользователю узнать больше о процессе создания новости. Люди видят новости во всем их развитии»¹.

Следует обратить внимание, что отличие от институциональных СМИ здесь и качественное, и количественное. Количественное заключается в несравнимо большем множестве информации, которую может дать интернет в целом и деинституциональная журналистика в частности. Качественное – в возможности доступа к информации, которую игнорируют институциональные СМИ. Главным образом, это личный контент, который пользователи оставляют на своих страницах в социальных сетях, на общественных фото- и видео-хостингах, а также комментарии под журналистскими материалами.

Опасность для равнодушных потребителей информации в том, что свобода деинституциональной журналистики в России становится все более условной. Уже в 1995 году, анализируя обещание виртуального сообщества возродить потенциал гражданского общества, Дж. Фернбэк и Б. Томпсон отмечали, что это скорее имитация, симуляция общественной активности². В 2004 году Р. Кан и Д. Келнер писали, что новые технологии могут быть использованы и как инструмент доминирования, и как инструмент демократизации, они могут

¹ *Matheson D. What the Blogger Knows // Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication / Ed. by Z. Papacharissi. N.Y.: Routledge, 2009. P. 155.*

² *Fernback J. Thompson B. Virtual communities: Abort, retry, failure? // The Well [Electronic resource]. 1995. URL: <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCCivil.html>. (дата обращения: 23.06.2016).*

создавать более эгалитарное общество или усиливать позиции отдельных лиц и групп¹. В современной России эти теоретические доводы подтвердились в полной мере: например, власть стремится ввести блоги с большой аудиторией под юрисдикцию закона о СМИ, социальная сеть Facebook с 1 января 2015 года заявила о возможности обработки и использования личных данных пользователей. Как отмечают социологи П.В. Колозариди и А.Ю. Шубенкова: «Угрозы, которые "несет" интернет и которым государство, как актор обеспечения общественной безопасности, вынуждено противостоять, используются как основания для ограничения распространения интернета»². Фиксируется, что в последнее время интернет все больше представляется как угроза, что позволяет государству реализовывать свое право решать, какие из функций глобальной сети необходимы для развития общества, а какие можно ограничить.

Нацеливаются на проникновение «выгодных» мнений и позиций в деинституциональную журналистику и технологии *информационной войны*. Деинституциональная журналистика крайне привлекательна для властных структур по разным причинам: это возможность мгновенного распространения информации и анонимного воздействия на аудиторию, возможность вычислить тех, кто не согласен с доминирующей позицией. В результате деинституциональная журналистика наполняется «заказной» информацией, появляются так называемые «интернет-тролли», которые провоцируют развитие дискуссии в нужном русле, нагнетают конфликт между ее участниками, нарушают этику сетевого взаимодействия³. Крайне актуальной проблемой можно назвать и многочисленные «фейки» или фактоиды (фотографии, обработанные в графических редакторах, смонтированное видео), которые в интернете выдаются за оригинальные визуальные тексты. Все это проблемы, которые ранее были

¹ Kahn R., Kellner D. Oppositional Politics and the Internet: A Critical/ Reconstructive // The Graduate School of Education and Information Studies UCLA [Electronic resource]. 2004. URL: <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/oppositionalpoliticstechnology.pdf>. (дата обращения: 23.06.2016).

² Колозариди П.В., Шубенкова А.Ю. Интернет как предмет социальной политики в официальном дискурсе России: благо или угроза? // Журнал исследований социальной политики. 2016. Т.14. №1. С. 40.

³ Внебрачных Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестник Удмуртского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика. Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2012. С. 48-51.

актуальны для институциональных СМИ, однако сегодня они проявляются и в деинституциональной журналистике.

Более подробно причины интереса властных структур к институциональной и деинституциональной журналистике описаны в работах дискурсологов, в частности Т.А. Ван Дейка, а также в исследованиях политических кибернетиков, например, Д. Истона. По мнению Т.А. Ван Дейка, медиа – один из наиболее удобных каналов влияния на общество. Контролируя медиа, власть контролирует народ, который находится в ущемляемой, «доминируемой» позиции¹. В современной ситуации ей не хватает контроля за профессиональной журналистской средой, сама экспертность которой ставится под сомнение, и как следствие, власть захватывает и новые площадки.

Помимо внешних факторов доминирования Т.А. Ван Дейк выделяет внутренние, говоря о том, что само общество больше не располагает к свободе высказываний. Во-первых, в социуме появились формальные санкции за клевету, разглашение коммерческой и государственной тайны, оскорбление чести и достоинства. Во-вторых, в общение непосредственным образом включаются нормы этики, морали, уместности высказываний. Иными словами, в современном обществе и так больше «не принято» критиковать группы и институты, обладающие властью. По словам Е.Н. Ивановой, информационные технологии сами по себе приводят к падению автономии во многих областях социальной жизни. Парадигма «облака» и «облачных вычислений», актуальных для нового времени, возрождает актуальность концепции тотального контроля Фуко², которая не совместима со свободным дискурсом публичности, поэтому она ограничивает свободу и создает ощущение напряжения. Актуализируется идея Паноптикона Бентама как метафоры социального надзора – технологии, которая

¹ Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Пер. Е. Кожемякин, Е. Переверзев, А. Амадова. М.: Либроком, 2013.

² Иванова Е.Н. Профессионализация новых медиа и этос публичной сферы // Журнал исследований социальной политики. 2011. Т.9. №2. С. 179.

позволяет малочисленной группе надзирать за намного большей, при этом важным фактором становится не сам факт контроля, а его ощущение¹.

О том, что деинституциональная журналистика стала развиваться в другом, не прогнозируемом ранее русле, можно судить по работам исследователей альтернативных медиа. В одной из работ, опубликованных в 1997 году, М. Альберт прогнозировал следующие пути развития альтернативных медиа:

- Влияние властных структур на принятие решений должно быть минимизировано или полностью устранено. В широком смысле это означает, что все заинтересованные должны иметь равные возможности на формирование повестки дня. Более детально это значит, что голос каждого участника, формирующего повестку, не является формальным, он действительно важен и способен влиять на ситуацию;

- Отношения с аудиторией должны стать доверительными. Принцип открытости диалога должен соблюдаться в полном объеме. Значимой должна быть вся аудитория, а не только те, кто имеет власть и деньги;

- Альтернативные СМИ должны сократить разницу в доходах журналистов. Если кто-то и получает большую материальную мотивацию, это обусловлено объективными факторами, а не доступом к власти. Различия в условиях труда должны нивелироваться².

Российская журналистика имеет свою специфику, однако принять эти тезисы можно с допущением, что с начала 90-х гг. XX века она развивается в русле, схожем с вектором западных СМИ. Сегодня становится понятно, что в России ни один из этих векторов развития журналистики не был реализован. Власть все больше влияет на принятие решений в институциональных СМИ и пытается контролировать деинституциональную журналистику. Аудитория перестает доверять журналистике во всех ее проявлениях, а государственные контракты по-прежнему являются основным источником дохода СМИ.

¹ Фуко М. Око власти // Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. М.: Праксис, 2002. С. 222.

² Albert M. What makes alternative media alternative? // ZMagazine [electronic scientific journal]. 01.10.1997. URL: <http://zcomm.org/zmagazine/what-makes-alternative-media-alternative-by-michael-albert/>. (дата обращения: 22.06.2016).

Все это рушит ожидания, которые были связаны с деинституциональной журналистикой/журналистикой *хорошо информированного гражданина* как освобождением от контроля и зависимости, открывая возможность для новых социологических исследований. Можно зафиксировать момент того, как общество поставило под сомнение экспертность профессиональных СМИ, их монополию на формирование информационного аналога общества, как появилась надежда на деинституциональную журналистику, а повышенный интерес власти к новым площадкам спровоцировал развитие у критически настроенной части общества тотального недоверия к журналистике в целом (как институциональной, так и деинституциональной). А. Амзин считает: «предсказание» того, что гражданские журналисты и блогеры вытеснят профессионалов, не сбылось, зато гражданская журналистика стала эффективным инструментом пропаганды и источником информации для больших медиаплощадок-кураторов: «Гражданским журналистом выгодно быть в составе той или иной группы»¹.

Антропологи профессий считают выходом из кризиса доверия, с которым сталкиваются современные профессии, формирование нового типа профессиональных отношений, поиск равновесия между обязанностями перед потребителем услуги, коллегами по цеху и организацией: «Чтобы выжить, институт должен найти себе место в стандартах жизни людей, а также в их чувствах»². Это высказывание Э. Хьюза применимо и к российской журналистике. С. Паранько конкретизирует, говоря, что журналистика может стать «фильтром внимания» для аудитории, которая не обладает необходимыми ресурсами для отсеивания «информационного шума»: «Это большая ответственность, но и серьезная возможность, своего рода спасение для современной журналистики»³.

¹ Амзин А. Особенности медиапотребления // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 98.

² Николаев В.Г. Экологический аспект в социологии Э.Ч. Хьюза // Личность. Культура. Общество. 2009. Вып.2 (№№ 48–49). С. 41.

³ Паранько С. Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 9.

Глава 2. Эмпирическое исследование феномена деинституциализации современной российской журналистики

2.1 Методология качественного социологического исследования деинституциализации российской журналистики

Актуальность исследования

Анализ феномена деинституциализации журналистики как явления социальной действительности был бы не полным без эмпирического исследования. Подобное исследование **актуально**, так как оно связано с современным состоянием российской журналистики: оно фиксирует те контринституциональные процессы, которые происходят с российской журналистикой здесь и сейчас.

В российской социологии практически отсутствуют эмпирические исследования феномена деинституциализации журналистики, хотя, безусловно, сама журналистика и социальные явления, связанные с ней, не раз анализировались специалистами в сфере социологии СМИ.

Цель эмпирического исследования – описать деинституциализацию журналистики как социальное явление, выявить факторы, признаки и социальные последствия внешней и внутренней деинституциализации.

Объектом эмпирического исследования выступили российские журналисты (представители институциональной и деинституциональной журналистики), потребители массовой информации, а также документы, связанные с актуальным состоянием российской журналистики.

Очевидно, что для поиска ответов на основные исследовательские вопросы, приведенные ниже, было необходимо использовать качественный подход, ведь в данной работе речь идет не о количественных оценках явления, а о его качественном содержании. Более того, качественный подход используется для изучения новых явлений социальной действительности, которые, как правило,

являются мало изученными¹, теоретически еще не осмысленными. В рамках данного исследования были предприняты первые попытки осмысления феномена деинституциализации российской журналистики.

Основные исследовательские вопросы поделены на две группы, исходя из целей исследования – описать внешние и внутренние проявления феномена деинституциализации российской журналистики, выявить факторы, признаки и социальные последствия внешней и внутренней деинституциализации.

Первая группа исследовательских вопросов, ориентированная на изучение внешних проявлений деинституциализации:

1. Каковы признаки и социальные последствия внешней деинституциализации российской журналистики? Данный вопрос является первостепенным. Ответ на него найден при помощи метода анализа документов, метода глубинного интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики) и потребителями информации, а также метода глубинного онлайн-интервью с журналистами, которые когда-либо увольнялись из редакции СМИ по собственному желанию.

2. Каковы факторы возникновения деинституциональной журналистики, также называемой журналистикой *хорошо информированного гражданина* (А. Шюц)? Что отличает повседневную практику общения в социальных сетях и журналистику? Данный вопрос является первостепенным, ответ на него найден при помощи всех методов исследования.

3. Различаются ли оценки институциональных и деинституциональных журналистов в отношении деинституциализации журналистики? Какие признаки деинституциализации журналистики считаются позитивными, а какие – негативными? Данный вопрос является второстепенным, ответ на него найден при помощи метода анализа документов.

4. Как позиционируют себя в блогах и социальных сетях институциональные журналисты? Имеет ли место определенное смещение

¹ Готлиб А.С. Качественное социологическое исследование. Познавательные и экзистенциальные горизонты. Самара: Универс-групп, 2004. С. 88.

идентичности (могут ли институциональные журналисты выступать как деинституциональные)? Вопрос является второстепенным. Ответ на него найден при помощи метода глубинного интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики).

5. По каким критериям строится доверие к тому или иному источнику¹ информации (институциональному или деинституциональному)? Действительно ли внешняя деинституционализация связывалась с ожиданиями получить доступ к достоверной, независимой информации? Каковы факторы их возникновения? Ответ на данный вопрос найден при помощи метода анализа документов, а также метода глубинного интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики) и потребителями информации.

Вторая группа исследовательских вопросов, ориентированная на изучение внутренних проявлений деинституционализации:

6. Каковы факторы и признаки внутренней деинституционализации российской журналистики? Данный вопрос является первостепенным. Ответ на него найден при помощи метода анализа документов, метода глубинного интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики) и потребителями информации, а также метода глубинного онлайн-интервью с журналистами, которые когда-либо увольнялись из редакции СМИ по собственному желанию.

7. Какова мотивация увольнения по собственному желанию журналистов, которые совершили такой поступок? Что они ожидают от профессии и своей *должности* (Э. Хьюз), чего они не получают? Вопрос является первостепенным, ответ на него найден при помощи метода глубинного онлайн-интервью с журналистами, которые когда-либо увольнялись из редакции СМИ по собственному желанию.

¹ Пишем «источник», так как включаем в это понятие и деинституциональную журналистику (конкретного пользователя или даже конкретный пост в социальных сетях), и профессиональные СМИ.

8. Какие перспективы развития есть у российской журналистики? Вопрос является второстепенным. Ответ на него найден при помощи метода качественного анализа документов, а также глубинного интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики) и потребителями информации.

Методы исследования

В исследовании использовались следующие методы:

1. Метод качественного анализа документов. Несмотря на сохранение разнообразных каналов распространения информации, основным полем функционирования современной российской журналистики остаются телевидение и интернет. В интернете накопилось огромное количество документов (текстов), в которых обсуждаются проблемы современной российской журналистики.

Метод качественного анализа документов использовался для решения следующих задач: сделать первые выводы о предмете исследования, очертить направления для дальнейшего анализа, поставить новые исследовательские вопросы.

С использованием данного метода анализировались высказывания в профессиональных группах в социальных сетях, а также авторские тексты (эссе) в сети интернет. Общее количество проанализированных документов – более 500 высказываний в социальных сетях, 12 эссе.

Исследовались высказывания в тематических *профессиональных* группах в социальной сети Facebook за полгода – с начала 2015 года по 30.06.2015, так как в них сосредотачивается большая часть суждений о журналистике как профессии и ее проблемах. В связи с тем, что группы в социальных сетях обновляются ежедневно (или несколько раз в день), в каждой группе проанализированы около 600 высказываний и комментариев к ним.

Были детально проанализированы 12 авторских текстов:

– *Асланов Т.* Как стать экспертом в глазах СМИ? // Mediabitch. Независимый журнал о пиар. 1.04.2015;

- *Вартанова Е.* Что вижу, о том пою? // Наш университет_онлайн. 2.04.2015;
- *Венедиктов А.* Медиа проспали две цифровых революции и готовятся проспать третью // Pressfeed.ru. 28.09.2015;
- *Засурский И.:* Журналистика? Нужна, но другая // Планета СМИ. 26.11.2015
- *Засурский Я.:* Послушная журналистика никому не нужна // Новые известия. 29.10.2014;
- *Масюк Е.* Мои персональные десять лет без ТВ... // Новая газета. 4.04.2015.
- *Муратов Д.* На войне правда не нужна // Парк Гагарина. 15.10.2015;
- *Парфенов Л.* Журналистика никому не нужна. К 30-летию гласности в России. Речь // Медуза. 17.03.2015;
- *Смелянский А.* Эффект дежавю // The NewTimes. 6.04.2015;
- *Соколов-Митрич Д.* Куда уходят журналисты? // Взгляд. 17.03.2015;
- *Шергова Е.:* Нынешняя пропаганда менее талантливая, чем советская // Дождь. 08.04.2015;
- *Яковлев В.* Перестаньте учить людей ненависти. Обращение основателя «Коммерсанта» Владимира Яковлева к российским журналистам // Медуза. 18.03.2015¹.

¹ Понимание того, что необходимо расширить список исследуемых документов, возникло из-за появления в профессиональной группе большого количества гиперссылок на «внешние» ресурсы. В частности, 17.03.2015 г. в группе «Пиарщики vs журналисты» на Facebook один из участников опубликовал ссылку на публицистический текст Д. Соколова-Митрича, в тот период занимавшего должность заместителя главного редактора журнала «Русский репортер». Имело место репродуцирование текста в пространстве социальной сети, ставящее целью спровоцировать дискуссию среди участников группы. Сам текст эссе, «проникший» в профессиональную группу через гиперссылку, представился крайне интересным для анализа.

Критерии выбора документов: анализировались только тексты авторов федерального уровня, которые имеют высокий институциональный статус (известные журналисты, ученые-исследователи российской журналистики). Отбиралось не более двух текстов, опубликованных на одном информационном ресурсе.

Часть документов по форме представляют собой монолог (эссе), часть – диалог (журналистское интервью, где эксперт является интервьюируемым).

В исследовании учитывалась возможность редакторской правки, что может исказить позицию эксперта. В то же время, статус экспертов, а также политика ресурсов, на которых размещены документы, позволяет свести вероятность искажения к минимуму.

В исследовании также учитывалось, что некоторые современные социологи не относят эссе к типу документов (относя их к исследовательской литературе). Однако отобранные документы подходят для анализа, так как

2. Метод глубинного интервью, в рамках которого анализировались ответы двух групп респондентов – журналисты (представители институциональной и деинституциональной журналистики) и потребители массовой информации. Целевая выборка – 24 человека (9 институциональных журналистов, 5 деинституциональных журналистов и 10 потребителей информации).

Данный метод был использован для решения всех задач социологического исследования, в особенности для определения признаков внешней и внутренней деинституциализации российской журналистики.

Критерием целевого отбора журналистов выступила их принадлежность к журналистскому занятию. Все институциональные журналисты являются корреспондентами, обозревателями или редакторами (в возрасте от 18 лет, работающими в институциональных СМИ не менее трех лет). Все деинституциональные журналисты на постоянной основе ведут свой блог (страницу в социальной сети) с аудиторией не менее 1 тыс. подписчиков. Сталкиваясь в своих повседневных практиках с журналистикой, институциональные и деинституциональные журналисты являются агентами исследуемого поля. Помимо этого они могут дать профессиональную, экспертную оценку исследуемому процессу.

Также в целевую выборку были включены рядовые потребители массовой информации, которые, не являясь агентами профессионального поля, ежедневно сталкиваются с ним и могут оценить происходящие в российской журналистике процессы «со стороны». Критериями целевого отбора здесь выступил возраст от 18 лет и ежедневное обращение к средствам массовой информации.

Выбор между групповым и индивидуальным интервью был обусловлен тем, что личное общение позволяет опросить представителей разных категорий информантов без опасений, что на их мнении скажется чья-то точка зрения, как это бывает при проведении фокус-группы. С учетом того, что в рамках данного

являются публицистическими, а не научными – они представляют собой отражение социальной реальности, а не экспертный анализ социальных проблем.

исследования были интересны возможные различия в интерпретациях контринституциональных процессов профессиональных (институциональных) журналистов, непрофессиональных (деинституциональных) журналистов и потребителей информации, по роду деятельности никак не связанных с журналистикой, этот фактор был особенно важен.

По характеру общения все проводимые интервью являлись очными.

3. Метод свободного онлайн-интервью со свидетелями падения метеорита в Челябинске в 2014 году. Целевая выборка – 26 человек. Отбирались жители Челябинска, которые наблюдали падение метеорита и следили за информационным сопровождением этого события. Большинство свидетелей снимали падение на сотовый телефон/видеорегистратор, а некоторые из них затем делились иллюстративным материалом. Пол, возраст и род занятий респондентов не являлись характеристиками, значимыми для исследования. В процессе интервью выяснилось, что только двое опрошенных связаны по роду деятельности с институциональной журналистикой, а один информант ведет свой популярный блог. Остальные интервьюируемые никак не связаны со сферой медиа.

Метод свободного онлайн-интервью использовался для решения двух основных задач, связанных с внешней деинституционализацией российской журналистики. Он помог выявить факторы развития и распространения журналистики *хорошо информированного гражданина* (А. Шюц), а также понять, в чем различие между журналистикой *хорошо информированного гражданина* и повседневной практикой общения в социальных сетях. Используя качественный подход, удалось проследить, как любительская личная информация становится массовой (и провести различие между повседневными практиками общения в социальной сети и журналистикой); проследить, как развивается ситуация потенциальной журналистики «всех для всех»; проанализировать, каковы мотивы непрофессионалов, которые решают «выложить» важную новость в глобальную сеть, сделать ее доступной широкой аудитории.

Заметим, что поиск информантов был затруднен. Видео-каналы на YouTube, на которых были выложены видеозаписи с места события, в большинстве своем не содержали никакой информации об авторах видео, а сервис обратной связи на хостинге оказался неэффективным – связаться с очевидцами непосредственно через YouTube не удалось. В социальных сетях, где также выложен богатый иллюстративный материал, поиск был затруднен из-за того, что материалы зачастую размещали пользователи из других регионов, которые воспользовались практикой «расшаривания» – самостоятельно нашли видеозаписи в сети и захотели ими поделиться. Этот факт позволил впоследствии сделать вывод, что стремление сделать видеозапись не обязательно влечет за собой стремление поделиться материалами, что делает такую практику съемки отличной от журналистской деятельности.

4. Метод глубинного онлайн-интервью с журналистами, которые когда-либо увольнялись из редакции СМИ по собственному желанию.

Одним из значимых для российской журналистики событий, иллюстрирующих журналистский протест, оказалось увольнение по собственному желанию полного состава редакции «Ленты.ру» (более 70 человек) в 2014 году. Из них 39 журналистов уволились на следующий день после того, как стало известно о вынужденном уходе главного редактора «Ленты.ру» Галины Тимченко¹. История вызвала большой резонанс в медиасреде и вскрыла проблемы в системе российской журналистики, которая развивается не в сторону роста качества, а в сторону увеличения монетизации изданий.

Интервью проводилось через Skype в период 01.10.2015 по 01.11.2015. Всего было опрошено 30 респондентов, 20 из которых, как уже было отмечено, являются экс-журналистами и редакторами «Ленты.ру» (которые уволились после ситуации с Галиной Тимченко), и еще 10 человек – региональные журналисты, которые также когда-либо увольнялись из редакций СМИ из протестных соображений. Данная группа была взята для сопоставления факторов и мотивов

¹ Из «Ленты.ру» уволились 39 человек // Лента.ру [Электронный ресурс]. 13.03.2014. URL: <http://lenta.ru/news/2014/03/13/lentaru/>. (дата обращения: 24.06.2016).

увольнения с теми, что были получены в результате анализа интервью экс-сотрудников «Ленты.ру». Данные из разных источников были интегрированы в целях повышения обоснованности исследовательских интерпретаций.

Критерием целевой выборки послужил факт увольнения по собственному желанию из институционального СМИ. Изначально планировалось провести интервью только с сотрудниками «Ленты.ру», однако отчасти из-за трудностей отбора необходимого числа респондентов, отчасти из желания проникнуть глубже в исследуемое явление, список респондентов был расширен.

Рассмотрим эти причины более подробно. Первая причина обусловлена, например, тем, что значимая часть уволившихся сотрудников «Ленты.ру» эмигрировали за границу или имеют плотный командировочный график. Их интервьюирование было затруднено разницей во времени и занятостью респондентов. Также достаточно трудно было наладить контакт из-за большого общественного резонанса темы, которая спровоцировала интерес к журналистам «желтых» изданий. Некоторые респонденты детально знакомились с целями интервью, научной работой и даже биографией исследователя, так как опасались, что информация может попасть в скандальные СМИ.

Вторая причина обусловлена тем, что ситуация массового увольнения из «Ленты.ру» отражает исследуемое явление, однако не исчерпывает его. В России широко развита сеть местных, региональных СМИ поэтому одной из задач исследования целесообразно было сделать сравнение мотивов и целей журналистов, которые увольнялись из соображений протеста, в Москве и в регионах России.

Практическая значимость

Результаты эмпирического исследования могут быть использованы для построения моделей развития институциональных СМИ, ведущих свою деятельность на территории России. Также практическая значимость эмпирического исследования в том, что оно представляет прогнозы развития российской журналистики.

2.2 Исследование внешних проявлений деинституционализации российской журналистики

Обратимся к **первому, одному из наиболее значимых исследовательских вопросов**: каковы факторы, признаки и социальные последствия внешней деинституционализации российской журналистики?

Основным **признаком** внешней деинституционализации является **развитие журналистики хорошо информированного гражданина** (А. Шюц), то есть, журналистики, которая находится «за пределами» института. При анализе транскриптов глубинных интервью даже удалось зафиксировать термины, близкие по значению к используемому термину *деинституционализация* (во внешних ее проявлениях): «Я бы сказал, что имеет место **децентрализация информации**, которую раньше транслировали только СМИ. Сейчас, с развитием интернета, выходит и живет то, что востребовано обществом» [м., 44 года, банкир, г. Москва]. В рамках анализа документов был зафиксирован термин **деиндустриализация** [Е. Вартанова], отражающий сущностный аспект журналистики *хорошо информированного гражданина*: появление журналистских практик вне существующего института (индустрии).

«Журналистика перестала быть такой интересной профессией, как раньше, когда у журналистов была монополия на то, чтобы рассказывать информацию... Журналисты оказались не готовы к такому изменению своего статуса» [И. Засурский].

Социальным последствием внешней деинституционализации является проблема конкуренции между представителями институциональных СМИ и журналистики *хорошо информированного гражданина*. Ее признание или непризнание соответствует признанию или непризнанию факта **потери монополии** институциональных СМИ на дистрибуцию глобального контента, на формирование информационного аналога общества.

В рамках качественного анализа документов удалось зафиксировать, как различаются оценки этой конкуренции. **Первая точка зрения** (ее высказывают представители институциональной журналистики) состоит в том, что

журналистика хорошо информированного гражданина не угрожает институциональным СМИ. Аудитории по-прежнему интересен контент институциональных СМИ: *«Уже придумали новый способ коммуникации? Инфографика м/б [может быть – прим. авт.]? Прекрасно, но не всегда исчерпывающе. Да и недешево пока...Пока есть различные ЦА [целевая аудитория – прим. авт.] и интересы, будут существовать различные формы текста»* [С.Р., журналист. Facebook. 25.03.2015]. Под «различными формами текста» в данном высказывании имеется в виду контент в институциональных СМИ и контент деинституциональных журналистов.

В рамках глубинных интервью такая позиция о конкуренции также была высказана. Она, в частности, опирается на тот факт, что институциональные СМИ будут заниматься дистрибуцией контента, независимо от насыщенности новостного фона, в то время как журналистика *хорошо информированного гражданина* существует, пока к ней есть интерес самих авторов блогов и социальных сетей: *«Журналист, в отличие от любителя, имеет профессиональные обязанности. Если бы важность информации была абсолютным понятием, то профессиональной журналистики вообще бы не существовало. Но важность – понятие относительное, и поэтому журналист ежедневно рассказывает людям о том, что важно именно сегодня. Любитель никогда не будет этим заниматься, он пишет, когда ему ''охота''»* [м., 29 лет, редактор интернет-портала, г. Казань]. Кроме того, профессиональные СМИ нацелены на формирование информационной **картины** дня (подчеркнем слово «картины»), что также дает им преимущество перед журналистикой *хорошо информированного гражданина*: *«Ни один блог или канал видеохостинга не охватывает широкий набор интересов человека. Есть потрясающие блогеры, которые классно пишут об автоспорте или о музыке, но они ничего не пишут о финансах. А читать 100500 блогов ежедневно – физически невозможно»* [м., 28 лет, главный редактор интернет-портала, г. Тольятти]. Фактически, эта позиция

отражена в описании Э. Хьюзом отличий института от внеинституциональных практик¹.

В одном транскрипте глубинного интервью зафиксировано мнение, что деинституциональные и институциональные журналисты не являются конкурентами по причине формального несоответствия термина «конкуренция» описываемому процессу: *«Конкуренция подразумевает конфликт. Конфликт подразумевает две стороны. Сомневаюсь, что в описываемой ситуации кто-то хочет кого-то уничтожить»* [м., 44 года, банкир, г. Москва]. Обратившись к теоретическим основаниям развития профессиональных институтов, еще раз заметим, что даже если несколько институтов не вступают в конфликт (так как они производят совершенно разные типы знания), они могут конкурировать за ограниченные ресурсы аудитории и за статус держателя социальной власти².

В противовес данной точке зрения высказывается другая, принадлежащая по большей части представителям деинституциональной журналистики, хотя некоторые институциональные журналисты также ее придерживаются. **Вторая точка зрения состоит в том, что конкуренция присутствует. Попытка не заметить, проигнорировать ее еще больше отрывает институциональные СМИ от современных технологий создания и распространения контента (а также форм этого контента), востребованных аудиторией.** То есть, институт окончательно теряет возможность вернуть себе монополию на глобальную дистрибуцию контента, во всяком случае, в интернете. Это соответствует описанным в работе Бергера и Лукмана³ факторам деинституционализации, которая может быть вызвана излишне долгим сроком адаптации института к новым реалиям. В рамках анализа документов найдено много высказываний, отражающих данную позицию: *«Уровень информационного шума так высок, что значимость классической журналистики и пиар постоянно снижаются. Уже*

¹ Хьюз Э. Изучение институтов // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. И пер. Николаев В.Г.; Отв. ред. Евременко Д.В. М.: ИНИОН РАН, 2015.

² Edy J.A., Snidow S.M. Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media's Challenge // Journal of Communication. 2011. Vol.61, 5. P. 816–834.

³ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995.

сейчас 75% работы пиарщика и журналиста...выполняют эксперты, рекомендательные сервисы, социальные сети, фильтры информации, не связанные со СМИ. Меня забавляет, когда профессионалы, которые по сути своей работы должны обладать широчайшим кругозором, в споре упираются в примитивные реалии сегодняшнего дня. И вопрос не в том, что вы этого не знаете, а в том, что это процессы, которые от вас не зависят. **Пока вы искренне верите в свою незаменимость, вы верным шагом идете к будущей собственной ненужности**» [К.Г., пиар-специалист. Facebook. 04.04.2015]. «Профессии журналиста и пресс-секретаря **умирают**, тексты по ключевым словам будут генерировать машины. И вообще текст как таковой уже **никому не нужен** – только краткая сжатая информация» [В.С., пиар-специалист. Facebook. 03.04.2015]. Здесь не просто высказывается мнение, что институциональная журналистика теряет монополию на *формирование информационного аналога общества*. В данном документе говорится, что сам информационный контент становится устаревшей формой коммуникации, и в постмодернистской среде интернета актуализируются новые формы контента – картинки, видео, инфографика, коллажи.

В рамках глубинных интервью также выявлена позиция признания факта конкуренции институциональных СМИ и журналистики *хорошо информированного гражданина*: «Я считаю, что они составляют конкуренцию за информацию и внимание аудитории, но пока не за рекламные бюджеты. Вскоре будет конкурировать и за рекламные бюджеты, тогда погибнут многие СМИ» [м., 29 лет, главный редактор, г. Казань]. «В отношении оперативности передачи информации и лояльности читателей эти две журналистики – несомненные конкуренты. Если говорить о Самаре, то и качество информации в блогах зачастую выше, чем у СМИ» [м., 31 год, блогер-тысячник, г. Самара]. «Увы, традиционные СМИ не могут больше конкурировать с интернетом по оперативности. И не только в ней. Наши рекламные агенты не умеют продавать рекламу в интернете. Часто они вообще боятся подходить к компьютеру. Если я начну рассказывать своему руководителю отдела рекламы

про социальные сети, она может задремать» [м., 33 года, главный редактор газеты, г. Самара].

Вторым социальным последствием внешней деинституционализации является **процесс адаптации институциональных СМИ к новой информационной реальности**, их попытка перенять способы и технологии создания контента в интернете, востребованные аудиторией (которые уже успешно использует журналистика *хорошо информированного гражданина*). Это последствие напрямую связано с признанием факта конкуренции между двумя анализируемыми видами журналистик. В профессиональных группах на Facebook активно подвергаются сомнению «старые» методы работы – написание классических новостных заметок, статей, рассылка пресс-релизов. Частые темы дискуссий: насколько целесообразно распространение классических пресс-релизов (в сфере пиар)? Насколько целесообразно написание больших статей в печатных изданиях? Как на постоянной основе настроить работу в социальных сетях, видеоканале YouTube, блогах? Некоторые называют YouTube *«хорошим инструментом»* [В.С., журналист. Facebook. 21.02.2015], некоторые – *«исключительно вспомогательной спорной технологией»* [Е.Л., журналист. Facebook. 21.02.2015], однако интерес к этой теме показателен. Факт того, что институциональные СМИ осваивают новые типы контента, подтвердился и в анализе глубинных интервью: *«Российская журналистика трансформируется в журналистику "картинок" и мультимедиа»* [ж., 29 лет, главный редактор журнала, г. Нижний Новгород].

В документах рассматриваемое социальное последствие внешней деинституционализации описывается как позитивное. В одном из документов говорится, что в начале XXI века профессиональная, *институциональная* журналистика окончательно превратилась в индустрию, но, взаимодействуя с *деинституциональной* журналистикой, она постепенно возвращается в творческое русло: *«Тенденция возвращения креативности в профессию пришла с интернетом, блогосферой и блогерами, социальными сетями, любительскими фото и видео (особенно)»* [Е. Вартанова]. Фиксируется момент взаимодействия

этих двух журналистик, влияния деинституциональной журналистики на институциональную.

Третьим социальным последствием является возникшая **проблема авторства контента** (и связанная с ней проблема значимости самого авторства), обусловленная возможностью неограниченного тиражирования информации: *«Все сейчас активно пользуются чужим материалом. В интернете доказать авторство становится невозможно»* [ж., 19 лет, блогер, г. Челябинск].

Четвертым социальным последствием (также связанным с принятием факта конкуренции между институциональными СМИ и журналистикой *хорошо информированного гражданина*), является снижение доверия к журналистскому образованию. В одном из сообщений в социальной сети Facebook на вопрос: *«Что бы вы рассказали на лекции студентам специальности "Журналистика?"»*, профессиональный журналист отвечает: *«Идите работать с 1-го курса! Ваши дипломы никому не нужны!»* [М.И., журналист. Facebook. 02.03.2015]. Некоторые представители профессиональной группы высказали еще более категоричные суждения: *«Я бы сказала, не идите туда! Лучше быть стоматологом, юристом, бухгалтером»* [Е.Ш., пиар-специалист. Facebook. 02.03.2015], *«Бросайте это дело. Так бы и сказал»* [Р.М., директор пиар-клуба. Facebook. 03.03.2015], *«Пока не поздно, подумайте: оно вам надо?»* [И.Г., пиар-специалист. Facebook. 03.03.2015]. Особенно показательно, что высказывания в стиле *«не стоит идти в профессию»* не являются ответом на изначальный вопрос. Автор первого высказывания всего лишь интересуется, что можно рассказать студентам, а в последующих высказываниях развивается мысль, говоря, что данная лекция, как и обучение профессии журналиста, бессмысленны.

Благодаря глубинным интервью удалось получить разъяснение, уточнение этого тезиса: большинство информантов не отрицали необходимость обучения журналистике. Они лишь говорили о необходимости трансформировать систему обучения, так как нынешняя система самовоспроизводства института журналистики в России перестала работать должным образом: *«Журналистское образование не нужно именно в нынешнем виде. При выборе кандидата на*

работу я сейчас скорее сделаю выбор в пользу человека с нежурналистским образованием» [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара]; *«Профессиональное журналистское образование сегодня нужно только для того, чтобы те, кто хочет быть журналистом, находили единомышленников. Так что кафедры и факультеты журналистики можно смело заменять встречами анонимных журналистов»* [м., 29 лет, главный редактор интернет-портала, г. Казань].

Перейдем к **исследовательскому вопросу 2¹**. Каковы факторы возникновения деинституциональной журналистики? Что отличает эту журналистику от повседневной практики общения в социальных сетях?

Первый фактор развития деинституциональной журналистики – *информационно-техническая революция* (М. Кастельс), то есть, глобальное развитие информационных технологий, которые потенциально дают доступ к возможности создания и дистрибуции информационного контента любому желающему. Указание на это зафиксировано в анализируемых документах: *«Мы проспали не одну, а две цифровых революции. Первая революция – это интернет, вторая – соцсети. И проблема с новой революцией в том, что это не вопрос смены носителя, как многие это воспринимают. Мол, вот была газета, потом сайт, теперь соцсети. Это ошибка. Речь о том, что меняется природа потребителя, то есть человека... Думать об этом, как о простом суммировании площадок – ошибка, которая нам всем дорого будет стоить»* [А. Венедиктов]. *«Благодаря социальным сетям у людей появился голос. Здесь все пишут бесплатно, в том числе люди серьезные, обладающие экспертным мнением»* [И. Засурский]. Этот вывод был подтвержден в рамках анализа транскриптов глубинных интервью. В частности, один из представителей институциональных СМИ говорит о потенциальном доступе к информационным поводом любого желающего из-за развития социальных сетей: *«Раньше все сплетни разносились*

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституционализации российской журналистики».

из уст в уста, а теперь через Facebook, Twitter, Вконтакте» [м., 29 лет, главный редактор интернет-портала, г. Казань].

В рамках диссертации **технологический фактор** внешней деинституционализации российской журналистики выделен как самостоятельный, однако он неотделим от второго **фактора, социального** – от изменения «природы потребителя», о которой писали М. Кастельс (который ввел термин *креативная аудитория*¹) и Э. Тоффлер (который ввел термин *просьюмер*²). Социальный фактор раскрывается в термине журналистика *хорошо информированного гражданина*, который в диссертации используется наряду с термином *деинституциональная журналистика*, настраивающим фокус на технологический фактор.

Оба фактора были подробно рассмотрены в рамках свободных интервью со свидетелями падения челябинского метеорита 15 февраля 2013 года. Это пример того, как журналистика *хорошо информированного гражданина* может выиграть в конкуренции с профессиональными СМИ. СМИ не могли ожидать, что в этот день произойдет экстраординарное событие, и большинство профессиональных изданий не проводили собственную фотосъемку, используя записи случайных свидетелей. Например, телеканал НТВ в сюжете «Взорвавшийся над Челябинском огненный шар оказался метеоритом»³ подготовил закадровый текст и наложил его на видео трех пользователей блогхостинга YouTube⁴. Также поступили «Первый канал», Россия-1. Кроме того, потребители информационного контента в большинстве своем обращались за подробностями не только к СМИ, но и к многочисленным записям в блогах, постам в социальных сетях, видеозаписям на YouTube, которые выкладывали жители Свердловской, Тюменской и Челябинской областей, заснявшие событие на любительские камеры

¹ Кастельс М. Власть коммуникации / Пер. Н.М. Тылевич под ред. А.И. Черных. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016.

² Цит. по: Гатов В. Будущее журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.

³ Взорвавшийся над Челябинском огненный шар оказался метеоритом // НТВ [Электронный ресурс]. 15.02.2013. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/463136/>. (дата обращения: 24.06.2016).

⁴ Псевдонимы пользователей, видео которых использовал в упоминаемом сюжете телеканал НТВ – «Андрей Борисович Королев», «Кирилл Зима» и «Mitslancer9».

Технологический фактор внешней деинституционализации связан не только с развитием интернета, но и с широким распространением средств фиксации, а также возможностью быстро оцифровать и транслировать видеозаписи. Некоторые свидетели падения челябинского метеорита случайно запечатлели событие на видеорегистратор в автомобиле. Среди записей, зафиксировавших падение, также встречаются данные с камер наружного наблюдения, которые в момент падения вообще не управлялись людьми и снимали автоматически. Это иллюстрирует описанный Б. Латуром принцип делегирования вещам¹ (в данном случае – гаджетам) задачи зафиксировать событие, что впоследствии дало возможность распространить контент даже тем, кто вообще не наблюдал падение метеорита.

В рамках анализа транскриптов свободных интервью удалось значительно расширить понимание **социального фактора** возникновения журналистики *хорошо информированного гражданина*. Трое информантов отметили, что снимали падение метеорита на сотовый телефон, причем, они делали это, чтобы затем поделиться этой информацией с *другими*², из них двое оказались владельцами собственных относительно популярных блогов, то есть, они по факту уже являлись деинституциональными журналистами, а еще один информант не был связан с журналистикой (институциональной или деинституциональной): *«Я снял необычное явление и неизвестную на тот момент ситуацию, чтобы показать его как момент в истории города детям, внукам или оказать поддержку СМИ»* [м., 33 лет].

Большинство других интервьюируемых или совсем не снимали падение, или же основным мотивом для съемки послужило желание показать фото (видео) близкому окружению/друзьям в социальной сети или снять *для себя*: *«Честно говоря, желания снимать и фотографировать не было. Главное было, что*

¹ Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006.

² В нескольких интервью встретилось указание информантов на «*других*». Путем уточняющих вопросов удалось выяснить, что речь идет о «*других*» в значении «кого-то, помимо близкого окружения и друзей в социальных сетях». Этот факт стал основой понятия *притязание на глобальную (в смысле: не локальную) дистрибуцию информационного контента*, которое в диссертации используется для разделения журналистики *хорошо информированного гражданина* и повседневной практики общения в социальных сетях.

*происходит ужасное, и нужна ли кому-то помощь» [м., 29 лет]. «Во время падения я была в автобусе, и там, мягко говоря, не до съемок было. А когда вышла, была в шоке от разбитых стекол университета и вида людей в крови, поэтому и там о съемках не думалось даже, хотя многие рядом стоящие люди снимали» [ж., 21 год]. «Такое увидишь раз в жизни. Делиться ни с кем задачи не ставил, хотел **запечатлеть для памяти**» [м., 28 лет]. Большинство информантов, которые сняли падение метеорита для себя, выкладывали материалы на страницы в социальных сетях (как и те, кто отметил, что ставил цель поделиться контентом с широкой аудиторией): «Хотелось быть первыми, хотелось заснять все происходящее именно на СВОЙ телефон и потом выложить эти материалы в соцсети, **чтобы набрать больше лайков**» [ж., 25 лет].*

Таким образом, мотивы информантов, которые снимали падение метеорита для себя, для памяти, а потом выкладывали их с целью набрать «лайки» в социальных сетях не являются журналистскими. И напротив, можно считать журналистским мотив тех информантов, которые фиксировали событие, чтобы затем рассказать о нем широкой аудитории (*другим*). Этот мотив в рамках диссертации назван *притязанием на неограниченную/глобальную дистрибуцию информационного контента*. Он является **социальным фактором** возникновения журналистики *хорошо информированного гражданина* и основным отличием деинституциональной журналистики и повседневной практики общения в социальных сетях (у которой отсутствует это притязание).

Был задан уточняющий вопрос о том, считают ли информанты важным тот факт, что они выложили информацию о падении метеорита в социальную сеть. Те, кто не руководствовался во время съемки и дистрибуции контента обозначенным журналистским мотивом, отметили, что не считают свой поступок важным: «Не думаю, что сделала что-то значимое» [ж., 27 лет]. Более того, в одном транскрипте был зафиксирован момент раскаяния, недовольства тем, что контент информанта в социальных мог вызвать повышенное внимание широкой аудитории: «От метеорита у меня не осталось приятных эмоций. Сейчас,

оглядываясь назад, могу сказать, что самое первое чувство: "О, наш город заметили!", – теперь покрывается налетом отворачивания. Если бы у меня была сила отменить все, я бы так и сделала. Меньше шумихи – меньше наигранного пафоса» [ж., 19 лет].

Причастность к деинституциональной журналистике не обязательно определяется наличием *притязания на неограниченную/глобальную дистрибуцию информационного контента* во время фиксации события на сотовый телефон. Она может возникнуть и у тех, кто сам **не был** свидетелем события (и ничего не фиксировал), но впоследствии собрал контент других пользователей, обработал его и **распространил** в социальной сети. Это подчеркивается в самом понятии *притязание на неограниченную/глобальную дистрибуцию информационного контента*. Для иллюстрации этого вывода диссертантом была составлена схема, показывающая отличие деинституциональной журналистики от повседневной практики общения в социальной сети (Рис. 1).

Журналист или НЕ журналист?

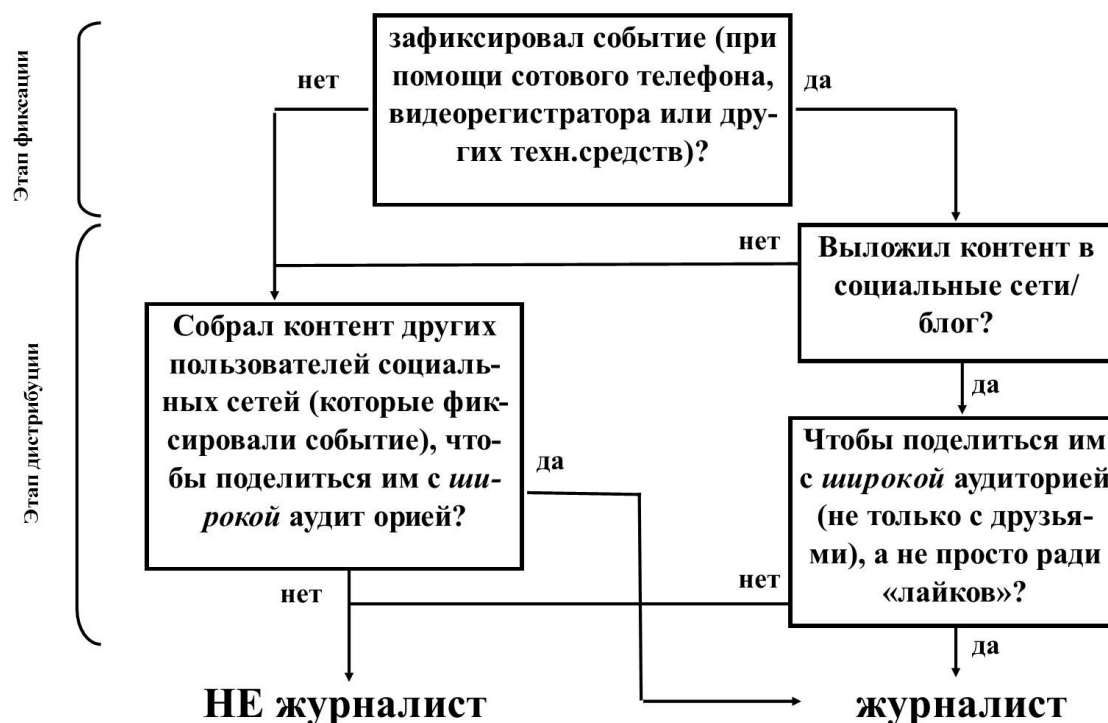


Рис. 1. Схема различия между деинституциональной журналистикой и практикой повседневного общения в социальных сетях

Перейдем к **исследовательскому вопросу 3¹**: различаются ли оценки институциональных и деинституциональных журналистов в отношении деинституциализации журналистики. Какие признаки деинституциализации журналистики считаются позитивными, а какие – негативными?

Развитию деинституциональной журналистики дается **позитивная** оценка. Она присутствует в двух документах: *«Журналист в новом мире, по сути, становится медиатором, решая задачи социальной коммуникации»* [И. Засурский]. **Отчасти негативная** оценка в документах относится не к самой деинституциализации журналистики, а к ее социальному последствию – факту конкуренции с профессиональными СМИ. При этом **негативность** связана с анализом процессов с позиции институционального журналиста, который осознает потерю монополии на глобальную дистрибуцию контента.

В рамках глубинных интервью **негативно было оценено** такое последствие внешней деинституциализации как **усложнение процедуры поиска контента**: *«Большое количество постов и мнений дает мне полную картину по любому вопросу. И это определенно позитивно. С другой стороны, из-за "свободных" ресурсов стало много бесполезной информации. Теперь нужно на порядок больше времени для поиска чего-то действительно полезного. И это негативно»* [м., 26 лет, ученый-физик, г. Самара]. Негативно в одном из транскриптов оценивается отсутствие контроля за деинституциональной журналистикой – в той связи, что часть авторов могут безнаказанно нарушать профессиональную или социальную этику: *«Деятельность блогеров и поведение лидеров мнений никак не регулируется – ни законом, ни различными органами. У таких авторов часто просто нет морально-этических ценностей»* [м., 28 лет, редактор интернет-портала, г. Самара]. Несколько респондентов, относящихся к группе журналистов, отметили, что вообще не считают внешние контринституциональные процессы позитивными или негативными: *«Никакой*

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституциализации российской журналистики».

окраски этот процесс не носит. Это **просто объективная реальность**» [м., 34 года, главный редактор интернет-портала, г. Самара].

Перейдем к **исследовательскому вопросу 4¹**. Как позиционируют себя в блогах и социальных сетях институциональные журналисты? Имеет ли место определенное смещение идентичности (могут ли институциональные журналисты выступать как деинституциональные)? Этот вопрос рассматривался в рамках глубинных интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики). Выяснилось, что все информанты-институциональные журналисты ведут страницы в социальных сетях, а некоторые ведут собственные блоги. Они позиционируют себя в блогах с трех позиций: 1) как журналисты определенного институционального СМИ, 2) как источники новостных поводов, 3) как «простые» пользователи, практикующие повседневное общение в социальных сетях. При этом позиционирование себя как журналистами определенного институционального СМИ упоминалось почти всеми респондентами: *«Веду личные страницы. Позиционирую себя как сотрудник СМИ, что не исключает использование страницы для личного общения. Такое гибридное позиционирование»* [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара].

Представители деинституциональной журналистики позиционируют себя по большей части как ньюсмейкеры (источники новостных поводов) и, в меньшей степени, как «простые» пользователи, практикующие повседневное общение в социальных сетях: *«Я веду личный блог и аккаунты в соцсетях. Позиционируюсь как самостоятельный источник информации»* [м., 31 год, блогер-тысячник, г. Самара].

Таким образом, некоторые институциональные журналисты ведут блоги и социальные сети, чтобы выступать в них как источник новостных поводов (что соответствует позиционированию представителей деинституциональной журналистики). Однако в данном случае не идет речь о смещении идентичности,

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституционализации российской журналистики».

потому что эта роль **второстепенная**, она развивается на фоне ведущей роли профессионала, журналиста определенного СМИ. Такое позиционирование накладывает определенный отпечаток на ожидания аудитории относительно качества материалов профессиональных журналистов (даже в их собственных социальных сетях и блогах) и ее реакцию в случае неудачи.

Если бы роль источника новостных поводов превалировала, можно было бы предположить, что в институциональном СМИ (где работает журналист и где он, по идее, может реализовывать свои профессиональные потенциалы) *профессиональные ожидания* (термин Э. Хьюза) журналиста не оправдываются. Все это относится к внутренней деинституционализации, проявления которой будут подробно рассмотрены в рамках исследовательских вопросов 6-7.

Информанты, не связанные с журналистикой (институциональной или деинституциональной), используют социальные сети исключительно в рамках практики повседневного общения в интернете: *«Страницу в соцсетях я использую как способ общения с коллегами и друзьями. И как музыкальный плеер»* [м., 26 лет, ученый-физик, г. Самара]. Чем старше интервьюируемый, тем больше он думает о собственном позиционировании в социальных сетях, однако роль источника информации, ньюсмейкера здесь все равно не проявляется: *«У меня есть личные страницы в соцсетях. Я создал их, чтобы заявиться в определенных социальных кругах, ну и для наблюдений за позиционированием некоторых других индивидов»* [м., 51 год, бизнесмен, г. Самара]. Ни один интервьюируемый из числа потребителей информации не упомянул о том, что ведет страницу в социальной сети для дистрибуции контента потенциально *широкому* кругу пользователей (отсутствует *притязание на неограниченную/глобальную дистрибуцию информационного контента*).

Хотя это и не входило в круг исследовательских вопросов, удалось выяснить, что информанты используют разные виды социальных сетей для разных задач. Для прямых трансляций чаще используется сеть Twitter, для публикации развернутых материалов – LiveJournal: *«На ЖЖ каждый материал – это отдельная ссылка, которую легко отыскать в поисковой машине. А вот*

Facebook к индексации относится небрежно... Объемные, аналитические тексты лучше публиковать на ЖЖ. Короткие очерки, репортажи, материалы от "первого лица", новости в стилистике городских анекдотов – на Facebook или "Вконтакте"» [м., 33 года, главный редактор газеты, г. Самара].

Обратимся к **исследовательскому вопросу 5¹**. По каким критериям строится доверие к тому или иному источнику² информации (институциональному или деинституциональному)? Действительно ли внешняя деинституционализация связывалась с ожиданиями получить доступ к достоверной, независимой информации? Каковы факторы их возникновения?

В рамках глубинных интервью с журналистами (представителями институциональной и деинституциональной журналистики) и потребителями информационного контента был выявлен один критерий формирования доверия к тому или иному СМИ – его **репутация**: *«Доверие у меня больше к тем СМИ, в которых работают опытные журналисты с хорошей школой – "Коммерсант", "Ведомости", РБК, "Форбс"»* [ж., 29 лет, главный редактор журнала, г. Нижний Новгород]. *«Единственный оставшийся критерий – репутация»* [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара]; *«СМИ могут врать аудитории сколько угодно долго, но доверие потеряют только тогда, когда вскроется эта ложь»* [м., 29 лет, главный редактор интернет-портала, г. Казань].

Тональность ответов информантов, которые говорят, что репутация – «единственный оставшийся» критерий формирования доверия, позволяет зафиксировать (лишь качественно, но не количественно) снижение доверия к СМИ. Это подтвердилось в двух транскриптах глубинных интервью: *«Очевидна потеря доверия к журналистскому сообществу. Журналисты заикнулись на стремлении писать для "заказчика", рекламодателя, для себя. Для кого угодно, кроме читателя»* [м., 28 лет, главный редактор интернет-портала, г. Тольятти].

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституционализации российской журналистики».

² Пишем «источник», так как включаем в это понятие и деинституциональную журналистику (например, конкретного пользователя или даже конкретный пост в социальных сетях), и профессиональные СМИ.

«Конечно, талантливые люди есть, но, по моим ощущениям, они все в “подполье” - делают небольшие СМИ, не лезут в политику, пишут колонки, ведут блоги или открывают какие-то не медийные проекты. Может быть, когда вся эта пропагандистская шумиха уляжется, андерграунд выйдет на поверхность и все снова будет как во времена Леонида Парфенова. Но пока лично для меня это только мечты» [ж., 29 лет, редактор портала, Санкт-Петербург]. В данной цитате присутствует аспект ожиданий информанта на деинституциональную журналистику как журналистику, свободную от пропаганды (предлагающую потребителю достоверный контент).

В рамках качественного анализа документов присутствие аналогичных ожиданий на деинституциональную журналистику подтвердилось. В двух документах указывается, что деинституциональная журналистика стала значимой, обсуждаемой и цитируемой. В противовес этому индикатором современного телевидения в одном из документов является программа «Вести недели» с Дмитрием Киселевым. Оценка деятельности ведущего радикальна – его называют не журналистом, а «артистом», пропагандистом: *«Я включаю телевизор, может, раз в месяц, а то и реже. Включаю только ради одной программы — "Вести недели", чтобы посмотреть на Дмитрия Киселева. На шоу одного актера... Меня хватает минут на сорок»* [Е. Масюк].

В в трех документах [А. Смелянский, Е. Шергова, Я. Засурский] снижение доверие к институциональной журналистике связывается с давлением власти на СМИ¹. Высказывается точка зрения о господстве политического капитала, который заставляет руководителей СМИ принимать решения, которые противоречат существо журналистского дела (Э. Хьюз): *«В журналистике сегодня господствует политический капитал... Часто для владельца важны не столько массы читателей, сколько те конкретные читатели, от которых зависит принятие решений. Кроме того, мне кажется, что многие газеты существуют из-за амбиций владельца, из-за его желания действовать на*

¹ Этот процесс является причиной протеста журналистов, нацеленных на работу в рамках существования журналистского дела (Э. Хьюз). Он будет подробно изучен в следующем параграфе, посвященном внутренней деинституционализации российской журналистики.

политическом поле. Это, конечно, не способствует расцвету таланта журналиста» [Я. Засурский].

В еще одном документе [В. Яковлев] недоверие к СМИ обусловлено поведением журналистов, которые породили «социальную катастрофу ненависти». Одна из наиболее эмоциональных цитат обращена к профессиональным журналистам и звучит как призыв изменить свое отношение к профессии: *«Я хочу сказать: РЕБЯТА, ЗАВЯЗЫВАЙТЕ! Перестаньте учить людей ненависти. Потому что ненависть уже разрывает нашу страну на части. Люди ненавидят друг друга. Люди живут в безумной иллюзии, что страну окружают враги»* [В. Яковлев]. Здесь фиксируется момент экстраполяции решений руководства (имеются в виду только что упомянутые решения, противоречащие существу дела) на самих журналистов, а также деформацию контента, который производят журналисты, под влиянием этих решений.

В двух документах [В. Яковлев, Л. Парфенов] присутствует важное уточнение, что к институциональным СМИ снижается доверие только «неравнодушной части общества», которая недовольна контентом СМИ. Те, в свою очередь, не стремятся улучшить качество контента, так как большая часть аудитории и так доверяет (=верит) любым фактоидам, даже если они абсурдны: *«Реальный ужас то, что огромный процент людей идею ядерной войны [имеется в виду идея возможной ядерной войны между сверхдержавами, высказанная на одном из федеральных каналов – прим. авт.] поддержали. Поддержали потому, что насмотрелись и начитались. А еще потому, что **верят тому, что читают и смотрят**»* [В. Яковлев]. В подтверждение этого тезиса приведем еще один фрагмент документа, в котором говорится, что хотя советская журналистика была менее мобильной и более зависимой от власти, со стороны общества сохранялся интерес к СМИ (имеется в виду, что большая часть общества была заинтересована в достоверном и качественном контенте). СМИ в таких условиях получали обратную связь, а вместе с ней и стимул к развитию. А к снижению качества контента в современных СМИ привела в том числе «русская привычка» быть безразличным: *«Честное слово, я не понимаю смысла разговоров о*

журналистике в условиях, когда она никому не нужна... Есть люди, которым что-то еще нужно делать по жизни, но пока этого не захочет общество – это туса между собой. Сами написали, сами почитали» [Л. Парфенов]. Одной из «квазимедийных форм» контента крайне низкого качества называется телевизионная «Прямая линия», когда власть общается с обществом по строго заданной схеме, с заранее подготовленными вопросами и ответами. Портрет российского зрителя, в связи с этим, рисуется в авторском тексте следующим образом: *«Не вставая с тахты, переключать федеральные каналы; попивая пивасик, думать о величии нашей страны и загнивания Запада. Это обычная русская привычка простого ответа на сложные вопросы»* [Л. Парфенов]. В рамках анализа транскриптов глубинных интервью нашлось подтверждение описываемому процессу: *«Мы видим явный перекося тематики массовых СМИ в сторону "чернухи": кровь, злодеяния, никакой добродетели. Но пипл хаваает, и впору вспомнить экономический постулат: "Спрос рождает предложение"»* [м., 28 лет, главный редактор интернет-портала, г. Тольятти].

Профессиональные СМИ (выводы сделаны по результатам анализа документов) не стремятся распространять качественный контент (также как большая часть равнодушной аудитории не хочет его получать), они в существенной своей части ангажированы и излишне заинтересованы в экономическом благополучии – в отличие от деинституциональной журналистики. Этот феномен терминологически фиксируется в одном из авторских текстов как *«самообслуживание населения на дому»*. Через тавтологию в документе говорится, что журналисты (руководствующиеся *существом журналистского дела* и **не** руководствующиеся им) работают сами для себя. Связь между журналистом и потребителем контента практически отсутствует, поэтому контент становится некачественным, а его получение – по большей части формальным, символичным.

Приведенный анализ соответствует тезису о том, что деинституциональная журналистика связывалась с ожиданиями доступа к достоверному контенту. Однако анализ большого числа документов и транскриптов интервью показал, что

эти **ожидания не оправдались**. В частности, выявлены такие практики потребления информационного контента, как полный отказ от обращения к российским источникам¹ и **переход к практике чтения не модерируемых ресурсов** на иностранных языках (которые являются частью зарубежной деинституциональной журналистики): *«В последнее время я предпочитаю только зарубежный пользовательский контент – например, "Reddit". Хотя сейчас потихоньку начинают "дышать" новые интернет-издания, от чтения которых не тошнит – "Йод", "Лентач". При этом откровенно либеральные СМИ вроде "Медузы" работают как машина ненависти. Они, как и официальные СМИ, искажают картинку, но уже в совершенно другую сторону»* [ж., 22 года, журналист интернет-портала, Самара].

Многие информанты упоминали о том, что их основной критерий доверия к иной информации - **анализ нескольких источников** («триангулятивный подход»): *«Я не буду доверять "Первому каналу", потому что они продуцируют одну точку зрения, а я знаю, что их как минимум две. Но я могу посмотреть новости на "Первом канале", потом почитать прозападное издание и еще какой-нибудь более-менее независимый источник... И с большой степенью вероятности сделать свой вывод, отличный от вывода всех перечисленных СМИ»* [м., 44 года, банкир, г. Москва]. Стоит подчеркнуть, что о таком подходе рассказывали не только представители СМИ и блогеры, но и простые потребители информации: *«Сейчас приходится анализировать целый комплекс информации, чтобы узнать хоть что-то достоверно»* [м., 51, бизнесмен, г. Самара]; *«Я всегда читаю несколько газет – только так можно хотя бы примерно понять, в чем истина»* [м., 28, банкир, г. Москва].

Анализ глубинных интервью показал, что, несмотря на практику анализа нескольких источников («триангулятивный подход»), некоторые информанты все равно не доверяют им, что подтверждает возникновение у определенной (критически настроенной) части общества тотального недоверия ко всем видам

¹ Пишем «источник», так как включаем в это понятие и деинституциональную журналистику (например, конкретного пользователя или даже конкретный пост в социальных сетях), и профессиональные СМИ.

источников: *«Я уже никому не доверяю, просто принимаю информацию к сведению. Мне интересны только факты»* [м., 31 год, блогер-тысячник, г. Самара]. *«Это полная утрата доверия ко всем источникам, кроме собственных глаз, хотя и они ошибаются»* [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара]. *«Последние события, то, как они освещались, убедили меня в мысли, что доверять можно лишь справочникам и энциклопедиям. Но уж никак не СМИ, и даже не соцсетям»* [м., 26 лет, ученый-физик, г. Самара]. *«Стало много "заказухи", и не всегда знаешь, где встретишь ее. Люди, видя деньги, теряют контроль и забывают о социальной ответственности – они не думают о последствиях, о читателях и о морали. Много "грязных" текстов»* [м., 28 лет, редактор интернет-портала, г. Самара]. Речь идет именно об утрате доверия – о том, что раньше они доверяли отдельным источникам, но теперь перестали им доверять.

В анализируемых документах очевидным образом присутствует тезис о том, что ожидания на получение достоверного контента через деинституциональную журналистику не оправдались: *«Мы думали, что информационный век принесет с собой всеобщую прозрачность. Мы ошибались. Он отобрал даже те немногочисленные источники ясности, которые у нас были. И это не смешно. Это опасно... При всем обилии и разнообразии медиаресурсов сегодня верить нельзя никому, в стране нет ни одной информационной ленты, которая давала бы исчерпывающую и адекватную картину происходящего – без лишнего шума, троллинга и манипуляций... Будет только хуже»* [Д. Соколов-Митрич]. Обратим внимание, что в данной цитате присутствует местоимение «мы», то есть, известный журналист утверждает, что данный процесс замечен не только им самим, но и, возможно, другими журналистами/потребителями контента.

Основные метафорические смыслы, связанные с ситуацией тотального недоверия ко всем видам источников, относятся к *«больничной теме»*: эпидемия ненависти, потеря кислорода, информационный парниковый эффект, удушье. Сделаем вывод, что описываемая ситуация (как и негативные процессы, происходящие с институтом журналистики) воспринимается как заболевание

общества: *«Вы думаете, откуда взялась эта эпидемия ненависти, которую мы сегодня наблюдаем? Все друг друга проклинали по признаку малейшего различия... Такое ощущение, будто из нашего жизненного пространства постепенно уходит кислород, и все мечутся от нарастающего удушья...В стране крепчает информационный парниковый эффект. Буквально»* [Д. Соколов-Митрич].

Другой блок метафорических смыслов связан с **войной и разрушением**: *всеобщее остервенение, радикализация мнений, распад общественного согласия*. Он фиксирует взрывное напряжение, вызываемое тотальным недоверием к любым источникам информации.

Выводы

Контринституциональные процессы (в терминах данного исследования - *деинституционализация* российской журналистики) действительно имеют место в социальной реальности. Основным признаком внешней деинституционализации является развитие журналистики *хорошо информированного гражданина*.

Выявлены два основных фактора возникновения деинституциональной журналистики – технологический и социальный. Технологический, более весомый фактор, связан с неограниченными возможностями дистрибуции контента, а также возможностью делегировать задачу зафиксировать событие гаджетам (сотовому телефону, видеорегистратору). Социальным фактором является *притязание на неограниченную/глобальную дистрибуцию информационного контента*. В нем состоит различие между журналистикой *хорошо информированного гражданина* и повседневной практикой общения в социальных сетях. Причем, мотив поделиться контентом может быть не только у тех, кто непосредственно был свидетелем события и сам зафиксировал его при помощи технических средств, но и у тех, кто, не являясь свидетелем, захотел проанализировать контент других пользователей и поделиться им.

Социальными последствиями внешней деинституционализации являются:

– Конкуренция между двумя видами журналистик (институциональной и деинституциональной) за ограниченные ресурсы потребителей контента. Есть две

точки зрения на то, кто выигрывает в этой конкуренции (институциональная или деинституциональная журналистика). Преимущества институциональной журналистики перед деинституциональной: дистрибуция контента, независимо от яркости и насыщенности новостного фона; возможность сформировать картину мира (предоставить потребителю только наиболее значимый контент). Преимущества деинституциональной журналистики: оперативность и гибкость (более активное следование за актуальными тенденциями создания и распространения контента).

– Процесс адаптации профессиональных СМИ к новой информационной реальности, их попытка перенять способы и технологии создания контента в интернете, востребованные аудиторией (которые уже использует деинституциональная журналистика). Это напрямую связано с признанием факта конкуренции между двумя анализируемыми видами журналистик.

– Возникшая проблема авторства контента (и связанная с ней проблема значимости самого авторства), обусловленная возможностью неограниченного тиражирования информации

– Снижение доверия к журналистскому образованию (которое не успевает изменяться в след за актуальными тенденциями в журналистике), что также связано с принятием факта конкуренции между институциональной и деинституциональной журналистикой (Рис. 2).



Рис. 2. Схема факторов, проявлений и социальных последствий внешней деинституционализации российской журналистики

Негативная оценка внешней деинституционализации связана затруднением поиска действительно полезной информации и отсутствием у многих деинституциональных авторов нормативных и ценностных ориентиров (что способствует активному проникновению в сеть оскорбительных или просто неправдивых суждений).

В вопросах собственного позиционирования в социальных сетях профессиональные журналисты придерживаются нескольких позиций — они используют социальные сети для личного общения, а также позиционируют себя в них как а) журналисты определенного СМИ, б) самостоятельные источники новостных поводов (что характерно для деинституциональных журналистов).

Однако в данном случае вряд ли можно говорить о смещении идентичности, потому что эта роль **второстепенная**, она развивается на фоне ведущей роли профессионала, журналиста определенного СМИ – в отличие от позиционирования деинституциональных журналистов, где эта роль является ключевой. Если бы роль источника новостных поводов превалировала, можно было бы предположить, что в СМИ (где работает журналист и где он, по идее, может реализовывать свои профессиональные потенции) *профессиональные ожидания* (термин Э. Хьюза) журналиста не оправдываются. То есть, это бы являлось проявлением внутренней деинституциализации.

В проведенном исследовании нашла отражение надежда на деинституциализацию российской журналистики как доступ к достоверной. Зафиксировано снижение доверия к СМИ. Причина возникновения этой надежды связана с уже описанными процессами давления власти на журналистику, с отрывом профессиональных СМИ от существа журналистского дела (Э. Хьюз). В то же время, ожидания, связанные с деинституциональной журналистикой, не оправдались. Среди потребителей информационного контента распространен «триангулятивный подход», когда они анализируют несколько источников, и только после этого делают собственный вывод о ситуации. Также «единственным оставшимся» критерием формирования доверия называется репутация (того или иного источника).

Ситуация неоправдавшихся надежд на деинституциональную журналистику, а также зафиксированное тотальное недоверие ко всем видам источников описывается двумя метафорическими смыслами: «больничной темы» и «темы войны».

2.3 Исследование внутренних проявлений деинституциализации российской журналистики

Напомним, что под внутренней деинституциализацией в диссертации понимается активный протест профессионалов против *институциональной логики* (Э. Хьюз), отрывающейся от *сути журналистского дела*. Это протест против

ограничения свободы слова, против попытки транслировать через СМИ «выгодные» определенным кругам мнения и суждения, против публикации фактоидов (а не фактов).

Первая группа исследовательских вопросов, поставленных в рамках эмпирического исследования, позволила выявить контринституциональные процессы, которые являются внешними признаками деинституциализации российской журналистики. В данном параграфе речь пойдет о детальном изучении внутренних признаков деинституциализации. Затрагиваются следующие исследовательские вопросы из общего списка вопросов эмпирического исследования¹:

Вопрос 6. Каковы факторы и признаки внутренней деинституциализации российской журналистики?

Вопрос 7. Какова мотивация российских институциональных журналистов проявлять активный протест против *институциональной логики* СМИ, в которых они работают? Что они ожидают от профессии и своей должности, чего они не получают?

8. Какие перспективы развития есть у российской журналистики?

Обратимся к вопросу 6. Каковы факторы и признаки внутренней деинституциализации российской журналистики?

Признаки внутренней деинституциализации были выявлены в рамках глубинного онлайн-интервью с журналистами, которые когда-либо увольнялись из редакций, то есть с теми, кто непосредственно хоть раз проявлял протест против деформирующейся *институциональной логики* (Э. Хьюз). Часть информантов отметили, что единственная и главная форма протеста журналиста – **увольнение из СМИ по собственному желанию** (эта форма протеста более подробно будет рассмотрена в рамках **исследовательского вопроса 8**): *«В прошлом издании цензура была еще на этапе технического задания, а конечный вариант текста мог вообще не соответствовать исходному варианту. Мой*

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституциализации российской журналистики».

протест тихий и закончился увольнением, теперь мне не стыдно» [ж, 22 года, Самара]. Причем, анализ транскриптов показал, что большинство информантов не только не знают о других формах протеста, но и полагают, что в журналистике невозможна внутренняя деинституционализация в «дернеровском» смысле, когда профессионал остается работать в организации, но начинает игнорировать требования институциональной логики¹: *«Репутации всех изданий и топ-менеджеров хорошо известны: когда ты устраиваешься куда-то работать, ты представляешь себе, как там обстоят дела с цензурными правками, и если ты на них не согласен, то ты туда просто не идешь. И потом, это просто нехорошо по отношению к изданию: если ты не согласен с редакционной политикой, то зачем ты там работаешь?»* [м, 49 лет, Москва]. *«Это странно вдвойне – работать в таком СМИ, выпускать материалы под своей фамилией, а после кричать: "Это не я! меня заставили!"»* [ж, 22 года, Самара].

В то же время, анализ четырех транскриптов интервью позволил выявить несколько проявлений *открытого* и *скрытого* протестов. Двое респондентов рассказали о таких формах внутренней деинституционализации как **публикация «вырезанных» фрагментов журналистского материала у себя в блоге или на странице в социальной сети**: *«Такое было буквально два-три раза. Я хотел показать читателям несколько остроумных, на мой взгляд, замечаний, которые вырезал редактор»* [м, 24 года, Самара]. *«Это довольно редкая ситуация. Исключительная, я бы даже сказал. Лет за десять от силы пару случаев могу вспомнить... Когда вышел закон о запрете мата в СМИ, мне пришлось в тексте известного колумниста поставить звездочки вместо запрещенных слов. Когда он повесил свою колонку в соцсетях, то отдельно указал, какие именно слова были вырезаны цензурой. Но это была ирония, скорее»* [м., 39 лет, Москва-Рига].

Стоит заметить, не всегда публикация «вырезанного» фрагмента материала означает протест против институциональной логики. Один из региональных интервьюируемых отметил, что воспользовался такой практикой совсем недавно,

¹ Хьюз Э. Изготовление врача: общая формулировка идей и проблем // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т.7. №3.

однако она не была связана с протестом: из-за превышения объема редакция урезала несколько важных, по мнению журналиста, аспектов: *«К сожалению, из-за ограниченности газетного места часть текста сокращена и выпали некоторые, на мой взгляд, важные штрихи. Я опубликовал их на своей странице на Facebook»* [м., 50 лет, Ульяновск].

Еще одно проявление *открытого* протеста журналиста – **публикация «острого», злободневного контента в обход редактора** (фактически, это серьезное нарушение правил института). Такой случай был в «Ленте.ру» после увольнения по собственному желанию части редакции: *«Коллеги сделали какой-то особо острый текст, кажется, про российский парламент, да еще и озаглавив его как-то особо вызывающе (что даже для старой "Ленты.ру" было неприемлемо). Повесили его нарочно на "главную" как самый важный материал и ждали, когда Гореславский [редактор, который пришел после Галины Тимченко – прим. авт.] его снимет. Гореславский не сразу заметил, только через день или полтора»* [ж., 26 лет, Москва]. Фактически, в данном транскрипте речь идет не только об отказе следовать *институциональной логике*, но и о провокации других членов института, которые в формальной иерархии стоят на более высокой ступени (в данном случае – о провокационных действиях в отношении главного редактора).

Другие формы открытого протеста:

– **Саботаж работы редакции.** Форма характерна для «Ленты.ру» во время отработки последних недель «старыми» сотрудниками, некоторые из которых отказывались от работы над уже согласованными и выставленными в график публикаций темами.

– **Классические формы гражданского протеста: митинги, одиночные пикеты, сборы подписей** также являются формой протеста против институциональной логики. Проблемами, которые поднимаются на митингах, могут быть ущемление свободы слова или конфликт с властными структурами конкретных журналистов. В данном случае, выходя на митинг, журналисты будут выступать за решение проблем в своем собственном институте.

Выявлена такая форма **скрытого** протеста как **публикация контента (цитат или интервью отдельных персон) без стилистических правок**. Она интересна тем, что журналист, выбирая такой протест, формально действует в рамках правил института (он выполняет редакционное задание), но он выбирает такой метод расшифровки текста, интервью что читатель СМИ сразу может понять отношение журналиста к интервьюируемой персоне: *«Иногда лучшая форма протеста – это просто написать слова (например, политического лидера), без обычных стилистических правок. С междометиями, запинками – все, как он сказал. Тогда сразу станет понятно, что это за человек»* [м., 35 лет, Львов].

Еще одна, схожая форма **скрытого** протеста – **«молчаливый бойкот»**. Формально она также не является нарушением требований института, так как чаще всего журналиста не могут обязать обращаться за комментариями к конкретным ньюсмейкерам (хотя сейчас, по словам респондентов, такая практика существует). Но фактически, **«бойкот»** также помогает журналисту показать свое отношение к ним: *«Главная форма протеста – молчаливый бойкот. Просто не упоминать, игнорировать отдельных персон в своих текстах»* [м., 35 лет, Львов].

Среди других форм скрытого протеста были выявлены следующие:

– **Публикация контента «на стороне» (в другом СМИ) без указания авторства**. Такая практика может быть формой протеста как против редактора/редакторов своего СМИ (когда журналист не ставит в известность редактора), так и против собственников или других контролирующих структур (когда журналист отдает контент на публикацию другому СМИ с *«молчаливого одобрения»* собственной редакции, которая мирится с необходимостью цензуры и требованиями собственника)).

– Похожей формой протеста является **передача части эксклюзивного контента конкурентам** в случае невозможности его публикации в собственном издании. Здесь идет речь о конкретных комментариях (например, о комментариях правозащитников или оппозиционных политиков) или об информационном поводе, который журналист, работая в конкретном СМИ, не может

«отработать». По словам одного из интервьюируемых московских журналистов, такая форма протеста встречается среди московских изданий довольно часто. Респонденты из регионов о подобной практике не упоминали.

Все перечисленные проявления протеста журналистов соответствуют идее о действовании с опорой на *существо журналистского дела* (Э. Хьюз), о стремлении донести до аудитории контент, который не может быть опубликован в конкретном СМИ. Сам протест может быть **скрытым** или **открытым**.

В рамках анализа авторских текстов зафиксирован одна из главных факторов проявления институциональными журналистами протеста, то есть, **один из факторов внутренней деинституционализации**. Она кроется в некой разрозненности внутри института, в значительном идеологическом различии между «старым» и «новым» поколением журналистов. На языке социологических понятий, имеет место своего рода **поколенческий конфликт** между теми, кто начинал работать в период непосредственной зависимости журналистики от власти (в советское время), и теми, кто обучился журналистике и пришел в нее, когда она уже предпринимала попытки освободиться от давления власти, стать независимой (начиная с поздних 90-х): «*Старое поколение, которое до сих пор считает себя стартаперами, очень жестко относится к молодому поколению журналистов*» [Д. Муратов]. Отсылка к этому фактору есть и в глубинных интервью с институциональными и деинституциональными журналистами, причем анализ одного из транскриптов позволил сделать серьезное уточнение: в **поколенческом конфликте** внутри института журналистики три стороны, а не две. Первая – «старое поколение», которое формировалось в советское время и проявило себя в ранних 90-х. Вторая сторона – «среднее поколение» специалистов, которые проявили себя в поздних 90-х-начале 2000-х. Именно эти журналисты, по словам одного из респондентов, готовы отстаивать сохранение опоры в журналистике на *существо журналистского дела* и, за счет богатого опыта, многие из таких журналистов, наряду с журналистами «старого поколения», в данный момент руководят СМИ. Третья сторона – «молодое поколение» журналистов, которые чаще всего не проявляют интереса (или *пока*

не проявляют интереса) к проблеме *деформации существа журналистского дела*, так как увлечены современными digital-форматами журналистики, развлекательной, сервильной журналистики. Попадая в одно СМИ, эти три поколения могут конфликтовать. Опору на истинное *существо журналистского дела* (попытку реализовывать гражданские права и свободы, быть «контролером» власти), по мнению одного из информантов, сохраняют только СМИ, возглавляемые «средним поколением»: *«В зависимости от того, кто во главе редакции, СМИ стоят либо на позициях работы в стиле Советского союза, либо просто делают "джинсу"»* [ж., 29 лет, редактор журнала, Нижний Новгород], *«Самые лучшие СМИ в последнее время делали или делают как раз представители промежуточного поколения – Тимченко, Лысова, Осетинская, Миронюк. В остальных же случаях это в основном «морально и физически устаревшие» специалисты, формировавшиеся в 90-е и до сих пор работающие по старым лекалам, хотя медиaprостранство уже изменилось до неузнаваемости. Либо же, напротив, совсем юные руководители "хипстерских" изданий, понимающие новую медийную реальность, но не имеющие достаточной теоретической подготовки»* [м., 28 лет, редактор газеты, Москва]. Кроме того, существенной проблемой институциональной российской журналистики называется проникновение на руководящие должности редакторов и директоров СМИ всех трех поколений, из-за чего единые правила и стандарты работы института «разрываются», создавая три различных медиареальности.

Анализ транскриптов интервью показал, что **факторами протеста** также были необходимость выполнения роли **пропагандиста**, усиление **негласной цензуры** и **государственного контроля за СМИ**: *«Профессиональная журналистика уничтожена государством и самими журналистами, которые приняли правила игры. Остались лишь отдельные настоящие журналисты»* [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара]; *«Я вижу массированную пропаганду с разных сторон, не имеющую ничего общего с объективной журналистикой»* [м., 34 года, главный редактор интернет-портала, г. Самара]. *«Если говорить о том, что в английском называется "To hold the authorities*

accountable" [«держат власти подотчетными» – прим. авт.], *то журналистка была "оторвана" от своих основных функций сознательным и злоумышленным образом теми представителями вертикали, которые выполняют непосредственный надзор и цензуру. Это началось с 2001 года, разгона НТВ, увольнения Сергея Доренко. Такой надзор и вмешательство осуществляется до сих пор, но необходимость в нем уже не велика – телевизионное пространство "защищено" полностью, радиальное – тоже, "Эхо Москвы" мимикрировало под "оппозицию Ее Величества", газетный рынок – тоже, но на него еще наложилось катастрофическое падение тиражей. Единственным источником беспокойства "смотрящих" остается интернет» [м., 31 год, редактор интернет-портала Москва]. «Очевидно, журналистика оторвана от своей основной задачи – информировать. Хотя российские медиа не были не зависимыми и не будут – это утопия. Есть только локальные независимые редакции» [ж., 32 года, редактор интернет-портала, Самара]. Единожды высказана точка зрения, что профессиональные СМИ перестали выполнять даже функции образования и развлечения: «Вместо удовлетворения читательского интереса, классического "inform, educate and entertain" [информировать, обучать и развлекать – прим. автора], журналистика перешла к унылому обслуживанию интересов политических и бизнес-элит» [м., 28 лет, редактор газеты, г. Москва].*

Описанное явление способно порождать активные действия журналистов, несогласных с изменением институциональной логики профессии: например, увольнение по собственному желанию (это проявление протеста будет более подробно рассмотрено в рамках следующего вопроса), участие в митингах против ограничения свободы слова. Высказывается мнение, что глобализация медиа внесла свои корректировки в развитие института журналистики, в последние двадцать лет сблизив российскую журналистику с западной, и сейчас отход от «западных» принципов воспринимается журналистами особенно болезненно и провоцирует протесты: «За эти годы журналистика сильно «вышла из берегов» и постепенно возвращается в «традиционное» для нас, советское русло. Хотя,

*частично она все же переняла тот институциональный статус, что имеет журналистика в развитых западных странах. В стране появились СМИ, устроенные как бизнес, а не как дотационные подразделения властей разного уровня. Журналисты, пусть и на исторически короткое время, стали влиять на власть и контролировать ее от имени общества. Пока нельзя сказать, что столкновение двух традиций закончилось безоговорочной победой отечественной школы, но **предательство собственных идеалов образца 1996 года нам уже стоит дорого**» [м., 37 лет, редактор газеты, Санкт-Петербург].*

Обратимся к исследовательскому вопросу 7¹, в рамках которого будут более подробно рассмотрены мотивы институциональных журналистов, которые решают уволиться из СМИ. Какова мотивация увольнения по собственному желанию журналистов, которые совершили такой поступок? Что они ожидают от профессии и своей *должности* (термин «должность» здесь в контексте Э. Хьюза), чего они не получают²? Ответ на этот вопрос был получен в результате анализа транскриптов глубинных интервью с журналистами, которые когда-либо

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституционализации российской журналистики».

² Стоит отметить, что эмпирические исследования внутренней деинституционализации журналистики в отечественной социологии отсутствуют, поэтому здесь открываются большие перспективы для понимания и интерпретации социальных действий, направленных на внутреннее разрушение логики социального института журналистской профессии.

Основу целевой выборки глубинных интервью на эту тему составили журналисты, которые в 2014 году приняли решение громко уволиться по собственному желанию из редакции «Ленты.ру» (почти одновременно редакцию покинули более 70 человек). Эксперты журналистского сообщества отмечают, что уход журналистов «Ленты.ру» породил новый этап развития журналистики в России [Как разгон «дорогой редакции» породил новую волну small media // Реальное время [Электронный ресурс]. 5.11.2015. URL: <http://realnoevremya.ru/today/17123> (дата обращения: 25.06.2016)] и спровоцировал появление метафоры «дорогая редакция», которая одновременно включает в себя два смысла. С одной стороны, это высокопрофессиональный журналистский коллектив, открытый к обратной связи и перманентному совершенствованию своих навыков². С другой стороны, это коллектив, который в современных рыночных условиях не выгоден собственнику СМИ и является для него в прямом смысле слова «дорогим». В частности, он является дорогим из-за того, что журналисты нацелены на сущность профессии – качественное и всестороннее информирование аудитории, а не на коммерческую работу по повышению окупаемости СМИ.

Упомянутая метафора закрепилась в медиасообществе после открытого обращения журналистов «Ленты.ру» в день вынужденного увольнения главного редактора издания Галины Тимченко, которое они назвали «Дорогим читателям от дорогой редакции» и которое в обход нового руководства они поместили на сайте «Ленты.ру» [Дорогим читателям от дорогой редакции // Лента.ру [Электронный ресурс]. 12.03.2014. URL: <http://lenta.ru/info/posts/statement/>. (дата обращения: 25.06.2016)] (что, как было выявлено в ходе исследования, тоже является одним из актов внутренней деинституционализации журналистики). Позднее была выпущена книга «Дорогая редакция. Подлинная история «Ленты.ру», рассказанная ее создателями» [Дорогая редакция. Подлинная история «Ленты.ру», рассказанная ее создателями. М.: Аст, 2014], в которой авторы «Ленты.ру» рассказали, как развивалось издание, и объяснили причины своего увольнения.

увольнялись из СМИ по собственному желанию и транскриптов глубинных интервью с журналистами (институциональными и деинституциональными).

В целом, анализ транскриптов интервью экс-журналистов «Ленты.ру» выявил этические противоречия между представлениями о *профессиональной миссии* респондентов и требованиями *институциональной*, в рамках которой они работали. Таким образом, имеют место *обманутые профессиональные ожидания*. Являясь истинными профессионалами, журналисты хотели руководствоваться *существом журналистского*, которое в конкретном СМИ оказалось под давлением в результате «сделки с властью» со стороны владельцев СМИ, это **основной мотив увольнения**. Существенное число информантов отметили, что желание уволиться было продиктовано «*профессиональной гордостью*» [м., 28 лет, Москва], оно было «*протестом против сложившейся ситуации*» [м., 39 лет, Москва-Рига] и против системы контроля власти за профессиональными СМИ в целом. Трое респондентов заявили о том, что работа в таких условиях ставит под сомнение их «*профессиональную репутацию*»: «*Главный мотив в работе любого журналиста – профессиональная репутация. И когда попадаешь в систему выбора между репутацией и сохранением рабочего места, я считаю, нужно выбирать первое. Если журналист соглашается работать в условиях цензуры, он перестает быть журналистом и становится **пропагандистом***» [м., 35 лет, Львов]. Еще раз подчеркнем термин «*пропагандист*», который упоминает уволившийся журналист, говоря о том, насколько сильно искажилось *существо дела*.

Анализ помог зафиксировать три группы смыслов, связанных с давлением на *существо журналистского дела* со стороны СМИ, выступавшим работодателем: это уже упомянутый смысл «*марания*» профессиональной репутации, смысл вмешательства в «*семейные устои*» и пересекающийся с ним смысл «*разрушения дома*»: «*Когда нам представили нового главреда, мне стало ясно, что я тут больше работать не буду. Это было сравни **проживанию с совершенно чужим тебе человеком**, которым заменили твоего близкого. И не просто чужим, а абсолютно чуждым, пришедшим с целью разрушить твой мир,*

перестроить его на свой лад» [м., 35 лет, Москва]. В транскриптах интервью, зафиксировавших смысл вмешательства в «семейные устои», прослеживается деление представителей профессии на «своих» – высоко профессиональную и ущемляемую группу, и «чужих» - большинство, которое пытается деформировать существо дела.

Информант, в ответе которого возникает смысл «разрушения жилища», отмечает, что увольнение по собственному желанию было единственной и очевидной защитной реакцией на сложившиеся обстоятельства: *«Я не принимала такого решения. Нам сообщили о смене главного редактора на прокремлевского, и это было, как услышать о том, что твой дом сгорел. "Как вы приняли решение сменить жильё?", – "Да, никак. **Просто жилья не стало"**»* [ж, 29 лет, Москва]. Как и в смысле вмешательства в «семейные устои» здесь присутствует указание на то, что решение уволиться было вынужденным, это реакция на агрессивные попытки деформировать *существо журналистского дела* в конкретном СМИ.

Еще раз отметим, что хотя увольнение сотрудников «Ленты.ру» для многих является «личной» ситуацией (раскрывающиеся через смыслы *разрушения дома* и семьи), тот факт, что журналисты написали открытое письмо к читателям, позволяет предположить, что уволившиеся все же хотели достичь общественного резонанса темы. В части транскриптов (раскрывающих смысл «марания» *профессиональной репутации*) есть прямое указание на этот факт, однако в ряде транскриптов респонденты опровергали этот факт, говоря, что у них не было цели громко рассказать о своем поступке: *«Мы все видели пример Константина Гольденцвайга, уволившегося с НТВ после многих лет борьбы с собой. Был ли это протест? Да, потому что сам журналист именно так свой поступок расценил и преподал – он написал "исповедь" о том, как тяжело ему работалось в последние годы, что все это было по большей части сделкой с совестью. Я неоднозначно оцениваю подобные вещи: с одной стороны, отлично, что человек нашел силы признаться – прежде всего, себе, – в том, что существующая система порочна. А с другой – не обязательно преподносить увольнение как подвиг. Редакция "Ленты.ру" уволилась сразу и просто потому, что не могла смириться с*

предлагаемыми условиями, тогда как многие хорошие люди и сейчас трудятся там, где им даже физически противно находиться» [ж., 29 лет, Москва-Санкт-Петербург].

В большинстве своем фактором увольнения по собственному желанию журналистов «Ленты.ру» является их отношение к реальности, личное несогласие с тем, чтобы предать забвению *существо журналистского дела*, то есть, работа в СМИ не оправдала их *профессиональные ожидания*. К этому фактору отсылает смысл «марания» профессиональной репутации. В свою очередь, смыслы «вмешательства в устои семьи» и «разрушения дома» характеризуют второй мотив — увольнение по собственному желанию было проявлением *этики коллективной солидарности*. По Э. Хьюзу, профессия подразумевает формирование у членов института глубокой приверженности и особых форм солидарности, когда профессионал, совершая выбор относительно *существа дела*, опирается на выбор коллег как *значимых других*¹. Действие, которое совершается профессионалом вразрез этим принципам, может привести к тому, что он будет причислен к числу ренегатов: *«Я проснулся с мыслью, что это будет мой последний рабочий день в "Ленте.ру". Я доехал до работы и написал заявление — кажется, первым из всех. Следом выстроилась очередь: практически все, кто был в редакции, написали заявления. Я уволился прямо завтрашней датой, так поступили еще человек семь-восемь, остальные взяли паузу. Вообще разные были ситуации: кому-то надо было дожидаться пары месяцев до декрета, кто-то по личным обстоятельствам не мог лишаться зарплаты и собирался сперва найти новую работу. Тех, кто решил, что случившееся — не повод менять работу, нашлось всего двое. Бог им судья»* [м., 49 лет, Москва]. В дополнение отметим, что журналисты, которые не смогли по личным обстоятельствам уволиться сразу, все равно пытались показать, что они абсолютно *солидарны* с коллегами. Об этом рассказала редактор одного из отделов, которая на момент увольнения из «Ленты.ру» готовилась уйти в декретный отпуск: *«Я осталась в штате, это*

¹ Хьюз Э. Изготовление врача: общая формулировка идей и проблем // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7. № 3. С. 324.

далось мне безумно тяжело. Не хотелось ничего делать, я старалась максимально разгрузить рабочий день, хотя была начальником отдела. Многие читатели называли меня ренегаткой и вообще писали много гадостей, но не будешь же всем объяснять, что ты ждешь ребенка и думаешь о его будущем. В целом, я и сейчас переживаю за свое положение, хотя очевидно – для редакции, естественно, тоже – что я туда никогда не вернусь. **Мне ужасно жаль, что я не смогла уволиться вместе со всеми**, но я бы не хотела, чтобы мое решение считали проявлением слабости» [ж, 29 лет, Москва-Санкт-Петербург]. Это не единичный случай. О схожем отношении к ситуации рассказывали и другие информанты, которые не смогли уволиться сразу: «Я ушла в запланированный отпуск, часть времени проводила в поисках работы. Я понимала, что, вернувшись через неделю, не застану никого из своих коллег, а застану только новых чужих сотрудников. От этого хотелось плакать» [ж., 26 лет, Москва].

Анализ транскриптов интервью с **региональными** журналистами, которые когда-либо увольнялись из СМИ, также выявил в качестве основного мотива увольнения *обманутые профессиональные ожидания*, связанные с искажением *существа журналистского дела* в конкретном институциональном СМИ. Отличие увольнений журналистов в регионах России от массового увольнения журналистов из «Ленты.ру» в том, что они приняли решение не сразу. В практике большинства журналистов не было таких быстроразвивающихся ситуаций, как смена главного редактора в «Ленте.ру», повлекшая за собой коренные изменения в редакционной политике профессионального СМИ. В связи с этим респонденты говорят, что желание уволиться **нагнеталось** пониманием того, что занятие журналистикой в конкретном СМИ не соответствует их представлениям о *существе журналистского дела*: «Решение было рациональным, **взвешенным, рассматривалось на протяжении трех месяцев**. Я уволилась, потому что мне надоела редакционная политика, а точнее - ее отсутствие; непонимание целей своей работы в частности и работы редакции в целом; отношение учредителя к работникам как к людям низшего сорта» [ж., 24 года, Казань]. Как и информанты, уволившиеся из «Ленты.ру», информанты из регионов России

связывают обманутые профессиональные ожидания с тем, что, работая журналистами, они были вынуждены выполнять некие «*другие функции*» (в ответах респондентов из «Ленты.ру» – «*роль пропагандиста*»): «*От работы я получала чувство глубокого разочарования и ощущение, что я делаю какую-то мерзость. Реальных функций это СМИ не выполняло, как и я, работая журналистом в нем. В итоге я ушла. Мне не верили коллеги, они считали, что меня уволили. Им в голову не приходило, что я могу покинуть "теплое" место. Решение мое было эмоциональным, после отработанных двух недель я осталась без работы почти на три месяца*» [ж., 22 года, Самара]. Отметим, что в приведенных цитатах отсутствует ориентация на поступки других журналистов как значимых других (Э. Хьюз), поскольку увольнение по собственному желанию журналистов из регионов не носило массовый характер.

Журналисты, которые когда-либо увольнялись по собственному желанию из-за несогласия с редакционной политикой СМИ, не следуют типичным сценариям развития дальнейшей карьеры. Большая часть респондентов (как журналистов «Ленты.ру», так и представителей региональных СМИ) трудоустроилась в пиаре и связях с общественностью или перешла на работу в другие профессиональные СМИ, то есть продолжили поиск должности, которая бы соответствовала их пониманию *существа журналистского дела*. Двое информантов, уволившихся по собственному желанию из «Ленты.ру» отметили, что после этого успели еще раз уволиться из другого СМИ, опять же, из-за «обманутых профессиональных ожиданий»: «*У меня после этого был еще один опыт увольнения из СМИ – я была выпускающим редактором сайта про видеоигры, принадлежавшего ВГТРК. Схема была иной, хотя и похожей в некотором роде – у нас сменился руководитель проекта, который был буфером между редакцией и начальством, и внутрь редакции хлынули новые "классные идеи"* [сарказм – прим. авт.]. *Я презираю джинсу, бессмысленные действия и работу с аудиторией только в краткосрочной перспективе, поэтому быстро уволилась*» [ж., 30 лет, Москва].

Значимая часть уволившихся журналистов «Ленты.ру» стали основой интернет-газеты «Медуза» и переехали в Ригу: *«Нам было понятно, что с нашими представлениями о профессии работать журналистами в России мы сможем лишь временно: до следующего увольнения. Государство создало себе очень комфортные условия, приняло полтора десятка законов, которые не просто ограничивают свободу СМИ и допускают цензуру (что, кстати, прямо запрещается законом о СМИ и конституцией), но и позволяют закрыть любое онлайн-СМИ и разогнать любую неугодную редакцию»* [м., 31 год, Москва-Рига]. *«По роду деятельности сейчас занимаюсь ровно тем, чем и хочу. Работаю журналистом и редактором. Пишу репортажи, беру интервью, редактирую молодежь. Если не пишу на какую-то тему, то значит потому, что она неинтересная, а не потому, что редактор сказал: "Нельзя". То есть, это абсолютно естественный выбор – просто остаться в своей профессии. Для этого, правда, пришлось найти работодателя за границей. Ну что же теперь, такое сейчас время»* [м., 39 лет, Москва-Рига].

Эта цитата из транскрипта интервью затрагивает один из важных аспектов интерпретации ключевого понятия *деинституционализации*, а именно, является ли деинституционализацией увольнение по собственному желанию из одного СМИ и последующая работа в другом (в этом случае журналист не выходит за рамки института)? Здесь стоит вспомнить тезисы Э. Хьюза о том, что профессия есть деятельность, в то время как институт представляет собой *форму существования этой деятельности*¹. Смыслы профессии и института аккумулируются в понятии *должности*, в рамках которой действует журналист конкретного институционального СМИ. В исследуемых случаях *институциональная логика*, которую журналист принимает через свою должность, вошла в конфликт с *существом журналистского дела*. Желание следовать *существому дела* (**«просто остаться в профессии»**) является основой деинституционализации в

¹ Хьюз Э. Профессии // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012.

«дернеровском»¹ смысле этого термина с той лишь разницей, что Дернер пишет о скрытом протесте внутри одной организации, а здесь это открытый протест в рамках всего института (подразумевающий возможный переход из одного СМИ в другое).

Также следует вспомнить, что множество *должностей* в разных СМИ, по Э. Хьюзу, формируют социальный порядок внутри института в конкретный момент времени. Горизонтальная и вертикальная мобильность, достижения, полномочия и даже возможные авантюры отдельных профессионалов становятся для него типичными², и отказ от должности, *увольнение*, теоретически может быть не проявлением деинституциализации, а реализацией одного из типов прогнозируемого поведения³. Однако увольнение по собственному желанию, построенное на мотивах **протеста**, тем более, **групповое** увольнение – это непрогнозируемое, противоречащее логике карьерного развития и, в конечном счете, разрушающее устоявшийся социальный порядок действие, которое, независимо от дальнейших поисков конкретного журналиста, является проявлением деинституциализации.

Третий аспект связан с тем, что увольнение по собственному желанию в том виде, в котором его практиковали респонденты, ставит под сомнение ценность конкретной *должности*. Еще раз вспомним Э. Хьюза, который говорит, что перманентное повышение собственной значимости лежит в основе института. В этой связи увольнение по собственному желанию из соображений протеста становится **локальным актом депрофессионализации**. Давление на *институт* в целом здесь будет крайне опосредованным, но оно имеет место быть.

Поиск должности, которая бы соответствовала *профессиональным ожиданиям* журналиста, может привести его к условной «профессиональной

¹ Дернер К. Хороший врач. Учебник основной позиции врача / Пер. И.Я. Сапожниковой и Э.Л. Гушанского под ред. М.В. Козырева. М.: Алетейа, 2006.

² Хьюз Э. Институциональная должность и персона // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. И пер. Николаев В.Г.; Отв. ред. Евременко Д.В. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 87.

³ Greenwood. E. Attributes of a Profession // Social Work. 1957. Vol.2, July. P. 45-55.

мимикрии»¹ [метафора автора]. Не имея возможности противостоять агрессивному давлению на *существо журналистского дела*, журналист может уйти в ту часть «профессионального поля», которое не интересно власти, и приспособиться к работе в нем. В рамках анализа двух транскриптов интервью был сделан вывод, что часть журналистов после увольнения по собственному желанию уходят из отделов политики и экономики (или профессиональных общественно-политических СМИ) в «аполитичные» отделы (СМИ): *«Многие уходят в сферы, никак не связанные с политикой и общественными проблемами – в кулинарные шоу и издания, в программы о развлечениях. Так было со мной, когда я резко стала редактором "дамского" журнала, так было и с рядом "звездных фигур"»* [ж., 37 лет, Самара]. *«Сейчас я работаю в журнале о гражданской авиации. Должность мне попала случайно, но я ее с радостью принял, потому что, во-первых, тут очень вменяемый и человечный коллектив; во-вторых, в этой тематике почти нет места политике. Не иметь дело с политикой и связанными с ней сферами — мое принципиальное решение. Мне не нравится то, что происходит у нас в стране, но изменить это я не в силах. Отсюда желание заниматься чем-то нейтральным»* [м., 35 лет, Москва].

Ответы информантов (и тех, кто перешел в другие общественно-политические СМИ, и тех, кто больше не работает с общественно-политической тематикой) роднит то, что все они говорят об **оправдании на новом месте своих профессиональных ожиданий**: *«В день своего увольнения я связался с главным редактором РБК, чтобы узнать, есть ли в его редакции вакансии. И на тот момент, и сейчас РБК является единственным крупным изданием, позволяющим себе вести относительно независимую информационную политику (вторым таким изданием являются Ведомости). В настоящее время я возглавляю международный отдел РБК»* [м., 31 год, Москва]. Даже те, кто ушел в пиар, отмечают, что на новом месте они имеют больше возможностей для

¹ Сначала более подходящей метафорой для описания этого процесса казалась метафора профессионального эскапизма, однако, учитывая, что развлекательная, аполитичная журналистика является частью того же профессионального поля, что и общественно-политическая, более правильным, по нашему мнению, будет метафора мимикрии.

самореализации в роли журналиста, чем на прошлом месте работы: *«Сейчас я возглавляю управление по взаимодействию со СМИ органа государственной власти субъекта РФ. Здесь удачно получается **применить все свои журналистские знания и навыки**»* [ж., 49 лет, Нижний Новгород].

Лишь двое респондентов совсем ушли из журналистики, оставив надежду оправдать свои *профессиональные ожидания* в журналистике: *«Я работаю в сфере социального предпринимательства. Не скрою, желание заниматься привычным и любимым делом никуда не делось. Но когда ты либо с высочайшим уровнем самооценки пишешь про местные власти и получаешь нормальные деньги, либо ты работаешь в свое удовольствие, но тебя печатают на портале с посещаемостью в тысячу человек в день (и получаешь ты 10 тысяч рублей в месяц), **вариантов трудоустройства в СМИ нет**»* [м., 27 лет, Самара]. *«Учусь на парикмахера: **никакой информации**, работа с людьми, в сфере красоты. То, что сейчас кажется мне наиболее интересным»* [ж., 25 лет, Самара]. Тот факт, что уход из журналистики может быть связан с полным разочарованием в профессии, нашел подтверждение и в качественном анализе документов: *«Телевидение — **больше не моя профессия. Мне оно категорически противно. И ни разу я не пожалела, что ушла с него десять лет назад**»* [Е. Масюк].

Обратимся к исследовательскому вопросу 8¹. Какие перспективы развития есть у российской журналистики? Отметим, что, хотя выявление прогнозов развития российской журналистики не являлось основной исследовательской задачей, перечисление основных прогностических мифов представляется актуальным и открывающим поле для дальнейших социологических исследований. Ответы на этот вопрос были получены в рамках качественного анализа документов и транскриптом глубинных интервью с журналистами (институциональными и деинституциональными) и потребителями информации.

¹ Полный список исследовательских вопросов приведен в п. 2.1. «Методология качественного социологического исследования деинституционализации российской журналистики».

В одном документе [Е. Вартанова] дается позитивный прогноз развития российской журналистики – постепенное возрождение института в новой форме. Оно будет характеризоваться: 1) созданием типа «творческих профессий»; 2) становлением креативного класса; 3) ростом влияния и значимости профессий, связанных с медиа. Профессиональные СМИ изменятся, впитав в себя весь опыт деинституциональной журналистики: *«Утонув в любительской персональной журналистике, российские медиа...испытали острую потребность в реиндустриализации – возвращении к качественной профессиональной журналистике, созданной согласно канонам творчества, но в условиях технологизированного и шаблонизированного труда»* [Е. Вартанова]. Время требует от журналиста двух важных компетенций – умения работать с большими массивами контента в интернете и, при этом, умения самостоятельно анализировать их, и институт журналистики рано или поздно, отмечается в документе, включит их в список основных компетенций профессионального журналиста.

В этом же документе вводится термин *реиндустриализации*, который в понятийном аппарате диссертации будет означать ни что иное, как **реинституциализацию**: *«Допускаю, что предлагаемая трактовка термина "реиндустриализация" скорее метафорична... Однако она в значительной степени учитывает представления теоретиков разных школ о возрастании роли творческих профессий в современной экономике, о становлении нового – креативного-класса в структуре общества, о растущем влиянии творческих профессий и особенно тех, которые создают содержание для проникающих в нашу жизнь медиа»* [Е. Вартанова].

В еще одном авторском тексте дается описание двух моделей развития института. Первая модель может быть реализована на базе крупных профессиональных СМИ, которые обладают достаточными ресурсами, чтобы инвестировать в свое развитие и адаптироваться к новой медийной реальности – то есть пойти по пути, описанному в предыдущем документе. Вторая модель описывает возникновение локальных СМИ принципиально иного типа. Это

начало **институционализации деинституциональной журналистики**, условная объективизация новой медийной реальности, которая откажется от правил и норм «старого» института: *«У всех удачливых медиа есть два пути. Есть медиа с большим запасом прочности, которые просто прирастают новыми средствами доставки. Как мне сказал Михаил Юрьевич Лесин: "интернет – это же почта". И понимание интернета как почты примитивно, но правильно. Успешные медиа смотрят на него как на канал доставки и упускают критичные перемены, потому что относятся к этому, как к эволюции. Вторая история, когда есть те, кто поймал эти перемены. Они маргинальны – стартапы, которые порой сами не понимают, как это работает. Они действуют на слишком маленькой выборке, чтобы делать большие выводы»* [А. Венедиктов]. Заметим, что сам автор документа пока не видит перспектив «разрастания» редакций, работающих по второй модели, в принципиально новый институт журналистики. Он говорит только о возможном возникновении феномена **институционализации деинституциональной журналистики**.

Подобную же модель выявил анализ еще одного документа [Д. Соколов-Митрич]. В нем приводится позиция, согласно которой необходимо отказаться от развития старого института, так как он окончательно оторвался от *существа журналистского дела*, и попытаться строить новый институт на базе деинституциональной журналистики. В противном случае принципы журналистики как профессии, нацеленной на глобальную дистрибуцию **достоверного** контента, на выполнение социальной функции **быть представителем гражданских прав и свобод** (У. Липман)¹ могут быть окончательно утеряны, так как власть пытается вытеснить их, заменив их другими функциями (например, пропагандистской): *«Результат легко предсказуем – стремительная деградация контента, засилье агитпропа всех мастей, высочайший уровень информационного шума»* [Д. Соколов-Митрич]. Более глубокая рефлексия этой цитаты приводит к мысли, что она является признаком неоправдавшихся надежд на деинституционализацию (явление, которое было

¹ Липман У. Общественное мнение. М: Ин-т фонда «Обществ. мнение», 2004.

подробно рассмотрено в предыдущем параграфе) – в документе высказывается точка зрения, что у существующего института журналистики нет перспектив, как и нет их у деинституциональной журналистики.

Анализ транскриптов глубинных интервью с журналистами (представителями СМИ и деинституциональной журналистики) позволил подтвердить результаты анализа документов. В интервью также высказывались две основные перспективы развития института журналистики: на базе существующего института (в терминах диссертации это будет означать **реинституционализацию существующего института**) и на базе деинституциональной журналистики (что будет означать **институционализацию деинституциональной журналистики**). О второй модели говорится в транскриптах четырех интервью, например: *«Современное СМИ скоро должно будет функционировать как совокупность блогеров и журналистов, которые работают на одной площадке»* [м., 44 года, банкир, г. Москва]. *«Нужна молодая и активная кровь, которая сможет вытащить региональную журналистику на качественно новый уровень, наплевав на рейтинги и начав воспитывать аудиторию качественным контентом – то есть будет учить аудиторию мыслить»* [ж., 24 года, журналист интернет-портала, Казань]. О первой модели говорится в транскриптах пяти интервью, например: *«Свято место пусто не бывает. Когда в 2014-м разогнали "Ленту.ру" и почти убили "Газету.ру", в интернете начали появляться новые, не такие опытные, малочисленные по составу сайты. Они были призваны восполнить информационный пробел, возникший после сужения поля качественной информационной журналистики. Это и "Медуза", и "Медиазона", вон даже Олег Кашин сайт имени себя постепенно превратил в полноценное СМИ. А вообще, если же наше общество ждет перемены, то рынок СМИ ждет довольно-таки сильный рост. Во времена перемен потребность в информации вырастает в разы»* [м., 39 лет, редактор интернет-портала, Москва], – здесь высказывается мнение, что в связи с негативными процессами в СМИ из профессии будет уходить все больше профессионалов, что будет способствовать еще большему ухудшению качества

работы института в его прежней форме. *«Этот процесс ни к чему не приведет – власть всегда была заинтересована к контролю над СМИ. Впрочем, интернет ведь не имеет ограничений?»* [м., 28 лет, редактор интернет-портала, г. Самара], – здесь идет речь о возможном развитии института при условии освобождения СМИ от давления со стороны власти. Похожее мнение высказывается еще в одном интервью: *«Журналистика вернется на круги своя, как только изменится политическая конъюнктура. Уверен, что и сейчас в России есть регионы, где можно писать, что губернатор — вор, а мэр — козел, не боясь сесть или лишиться лицензии»* [м., 27 лет, бизнесмен, Самара].

Третий прогностический миф, зафиксированный в анализируемых документах (и подтвердившихся при анализе транскриптов глубинных интервью), является подтверждением зафиксированной ранее ситуации *неоправдавшихся надежд на деинституционализацию журналистики*, ситуации тотального недоверия всем видам источников (СМИ и деинституциональной журналистике). Он звучит следующим образом: информационная война в итоге приведет общество к реальной войне, трансформации ценностей и социальных ориентиров, *«деградации» институциональной и деинституциональной журналистики*. Информационный аналог общества будет формироваться путем публикации фактоидов, произойдет полный отрыв обеих журналистик от *существа журналистского дела*: *«Останутся только **органы государственной пропаганды**, органы антигосударственной пропаганды и блаженные гуру социальных сетей. Некому будет рассказать жителям Приморья о жителях Кавказа. Негде будет прочитать репортаж о буднях рядовых врачей. Никто не сможет оплатить труд опытного журналиста, который без истерик разберется в том, что происходит в Крыму или Донбассе. Журналисты уйдут ворочать мешки. Произойдет полный демонтаж общественных коммуникаций. Как правило, вслед за этим случается война»* [Д. Соколов-Митрич]. *«На войне правда не нужна. Рейтинг зависит только от патриотизма»* [Д. Муратов]. Цитаты, подтверждающие эту мысль, высказанные информантами в рамках глубинных интервью: *«Журналистики становится все меньше, а с телеэкрана*

она совсем исчезла» [м., 29 лет, редактор интернет-портала, Москва]. «Впереди новый тоталитаризм. Ничего, всегда есть общее болото, в котором все не так, как надо, – и отдельные редакции, личности, заметки, которые оправдывают существование профессии» [ж., 29 лет, редактор интернет-портала, Москва].

Выводы

Признаком внутренней деинституционализации Российской журналистики является протест журналистов против **институциональной логики**, которой они вынуждены следовать в рамках должностей в конкретных СМИ. Этот протест чаще всего носит открытый, публичный характер, в частности, одним из наиболее распространенных проявлений протеста является увольнение из СМИ по собственному желанию. Среди других способов открытого протеста – публикация «острого», злободневного контента в обход редактора, публикация «вырезанных» фрагментов журналистского материала у себя на странице в социальной сети, формы *гражданского* протеста – митинги, пикеты, сборы подписей. Среди скрытых форм протеста публикация контента (речь идет о цитатах или интервью отдельных персон) без стилистических правок, «молчаливый бойкот» конкретного ньюсмейкера, публикация контента в другом СМИ без указания авторства, передача части эксклюзивного контента или комментария конкурентам.

Факторами проявления журналистского протеста, то есть, факторами внутренней деинституционализации являются:

- *поколенческий конфликт* внутри института между журналистами «старого», «среднего» и «молодого» поколения, которые, взаимодействуя в рамках одного СМИ, могут продвигать разные стандарты и нормы работы.

- необходимость выполнять в рамках своей должности *роль пропагандиста*, усиление негласной цензуры и государственного контроля за СМИ.

Главным мотивом увольнения по собственному желанию интервьюируемых журналистов является желание руководствоваться в своей работе *существом журналистского дела*, что было невозможно в рамках занимаемой должности (Э. Хьюз). То есть, имеет место *мотив обманутых профессиональных ожиданий*.

Основные метафорические смыслы давления *на существо журналистского дела*, по результатам анализа транскриптов – смысл «марания» профессиональной репутации, смысл вмешательства в «*семейные устои*» и пересекающийся с ним смысл «разрушения дома».

Еще один мотив увольнения базируется на этике коллективной солидарности (Э. Хьюз) с журналистами, которые также решили уволиться из соображений протеста (Рис. 3).

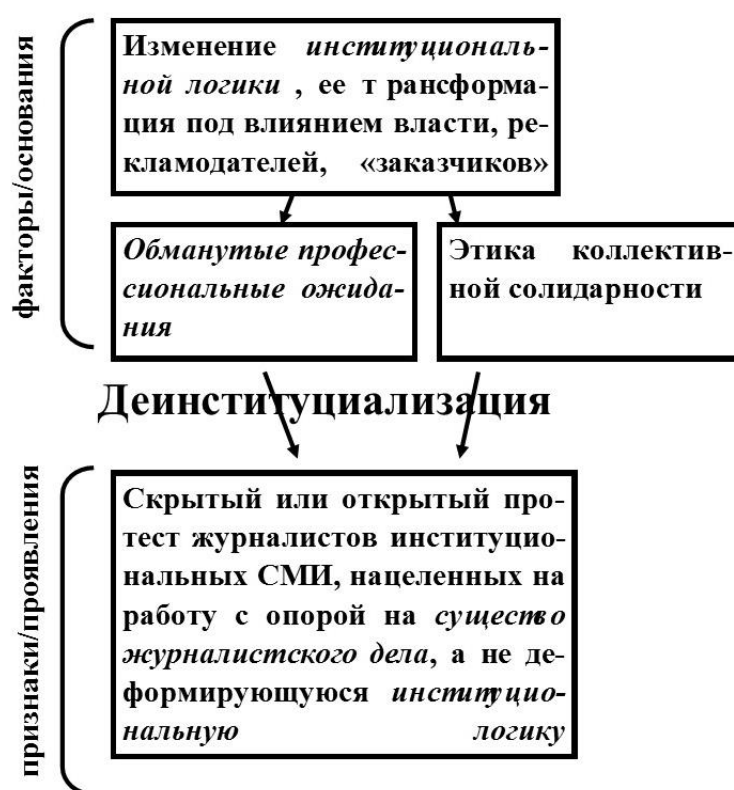


Рис. 3. Схема факторов, проявлений и социальных последствий деинституциализации российской журналистики

Журналисты, которые когда-либо увольнялись по собственному желанию из-за несогласия с редакционной политикой СМИ, не следуют типичным сценариям развития дальнейшей карьеры. Большая часть журналистов продолжает поиск *должности* (в контексте Э.Хьюза), которая соответствовала бы их *профессиональным ожиданиям*. Для этого они переходят в другие СМИ или смежную сферу пиара.

Поиск должности, которая бы соответствовала *профессиональным ожиданиям* журналиста, может привести его к условной «профессиональной

мимикрии» (термин автора), то есть, к переходу из общественно-политических СМИ и отделов в СМИ и отделы, связанные с развлекательной, сервильной журналистикой. Лишь незначительное число журналистов полностью уходят из журналистики, не найдя возможности реализовать свои профессиональные ожидания.

Выявлены две основных перспективы (более точным будет понятие «*прогностические мифы*») развития института журналистики. Первая перспектива связана с возможностью возвращения нынешнего института к *существованию журналистского дела*, к его трансформации с учетом новых требований и необходимости возвращения к основным функциям журналистики. В терминах диссертации данный прогностический миф можно назвать *реинституционализацией института журналистики*. Вторая перспектива связана с *институционализацией деинституциональной журналистики*, то есть, с формированием нового института на базе журналистики, которая сейчас находится «за пределами» института.

Третий прогностический миф связан с апокалиптическим разрушением обеих журналистик (институциональной и деинституциональной) под давлением власти на *существование дела*. Его присутствие подтверждает зафиксированную ранее ситуацию неоправдавшихся надежд на деинституционализацию журналистики, ситуацию тотального недоверия ко всем видам источников.

Заключение

Феномен российской журналистики открывает обширное поле для социологических исследований. Журналистика меняется ежедневно, что заставляет формулировать новые исследовательские вопросы и задумываться об актуальности старых.

На протяжении долгого времени российская журналистика формировалась как социальный институт, делая журналистское знание и услуги «экспертными», отдаляя группу профессиональных журналистов от группы заинтересованных любителей, однако сейчас в полной мере проявили себя процессы, не вписывающиеся в ее *институциональную логику*. Их можно охарактеризовать как деинституциализацию, но, возможно, в дальнейшем она завершится формированием нового института журналистики – на базе старого института, который соберет все лучшие практики институциональной и деинституциональной журналистики или на базе принципиально новых, деинституциональных источников, которые сформируют собственную структуру. И здесь не будет методологического противоречия: метафорично институциализацию и деинституциализацию отдельно взятого явления можно представить, как синусоиду и косинусоиду в системе социальных координат. Нарастание контринституциональных процессов означает, что институт все больше отрывается от *сущности дела* (о чем в конечном счете писали Гелен, Бергер и Лукман, Дернер), однако усложнение деинституциональных практик рано или поздно будет способствовать созданию новой условно объективной структуры института, хотя современные исследователи, продвигающие *парадигму хаоса* (М. Кастельс, Б. МакНэйр), ставят этот вывод под сомнение.

Российская журналистика интересна тем, что процессы деинституциализации в ней тесно связаны с историческими факторами развития профессии. Долгое время взаимодействуя с государством, современные профессиональные СМИ оказались не готовы оправдать ожидания общества, связанные с делегированием журналистике гражданских прав и свобод. Сейчас

вновь заявили о себе процессы огосударствления СМИ, повышенный интерес власти ко всем типам медиаисточников, влияние на них и превращение их из инструмента информирования в инструмент пропаганды. Кроме того, сама деинституционализация журналистики возможна только в ситуации либерализации общественной жизни, в ситуации, когда журналисты свободно могут высказывать свою позицию и продолжать поиск места работы, который оправдал бы их профессиональные ожидания.

Гипотеза исследования подтвердилась. В современной российской журналистике действительно проявляются процессы деинституционализации, имеющие под собой внутренние (изменение институциональной логики, ее трансформация под влиянием «власти», рекламодателей, заказчиков) и внешние (информационно-техническая революция и возникновение «креативной аудитории») факторы, при этом преимущественными являются внешние факторы. Внешним проявлением деинституционализации является формирование деинституциональной журналистики (журналистики за пределами института), внутренним – скрытый или открытый протест журналистов институциональных СМИ против изменения институциональной логики, попытки деформировать *существо дела* (Рис. 4).

Во внешнем проявлении деинституционализации, обусловленном *информационно-технической революцией* (М. Кастельс), журналистика теряет эксклюзивное право, монополию на формирование информационного аналога общества. Благодаря ризоматичной структуре интернета, включению гаджетов в процесс социального взаимодействия, размытию авторства создалась ситуация потенциальной журналистики всех для всех. Этой ситуацией активно пользуются заинтересованные любители, которые включаются в журналистские практики, создавая своими *притязаниями на глобальную дистрибуцию контента* конкуренцию профессионалам. Журналистика *хорошо информированного гражданина* набирает вес, а благодаря своей оперативности, легкой распространяемости и всеохватности она ценится потребителями информации и воспринимается профессионалами как угроза.

Внешняя деинституциализация журналистики хорошо схватывается общефилософской теорией постмодернизма, «социологией вещей», концепцией влияния технической воспроизводимости на социальное бытование произведения искусства, концепцией социального распределения знания.

Сам феномен социальных сетей еще не являет собой журналистику, но он создает потенциальную возможность изменения релевантности журналистики как занятия.

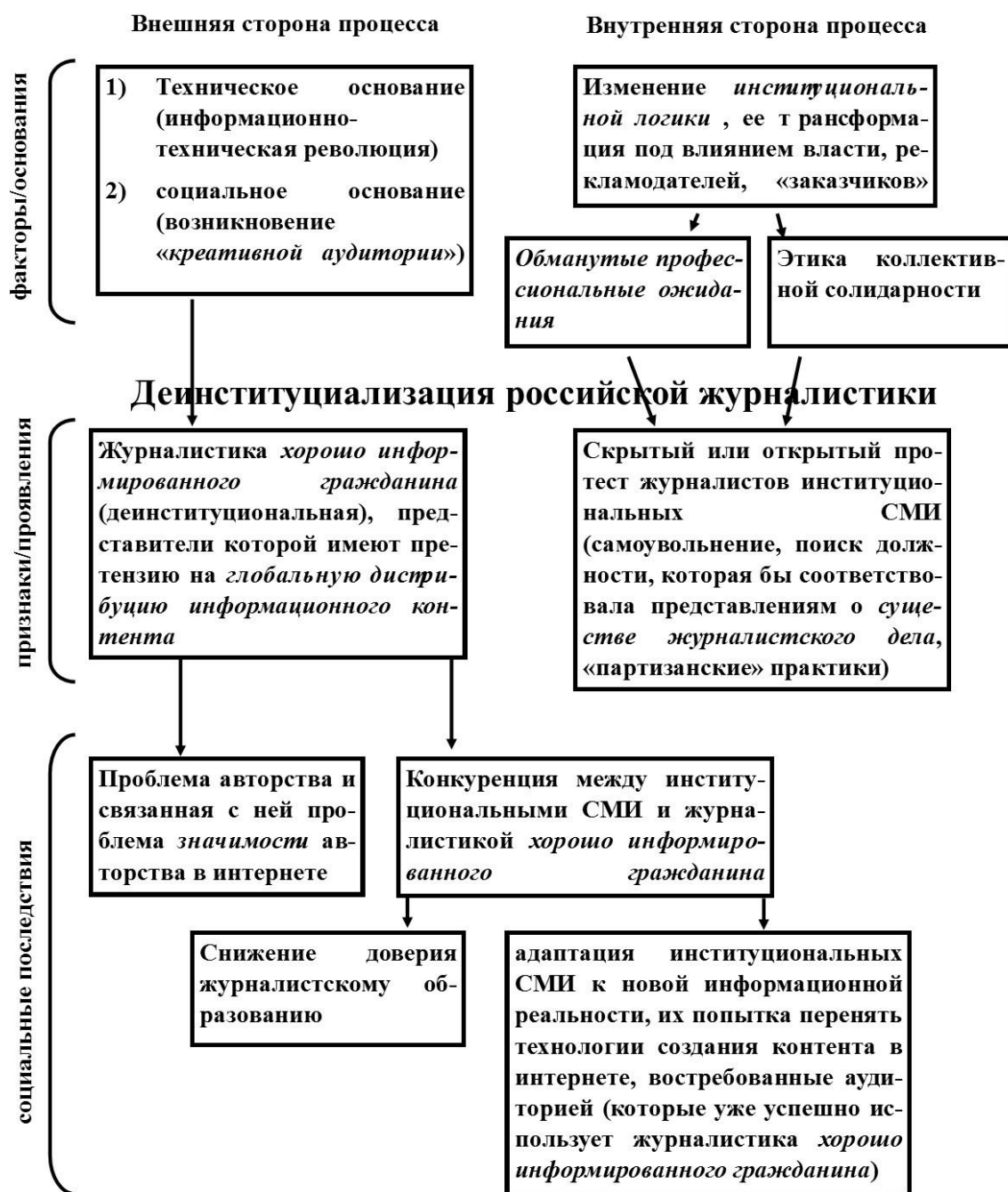


Рис. 4. Схема факторов, проявлений и социальных последствий деинституциализации российской журналистики

В своих внутренних проявлениях деинституциализация журналистики являет собой «подрывные действия» профессионалов, которые не согласны с отрывом института журналистики от *существа дела* (Э. Хьюз), с нацеленностью редакций на коммерческий успех и лояльность власти в ущерб основным функциям журналистики. Профессионалы готовы нарушать правила, предписываемые *должностью*, стремясь приблизиться к своим представлениям о профессиональной миссии. Разочаровавшись, они покидают организацию, чтобы отправиться на новые поиски «своего» места в профессии (аспект *обманутых профессиональных ожиданий*). Во многом это связано с нетерпеливым желанием власти использовать журналистику для продвижения своих идей, во многом – с тем, что она продолжает оставаться социально-значимой профессией, а значит всегда в фокусе общественной критики.

Несмотря на присутствие в социальных науках терминов, схожих с термином *деинституциализация* (например, *альтернативные медиа, новые медиа*), его употребление концептуально оправдано, культурно обусловлено и методологически продуктивно.

В рамках диссертационной работы процесс деинституциализации российской журналистики получил обоснование в следующих положениях:

– Российская журналистика прошла путь от институционального развития к актуализации процессов деинституциализации. Деинституциализация российской журналистики – процесс, объясняющий современные тенденции в сфере медиа (тенденция конвергенции, тенденция непрофессионализма, рост активности журналистов-любителей). В настоящее время институциональная и деинституциональная журналистика сосуществуют параллельно, конкурируя за основной ресурс аудитории – время;

– У деинституциализации, возможной только в ситуации либерализации общественной жизни, есть внешние и внутренние проявления. Внутренняя институциализация – личностный протест профессиональных журналистов против деформирующейся институциональной логики. Внешняя

деинституциализация — активное развитие журналистики *хорошо информированного гражданина*, то есть закрепление журналистских практик вне профессиональных институтов. В то же время, заинтересованные любители будут проявлять себя как журналисты только при наличии непосредственного интереса. В этом деинституциональная журналистика в корне отличается от институциональной, ведь последняя берет на себя социальные обязательства по освещению общественно значимых событий ежедневно, даже в отсутствие яркого новостного фона;

— В рамках исследования внешней деинституциализации был подробно проанализирован феномен стихийного освещения экстраординарных событий (падения челябинского метеорита). Среди свидетелей события есть *хорошо информированные граждане* (А. Шюц) с *притязанием на неограниченную/глобальную дистрибуцию информационного контента*. И хотя большинство свидетелей события фиксируют событие только для того, чтобы потом повысить популярность своей социальной сети, их действия также открывают потенциальную возможность для дальнейшего распространения контента деинституциональными журналистами;

— С внешней деинституциализацией журналистики были связаны ожидания скептически настроенных потребителей информационного контента на доступ к достоверным фактам. Доверие к институциональным СМИ в исследуемой группе снизилось потому, что они не оправдали возложенных надежд на реализацию гражданских прав и свобод. В исследовании зафиксировано, что причина этого не только в настойчивом желании власти сделать СМИ транслятором своей позиции, но и некоем *поколенческом конфликте* между «старой» школой журналистов, которая более охотно идет на ответный контакт с властью, и «новой», которая в большинстве случаев не обладает авторитетом, способным влиять на редакционную политику СМИ;

— В исследуемой группе выявлена ситуация тотального недоверия ко всем видам источников — и институциональным, и деинституциональным — за счет того, что деинституциональная журналистика не оправдала возложенных на нее

ожиданий. Основным критерием доверия к тому или иному СМИ остается его репутация. Также распространен «триангуляционный подход» к потреблению контента. Он подразумевает рациональный взгляд на все просматриваемые источники и выработку собственной точки зрения в результате анализа разных источников;

– В рамках качественного исследования внутренней деинституционализации проанализированы способы этической борьбы профессиональных журналистов. Среди встречающихся форм протеста: публикация части материала, которая не попала в печать, на своей странице в социальной сети; саботаж – отказ от работы над согласованной темой; публикация на интернет-портале материала, не согласованного редактором; игнорирование при работе над материалом «нужных» спикеров-экспертов или, напротив, публикация их мнения без стилистических правок (выставление эксперта в невыгодном свете); классические формы *гражданского* протеста (митинг, одиночный пикет, сбор подписей). Одной из наиболее часто встречающихся форм протеста является увольнение по собственному желанию, а один из наиболее громких подобных случаев – увольнение редакции «Ленты.ру» в 2014 году.

Важным видится тот факт, что использование *разных* методов теоретической интерпретации и эмпирического исследования позволило прийти к *схожим* развернутым выводам. Это говорит о верной постановке исследовательских вопросов и достаточной степени проработки темы. Практическая значимость диссертации обусловлена возможностью использования ее положений в преподавательской деятельности, при рефлексии проблем современной российской журналистики и выработке перспектив по ее изменению.

Список использованных источников

Литература на русском языке

1. *Абишева В.Т., Шаукентаева А.Е.* К вопросу о профессиональной культуре телеведущего / Абишева В.Т., Шаукентаева А.Е. // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №4-2. – С. 131-134.
2. *Абрамов Р.Н.* Социология профессий и занятий в России: обзор текущей ситуации // Социологические исследования. – 2013. – № 1. – С. 99-109.
3. *Амзин А.* Особенности медиапотребления // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – ISBN:9785774102679.
4. *Антипов М.А.* Постсовременность: деинституционализация или новый институциональный порядок? // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2012. – № 38. – С. 24-27.
5. *Баранова Е.А.* Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование. Медиаскоп. – 2010. – №1. – С.4.
6. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 323 с. – ISBN: 5856910362.
7. *Беньямин В.* Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости / Избранные эссе / Предисловие, составление, пер. и примечания С.А. Ромашко. – М.: Культурный центр имени Гете, 1996. – С. 15-66. – ISBN: 5856910494.
8. *Бояринцева Е.А.* Профессиональный потенциал в условиях информатизации российского общества / диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. – Саратов, 2011. – 175 с.
9. *Бурдые П.* О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В.Марковой. – М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. – 160 с. – ISBN: 5733300418.
10. *Бурдые П.* Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Том I, № 2. – С. 40-58.

11. *Валери П.* Об искусстве / Пер. В.М. Козовой, предисловие А.А. Вишневского. – М.: Искусство, 1976. – 643 с. – ISBN: 5-210-02316-8.
12. *Ван Дейк Т.А.* Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Пер. Е. Кожемякин, Е. Переверзев, А. Амадова. – М.: Либроком, 2013. – 344 с. – ISBN: 9785397043748.
13. *Вартанова Е.Л.* чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. – 1999. – № 5. – С. 11-14.
14. *Вахштайн В.С.* «Поворот к материальному»: 30 лет спустя // Социология власти. – 2015. – Т. 27, № 1. – С. 8-16.
15. *Вахштайн В.* Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // Социология вещей / Под ред. В. Вахштайна. – М.: Территория будущего, 2006. – С. 7-42. – ISBN: 5911290251.
16. *Внебрачных Р.А.* Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестник Удмуртского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика. – Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2012. – С. 48-51.
17. *Виноградский В.С.* Публицистический диалог – надежный ресурс публичности и эффективности современных средств массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. – Т. 4. № 2. – С. 183-193.
18. *Володина Ю.А., Матяш Н.В., Сидорина М.С.* Деинституционализация детей-сирот в открытом социокультурном пространстве. Монография. – М.: Педагогическое общество России, 2012. – 256 с.
19. *Ворошилов В.В.* Журналистика. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 360 с. – ISBN: 9785756706154.
20. *Вычуб Г.С.* Глобализация и российские СМИ // Проблематика СМИ в контексте глобальных проблем современности. – М.: Аспект-пресс, 2008. – 0,8 п.л.
21. *Галустян А., Кульчицкая Д.* Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа

изменили журналистику. 2012-2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – ISBN: 9785774102679.

22. *Гатов В.* Будущее журналистики // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – ISBN: 9785774102679.

23. *Гелен А.* О систематике антропологии // Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс, 1988. – С. 151-201.

24. *Горшков М.К., Андреев А.Л., Дробижева Л.М.* и др. Российское общество и вызовы времени. – М., 2015. – Книга 1. – 336 с. – ISBN: 9785777705938.

25. *Готлиб А.С.* Качественное социологическое исследование. Познавательные и экзистенциальные горизонты. Монография. – Самара: Универс-групп, 2004. – 448 с. – ISBN: 5467000349.

26. *Грищенко О.А.* Электронные периодические издания: проблема типологии // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. – 2010. – № 1. – С. 85-88.

27. *Гудмен Н.* Способы создания миров / Пер. с англ. М.В. Лебедева. – М.: Идея-Пресс, 2001. – 326 с. – ISBN: 5901574044.

28. *Делез Ж.* Кино / Пер. с фр. Б. Скуратова. – М.: Ад Маргинем, 2004. – 624 с. – ISBN: 5933210897.

29. *Делез Ж., Гваттари Ф.* Капитализм и шизофрения. Тысяча плато / Пер. Я.И. Свирский. – М.: У-Фактория, 2010. – 895 с. – ISBN: 9785975705273.

30. *Дернер К.* Гражданин и безумие. К социальной истории и научной социологии психиатрии / Пер. И.Я. Сапожниковой под ред. М.В. Уманской. – М.: Алетейя, 2006. – 544 с. – ISBN: 5986390083.

31. *Дернер К.* Хороший врач. Учебник основной позиции врача / Пер. И.Я. Сапожниковой и Э.Л. Гушанского под ред. М.В. Козырева. – М. Алетейя, 2006. – 544 с. – ISBN: 5986390067.

32. *Джазоян А.Е.* Иллюзия «пятой власти»: как социальные сети модернизируют журналистику // Ученые записки Забайкальского

- государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. – 2014. – № 2. – С. 93-100.
33. *Долгин А.Б.* Экономика символического обмена. – М.: Инфра-М, 2006. – 632 с. – ISBN: 5160029117.
34. *Дуглас М.* Как мыслят институты / Пер. с англ. А. Корбута // Социология власти. – 2012. – №4-5. – С. 188-217.
35. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: Аспект-пресс, 2010. – 200 с.
36. *Загидуллина М.В.* Журнализм и вызовы современных технологий: NET-мышление как новый виток развития человеческих способностей // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 20-25.
37. *Задонская И.А.* Роль институтов профессии и образования в регуляции процесса профессионального самоопределения студенческой молодежи // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – № 1 (105). – С. 173-179.
38. *Зайцев А.В.* Принцип обратной связи и институционализация диалога государства и гражданского общества // Социодинамика. – 2012. – № 2. – С. 1-21.
39. *Засурский Я.Н.* Журналистское образование в информационном обществе // Вестник Московского университета. Серия журналистика. – 2006. – №4. – С. 3-20.
40. *Здравомыслов А.Г., Ядов В.А.* Человек и его работа в СССР и после. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – 485 с. – ISBN: 5756702865.
41. *Зиммель Г.* Философия денег (фрагмент) // Теория общества / Пер. с нем. А. Филиппова, под ред. А. Филиппова. – М.: Канон-Пресс-Ц, 1999. – С. 309-383. – ISBN: 5933540013.
42. *Зиновьев И.В.* Журналистика в информационном обществе: технологические итоги и творческие перспективы // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2012. – № 1 (98). – С. 14-20.

43. *Иванова Е.Н.* Глобальный кризис и гражданская журналистика // Сборник докладов VI Международной конференции «Ценностные ориентиры общественного развития России». – М.: МИЭМП, 2010. – С.37-50.
44. *Иванова Е.Н.* Профессионализация новых медиа и этос публичной сферы // Журнал исследований социальной политики. – 2011. – Т. 9, № 2. – С. 169-194.
45. *Иванова Е.Н.* Профессиональный очевидец: альтернативная медиасреда в условиях кризиса // Социологический журнал. – 2010. – № 2. – С. 168-177.
46. *Иванова Н.П., Дрыгина Е.Н.* Сиротские учреждения России: прошлое, настоящее и будущее // Философские науки. – 2010. – № 5. – С. 46-59.
47. *Ильина М.В.* Районные и городские интернет-издания: подход к построению типологии // Районная газета: история, традиции, проблемы. Под ред. Гимельштейна А.В., Бобкова А.К., Романцовой Т.Д., Шерстова В.В. – Иркутск: Издательство Оттиск, 2013. – С. 99-110.
48. *Кастельс М.* Власть коммуникации / Пер. Н.М. Тылевич под ред. А.И. Черных. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с. – ISBN: 9785759810094.
49. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с. – ISBN: 5759800698.
50. *Кастельс М., Паркс М.* Будущее журналистики: сетевая журналистика // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – ISBN: 9785774102679.
51. *Керимова Л.М., Керимов Т.Х.* Теория структуризации Э. Гидденса: методологические аспекты // Социологические исследования. – 1997. – № 3. – С. 37-47.
52. *Кнорр-Цетина К.* Социальность и объекты. Социальные отношения в постсоциальных обществах знания // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. – М.: Территория будущего, 2006. – С. 267-307. – ISBN: 5911290251.

53. *Кнорр-Цетина К., Брюггер У.* Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. – М.: Территория будущего, 2006. – С. 307-342. – ISBN: 5911290251.
54. *Колозариди П.В., Шубенкова А.Ю.* Интернет как предмет социальной политики в официальном дискурсе России: благо или угроза? // Журнал исследований социальной политики. – 2016. – Т. 14, № 1. – С. 39-54.
55. *Корконосенко С.Г.* Основы журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 287 с. – ISBN: 5756701583.
56. *Корконосенко С.Г.* Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 2. – С. 31-50.
57. *Коротницкая М.В., Радченко Е.И.* Значимость культуры социологического мышления журналиста в современных условиях // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – Т.28, №24(221). – С. 104-108.
58. *Короченский А.П.* Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 12. – С. 44-46.
59. *Костенко М.А.* Эффекты институциональной инерции в реформировании российской системы защиты детства // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – 2014. – Т. 20, № 3. – С. 165-168.
60. *Коханова Л.А., Кихтан В.В.* Журналистика на пороге технического перевооружения // Акценты. Новое в массовой коммуникации / Под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: 2003. – С. 40-53.
61. *Кройчик Л.Е.* Как вымирают жанры // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции (10-11 мая 2013 г.). – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2013. – С. 36-37.

62. *Лазуткина Е.В.* Проблема соотнесенности блогов и онлайн-СМИ // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 4. – С. 155-159.
63. *Латур Б.* Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. – М.: Территория будущего, 2006. – С. 199-223. – ISBN: 5911290251.
64. *Латур Б.* Об интеробъективности // Социология вещей / Пер. А. Смирнова, под ред. В. Вахштайна. – М.: Территория будущего, 2006. – С. 169-198. – ISBN: 5911290251.
65. *Лехциер В.Л.* «Простой смертный» или «Человек с улицы» // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. – 2010. – № 2. – С. 101-108.
66. *Лехциер В.Л.* Хороший врач, или Превратности децентрирования медицинского субъекта // Практизация философии: современные тенденции и стратегии. – Вильнюс: ЕГУ, 2010. – С.125-138. – ISBN: 9789955773412.
67. *Липпман У.* Общественное мнение / Пер. Т.В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с. ISBN: 5-93947-016-5.
68. *Ло Дж.* Оптика опроса / Пер. с англ. А. Корбута // Социология власти. – 2012. – №4-5. С. 218-243.
69. *Лосева Н.* Аудитория новых медиа // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – ISBN: 9785774102679.
70. *Луман Н.* Власть / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2001. – 256 с. – ISBN: 5901574060.
71. *Маклюэн Г.М.* Понимание Медиа: внешние расширения человека / Пер. с английского В. Николаева. – М.: Жуковский, Кучково поле, 2003. – 464 с. – ISBN: 586090102X.
72. *Мансуров В.А., Юрченко О.В.* Социология профессий: история и методология // Академический вестник. – 2012. – № 2 (20). – С. 107-116.

73. *Маршалл Т.Х.* Новейшая история профессионализма в связи с социальной структурой и социальной политикой // Журнал исследований социальной политики. – 2010. – Т. 8, № 1. – С. 105-124.
74. *Миллс Ч.Р.* Властвующая элита. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2007. – 844 с. – ISBN: 9785948659237.
75. *Михайлова Н.И.* Московский книготорговец: специфика профессиональной роли / диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. – М., 2005. – 160 с.
76. *Накорякова К.М.* Очерки по истории редактирования в России XVI–XIX вв. Опыт и проблемы. – М.: Издательство «БК», 2004. – 227 с. – ISBN: 5984050072.
77. *Напреенко И.В.* Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: возможно ли собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти. – 2015. – Т. 27, № 1. – С. 108-121.
78. *Николаев В.Г.* Из социологического наследия Эверетта Черрингтона Хьюза: предисловие к публикации // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология. Реферативный журнал. – 2003. – № 4. – С. 111-113.
79. *Николаев В.Г.* Экологический аспект в социологии Э.Ч. Хьюза // Личность. Культура. Общество. – 2009. – Вып. 2, №№ 48-49. – С. 21-44.
80. *Новикова С.С.* Социология: история, основы, институционализация в России. – Воронеж: НПО «МОДЭК», 2000. – 464 с. – ISBN: 5895021360.
81. *Осинов Г.В., Кравченко А.И.* Институциональная социология // Современная западная социология. Словарь. – М.: Политиздат, 1990. – 432 с.
82. *Павенкова М.В.* Институт и институциональность как социологические категории // Вестник СПбГУ. Серия 6. – 2001. – №3. – С. 42-50.
83. *Панов П.В.* Политическое сообщество: конструирование и институционализация // Полис. Политические исследования. – 2007. – № 1. – С. 94-103.

- 84.** *Паранько С.* Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А., Галустян А., Гатов В. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – ISBN:9785774102679.
- 85.** *Парсонс Т.* Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева. – М.: Аспект-пресс, 1998. – 270 с. – ISBN: 5756702253.
- 86.** *Познин В.Ф.* Современные СМИ: между правдой и вымыслом // Медиаскоп. – 2014. – №2. – С. 20.
- 87.** *Почепцов Г.Г.* Психологические войны. – М.: Рефл-бук, 2000. – 528 с. – ISBN: 5879830926.
- 88.** *Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. – М: Аспект Пресс, 2009. – 351 с. – ISBN: 9785756704754.
- 89.** *Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 200 с. – ISBN: 5900045668.
- 90.** *Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* Мир профессий как поле антропологических исследований // Этнографическое обозрение. – 2008. – № 5. – С. 3-17.
- 91.** *Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* Мир профессий – пересмотр аналитических перспектив // Социологические исследования. – 2009. – № 8. – С. 25-35.
- 92.** *Свитич Л.Г.* Влияние процессов медиаконвергенции на характер журналистского труда // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2014. – № 5-6. – С. 19.
- 93.** *Селигмен А.* Проблема доверия / Пер. с англ. И.И. Мюрберг, Л.В. Соболевой. – М.: Идея-Пресс, 2002. – 256 с. – ISBN: 5733300515.
- 94.** *Середняк Л.В.* Подходы к отражению продвижения печатных СМИ в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2015. – № 2 (16). – С. 41-45.
- 95.** *Сидоров В.А.* Социологическая журналистика // Социология журналистики. Под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 351 с. – ISBN: 9785756706154.

- 96.** *Смирнов С.А. и др.* Новые идентичности человека. Анализ и прогноз антропологических трендов. – Новосибирск: НГУЭУ, 2013. – 225 с.
- 97.** Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Тематический сборник статей и материалов / Под редакцией профессора В.Ф. Олешко. – Екатеринбург: Издательский Дом «Филантроп», 2005. – 320 с.
- 98.** *Соколова А.Н.* Развитие теоретических представлений о функциях журналистики / диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М., 2010. – 159 с.
- 99.** *Соколова Н.В.* Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография. – Самара: Самарский университет, 2009. – 204 с. – ISBN: 9785864654514
- 100.** *Суслов Е.В.* Институционализация гражданской журналистики как условие становления гражданского общества // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2009. – Т. 151, № 5-1. – С. 64-73.
- 101.** *Тимченко Г., Носик А.* Дорогая редакция. Подлинная история «Ленты.ру», рассказанная ее создателями. – М.: Аст, 2014. – 336 с. – ISBN: 9785170869701.
- 102.** *Тулупов В.В.* Теоретический и практический аспекты типологии периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2007. – № 3-4 (66-67). – С. 36-44.
- 103.** *Тынянова О.Н.* Власть и знание: к топологии «других пространств» // Пространство и Время. – 2014. – № 4 (18). – С. 1-13.
- 104.** *Фатеева И.А.* Журналистское образование в России: теория, история, современная практика / автореферат диссертации на соискание степени доктора филологических наук. – Екатеринбург, 2008. – 43 с.
- 105.** *Флек Л.* Возникновение и развитие научного факта: введение в теорию стиля мышления и мыслительного коллектива / Пер. с англ., нем., польского В.Н. Поруса. – М.: Идея-Пресс, 1999. – 220 с. – ISBN: 5733300183.
- 106.** *Фомичева И.Д.* СМИ среди средств социальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 60-72.

- 107.** Фуко М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы / Пер. с фр. В. Наумова. – М.: Ad Marginem, 2015. – 416 с. – ISBN: 9785911032296.
- 108.** Фуко М. Око власти // Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. / Пер. с франц. С.Ч. Офертас, под ред. В.П. Визгин и Б.М. Скуратова. – М.: Праксис, 2002. – 384 с. – ISBN:5910574230.
- 109.** Фуко М. Что такое автор? // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет / Пер. с фр. С. Табачниковой. – М.: Касталь, 1996. – С. 7-46. – ISBN:5-85374-006-7.
- 110.** Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Пер. с англ. Д. Павловой, В. Кирющенко. – М.: Издательство АСТ, 2004. – 736 с. – ISBN: 5170240848.
- 111.** Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории / Пер. с англ. под ред. В.С. Катькало, Н.П. Дроздовой. – СПб.: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2005. – 734 с. – ISBN: 5288034966.
- 112.** Хьюз Э. Изготовление врача: общая формулировка идей и проблем // Журнал исследований социальной политики. – 2009. – Т. 7, № 3. – С. 313-326.
- 113.** Хьюз Э. Изучение институтов // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. и пер. Николаев В.Г., отв. ред. Евременко Д.В. – М.: ИНИОН РАН, 2015. – 430 с. – ISBN: 9785248007721.
- 114.** Хьюз Э. Институциональная должность и персона // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. Социологии и социал. психологии; Сост. и пер. Николаев В.Г., Отв. ред. Евременко Д.В. – М.: ИНИОН РАН, 2015. – 430 с. – ISBN: 9785248007721.
- 115.** Хьюз Э. Профессии // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. – 236 с. – ISBN: 9785903360635.

- 116.** *Хьюз Э.* Профессии в обществе // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. – 236 с. – ISBN: 9785903360635.
- 117.** *Цвик В.Л.* История теории, или еще раз об изучении ТВ (о конвергенции в журналистской науке) // Вестник Московского университета. Серия 10: журналистика. – 2009. – №4. – С. 17-25.
- 118.** *Черных А.И.* Журналистика и публичная экспертиза // Социологический журнал. – 2010. – № 4. – С. 92-112.
- 119.** *Черных А.И.* Медиаритуалы // Социологический журнал. – 2012. – № 4. – С. 106-129.
- 120.** *Черных А.И.* Мир современных медиа. – М.: Территория будущего, 2007. – 312 с. – ISBN: 5911290375.
- 121.** *Черных А.И.* Реальность «четвертой власти» // Социологический журнал. – 2008. – № 1. – С. 100-125.
- 122.** *Шахматова Н.В.* Институциональный ракурс моделей функционирования современных российских СМИ. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2016. – 172 с. – ISBN: 9785292044055.
- 123.** *Шелен И.А.* О двойственности институциональной природы профессии public relations // Личность. Культура. Общество. – 2010. – Т. 12, № 3 (57-58). – С. 260-266.
- 124.** *Штомпка П.* Доверие – основа общества / Пер. с польск. С.М. Червонной. – М.: Логос, 2012. – 445 с. – ISBN:9785987044957.
- 125.** *Шюц А.* Смысловая структура повседневного мира. Очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. – 336 с. – ISBN: 5939470122.
- 126.** *Щербакова А.Н.* Деинституционализация сиротства в социологическом измерении: общероссийская и региональная специфика // Власть и управление на Востоке России. – 2013. № 2 (63). – С. 148-152.

127. *Юнгер Э.* Рабочий. Господство и гештальт. Тотальная мобилизация. О боли. – СПб.: Наука, 2000. – 539 с. – ISBN: 5020267813.
128. *Юнгер Э.* Совершенство техники. Машина и собственность. – СПб.: Владимир Даль, 2002. – 564 с. – ISBN: 5936150143.
129. *Ядов В.А.* Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. – М.: Социополис, 2001. – 112 с. – ISBN: 5943480412.
130. *Ярская-Смирнова В.Н., Максимова Л.Н.* Российский контекст двух профессий: инженер и журналист // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2013. №1 (34). – С. 133-138.
131. *Ярская-Смирнова Е.Р., Романов П.В.* Те самые профессии: шкалы престижа и рамки публичности // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / По ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. – 236 с. – ISBN: 9785903360635.
132. *Ястребов В.С.* Организация психиатрической помощи: исторический очерк // Руководство по психиатрии / Под ред. А.С. Тиганова. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 1999. – Т. 1. – 712 с. – ISBN: 5225026761.

Литература на иностранном языке

133. *Altheide D.L., Snow R.P.* Media worlds in the postjournalism era / D.L. Altheide, R.P. Snow. – New York: Aldine de Gruyter, 1991. – 274 p. – ISBN-10: 0202303764.
134. *Atton Ch., Hamilton J.F.* Alternative journalism. – London: Sage, 2009. – 192 p. – ISBN: 9781412947039.
135. *Becker H.S., Geer B., Hughes E.C.* Making the grade: the academic side of college life. – N.Y.: Wiley, 1968. – 150 p. – ISBN:0471061271.
136. *Bourdieu P.* Un Art Moyen: essai sur les usages sociaux de La photographie. – Paris: Minuit, 1965. – 368 p. – ISBN:2707300292.
137. *Brante Th.* Sociological approaches to the professions // Acta sociologica. – 1988. – Vol. 31, №2. – P. 119-142.

138. *Braverman H.* Labor and Monopoly Capitalism: the Degradation of Work in the twentieth Century. – N.Y.: Monthly Review Press, 1998. – 465 p. – ISBN: 9780853459408.
139. *Caplow T.* The Sociology of Work. – New York: McGraw Hill Book Company, 1964. – 344 p. – ISBN:9780070097780.
140. *Cherian G.* Contentious Journalism and the Internet: Towards Democratic Discourse in Malaysia and Singapore. – Singapore, 2006. – 442 p. – ISSN: 18622569.
141. *Chomsky N.* Necessary Illusions: Thought Control In Democratic Societies. – N.Y.: South End Press, 1989. – 422 p. – ISBN:0896083667.
142. *Christen C.T., Gunther A.C.* The influence of mass media and other culprits on the projection of personal opinion. *Communication Research*. – 2003. – 30 (4). – P. 414-431.
143. *Citizen journalism: Global perspectives / Ed. by S. Allan and E. Thorsen.* – New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2009. – 277 p. – ISBN:9781433102950.
144. *Dent M., Whitehead St.* Configuring the «new» professional // *Managing Professional Identities. Knowledge, performativity and the «new» professional / ed. By Mike Dent and Stephen Whitehead.* – London and New York: Routledge, 2002. – P. 1-16. – ISBN: 0415231205.
145. *Denzin N.* The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. – N.Y.: McGraw-Hill, 1978. – 384 p. – ISBN: 0070163618.
146. *Deuze M.* Convergence culture in the creative industries // *International journal of cultural studies*. – 2007. Vol.10 (2). – P. 243-263.
147. *Downing, J.* Audiences and readers of alternative media: The absent lure of the virtually unknown // *Media, Culture and Society*. – 2003. – 25(5). – P. 625-645.
148. *Downing J.* Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements. – U.S.: Sage, 2001. – 426 p. – ISBN:0803956991.
149. *Edy J.A., Snidow S.M.* Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media's Challenge // *Journal of Communication*. 2– 011. – Volume 61, Issue 5. – P. 816–834.

- 150.** *Evetts J.* The Sociological Analysis of Professionalism. Occupational Change in the Modern World // International sociology. – 2003. – Vol. 18 (2). – P. 395-415.
- 151.** *Freidson E.* Professionalism: the third logic. – London: Polity, 2001. – 240 p. – ISBN: 9780226262031.
- 152.** *Freidson E.* The changing nature of professional control // Annual Review Sociology. – 1984. – №10. – P.1-20.
- 153.** *Gehlen A.* Man in the age of technology / Translated by P. Lipscomb. – N.Y.: Columbia University Press, 1980.
- 154.** *Giddens A.* Constitution of society. – Cambridge: Cambridge University Press, 1984. – 402 p. – ISBN:0521278554.
- 155.** *Giddens A.* Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. – Oxford: Polity press, 1991. – 256 p. – ISBN: 0804719446.
- 156.** *Greenwood. E.* Attributes of a Profession // Social Work. 1957. – Vol.2. – P. 45-55.
- 157.** *Grueskin B., Seave A., Graves L.* The story so far: What we know about the business of digital journalism. – New York: Columbia Journalism Review Books, 2011. – 146 p. – ISBN:0231160275.
- 158.** *Heim M.* The Metaphysics of Virtual Reality. – N.Y.: Oxford University Press, 1994. – 208 p. – ISBN:0198024320.
- 159.** *Heim M.* Virtual Realism. – N.Y.: Oxford University Press, 1998. – 246 p. – ISBN: 0195104269.
- 160.** *Jenkins H.* Convergence culture: Where old and new media collide. – N.Y.: University Press, 2006. – 278 p. ISBN: 0814742815.
- 161.** *Jenkins H.* The cultural of Media Convergence // International journal of cultural studies. – 2004. – Vol. 7, №1. – P. 33-43.
- 162.** *Johnson T.* Professions and power. London: Macmillan, 1977. – 96 p. – ISBN: 0333134303.
- 163.** *Kuznetsov S., Paulos E.* Rise of the Expert Amateur: DIY Projects, Communities, and Cultures // Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries. – Reykjavik: ACM Press, 2010. – P. 295-304.

- 164.** *Larson M.* The Rise of Professionalism: a Sociological Analysis. – Berkeley, London: University of California Press, 1977. – 309 p. – ISBN: 0520029380.
- 165.** *Law J., Mol A.* Situating Technoscience: An Inquiry into Spatialities // Society and Space. – 2001. – Vol.19 (5). – P. 609–621.
- 166.** *Macdonald K.* The Sociology of Professions. L.: Sage, 1995. – 240 p. – ISBN:9780803986343.
- 167.** *Manovich L.* New Media From Borges to HTML // The New Media Reader. Ed. N. Wardrip-Fruin, N. Montfort. – Cambridge, Massachusetts, 2003. – P. 13-25. – ISBN:0262232278.
- 168.** *Manovich L.* The language of New Media. – London: MIT Press, 2001. – 354 p. – ISBN:0262632551.
- 169.** *Mansell R.* Collective action, institutionalism, and the internet // Journal of Economic Issues. – 2006. – 40 (2). – P. 297-305.
- 170.** *Marinho S.P., Tarcia L.* Challenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence // Brazilian journalism research. – 2008. – Vol. 4, № 2. – P. 29-53.
- 171.** *Marshall D.* The new intertextual commodity // The new media book / Ed. by Harries D. – London: British Film Institute, 2002. – P. 69-82. – ISBN:0851709249.
- 172.** *Matheson D.* What the Blogger Knows // Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication / Ed. by Z. Papacharissi. – N.Y.: Routledge, 2009. – P. 151-165. – ISBN:9780415804998.
- 173.** *McNair B.* Cultural Chaos: journalism, news and power in a globalised world. – London: Routledge, 2006. – 248 p. – ISBN: 9786610463688.
- 174.** *McNair B.* News and Journalism in the UK (Communication and Society). – London: Taylor&Francis, 2009. – 224 p. – ISBN: 041541072X.
- 175.** *Murphy J. C., Auter P.J.* The Politics of the Source: How the Credibility of a News Source Changes Based on the Political Perception of Blogs // American communication journal. – 2012. – № 14 (1). – P. 1-17.
- 176.** *Parsons T.* Essays in Sociological Theory. – London: Collier-Macmillan, Ltd., 1964. – 460 p. – ISBN: 0029240301.

- 177.** *Pasti S., Nordenstreng K.* Paradoxes of journalistic profession: case of Russia in the context of the BRICS countries // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies.* – 2013. – № 3. – P. 243-268.
- 178.** *Patterson, P., Wilkins, L.* Media Ethics: Issues and Cases, Latest Edition. – Boston, MA: McGraw-Hill, 2004. – 314 p. – ISBN: 1259010813.
- 179.** *Pavlic J.V.* New Media Journalism // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Volume 1&2. /Ed. By William F. Eadie. – New York: Columbia University Press, 2009. – P. 643-651.
- 180.** *Powell W., DiMaggio P.* New institutionalism in organizational analysis. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991. – 486 p. – ISBN: 9780226677095.
- 181.** *Quinn S.* Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting. – N.Y.: Peter Lang, 2005. – 256 p. – ISBN:0820474525
- 182.** *Rodriguez C.* Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media. – Cresskill: Hampton Press, 2001. – 224 p. – ISBN: 1572733691.
- 183.** *Rosa A.* From mass communication to new media: a network perspective // *Observatorio (OBS) Journal.* – 2012. – Vol.6 (3). – P. 145-176.
- 184.** *Rosen L.* Law as Culture: An Invitation. Princeton: Princeton University Press, 2008. – 232 p. – ISBN: 9780691136448.
- 185.** *Waisbord S.* Watchdog journalism in South America: News, accountability, and democracy. – N.Y.: Columbia University Press, 2000. – 282 p. – ISBN:9780231119757.
- 186.** *Waltz M.* Alternative and activist media. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005. – 149 p. – ISBN: 0748619577
- 187.** *Watson J.* Media communication: An introduction to theory and process. – London: Palgrave Macmillan, 2016. – 344 p. – ISBN: 09781137428219.
- 188.** *Weaver D.H., Beam R.A. and other.* The American journalist in the 21st century: US news people at the dawn of a new millennium. – London: Taylor & Francis, 2006. – 304 p. – ISBN:1410614565.
- 189.** *Whyte W. F.* The Organization Man. – N.Y.: Simon & Shuster, 1956. – 429 p. – ISBN: 671212354.

190. *Zelizer B.* Terms of choice: uncertainty, journalism and crisis // Journal of communication. – 2015. – №65. – P. 888-908.

Источники интернет

191. Взорвавшийся над Челябинском огненный шар оказался метеоритом // НТВ [Электронный ресурс]. 15.02.2013. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/463136/>. (дата обращения: 24.06.2016).

192. Дмитрий Медведев объявил челябинский метеорит символом // НТВ [Электронный ресурс]. 15.02.2013. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/463217>. (дата обращения: 24.06.2016).

193. Дорогим читателям от дорогой редакции // Лента.ру [Электронный ресурс]. 12.03.2014. URL: <http://lenta.ru/info/posts/statement/>. (дата обращения: 24.06.2016).

194. Из «Ленты.ру» уволились 39 человек // Лента.ру [Электронный ресурс]. 13.03.2014. URL: <http://lenta.ru/news/2014/03/13/lentaru/>. (дата обращения: 24.06.2016).

195. *Albert M.* What makes alternative media alternative? // ZMagazine [Электронный ресурс]. 01.10.1997. URL: <http://zcomm.org/zmagazine/what-makes-alternative-media-alternative-by-michael-albert/>. (дата обращения: 25.06.2016).

196. Как разгон «дорогой редакции» породил новую волну small media // Реальное время [Электронный ресурс]. 5.11.2015. URL: <http://realnoevremya.ru/today/17123>. (дата обращения: 25.06.2016).

197. *Fernback J. Thompson B.* Virtual communities: Abort, retry, failure? // The Well [Электронный ресурс]. 1995. URL: <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCCivil.html>.

198. *Huges C.* From the bottom up. Interview with David Wagner // ZMagazine [Электронный ресурс]. 24.08.2014. URL: <https://zcomm.org/zmagazine/from-the-bottom-up/>. (дата обращения: 01.09.2016).

199. *Kahn R., Kellner D.* Oppositional Politics and the Internet: A Critical/Reconstructive // The Graduate School of Education and Information Studies UCLA. [Электронный ресурс]. 2004. URL: <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/oppositionalpoliticstechnology.pdf>. (дата обращения: 30.08.2016).

- 200.** *Martinez D.B.* Mental Health After Capitalism // ZMagazine [Электронный ресурс]. 01.01.2003. URL: <https://zcomm.org/znetarticle/mental-health-after-capitalism-by-dawn-belkin-martinez/>. (дата обращения: 25.06.2016).
- 201.** *Picard R.G.* The deinstitutionalization of journalism // The Media Business [Электронный ресурс]. 17.12.2014. URL: <http://themediabusiness.blogspot.de/2013/12/the-deinstitutionalization-of-journalism.html>. (дата обращения: 25.06.2016).
- 202.** The humanization of media? Social media and the reformation of communication // Keynote speech of prof. R.G. Picard to the Australia & New Zealand Communication Association 2014 [Электронный ресурс]. URL: http://www.robertpicard.net/files/Picard_Humanising_of_Media_Speech.pdf. (дата обращения: 25.06.2016).

Авторское социологическое исследование на тему «Эмпирический анализ процесса деинституционализации современной российской журналистики»

1.1 Пример документа, использованного для качественного анализа

«Журналистика никому не нужна» К 30-летию гласности в России. Речь Леонида Парфенова (источник [URL]: <https://meduza.io/feature/2015/03/17/zhurnalistika-nikomu-ne-nuzhna>)

Гласность началась с того дня, когда Михаил Горбачев впервые пообщался с народом — известнейший эпизод в 40-летний юбилей Победы. Горбачев тогда говорил с трудящимися, стоящими прямо на тротуаре. До этого никогда генеральный секретарь не ходил и не разговаривал с людьми на улицах. Люди молчали, он им рассказывал, что будут какие-то перемены, в том числе насчет пьянки и борьбы с ней. Люди молчали. И тогда он, лучезарно улыбаясь, напоследок спросил: «Что вы мне напоследок пожелаете?» Какая-то тетенька произнесла дежурную советскую фразу: «Да будьте только к народу поближе». Он раскинул руки, расхохотавшись: «Да уж куда ближе-то?» И на этом все рухнуло. Стало ясно, что это изменило все.

Дальше он почти каждый день находился в каком-то новом городе, говорил острее, чем западные средства массовой информации. Жванецкий жаловался, что он остался без работы, потому что какой смысл, когда первое лицо государства говорит острее любого сатирика? Для чего выходить и выступать? Ты все равно оказываешься вторым в лыжне. Но мне кажется, что очень важно понимать, откуда это произошло и почему это было мгновенно легитимизировано сильнейшей поддержкой снизу.

Черненко был, конечно, перебором даже по советским временам. Было понимание, очень острое, того, что гиря дошла до пола, что этот «проект» неизлечимо болен и что-то с этим делать надо. Была общая неудовлетворенность от того, что в городе Вологде закрыли магазин «Вологодское масло», а Маше мы не можем купить сапожки к осени вот уже пятый сезон. А кому-то — например, Марку Захарову — от того, что у него закрыли спектакль. А кого-то по еврейской линии не выпустили за границу. Все это было очень разным, но было всеобщим.

Было ощущение того, что с этим нужно что-то делать. Это принципиальный вопрос. Это было время непростых ответов на накопившиеся проклятые вопросы. От того, что люди не говорили, не обсуждали, не имели возможности про это говорить при том, что эта гласность прекрасно соседствовала с совершенно закрытыми темами. Я помню, что до 1988 года нельзя было говорить и писать про очереди за водкой. Потому что мы боремся с пьянством и алкоголизмом, как же это тогда — очереди за водкой?

Это принципиально другая ситуация, чем сейчас. Я вообще все время поражаюсь. Во всех профессиональных разговорах мы все время говорим о каких-то внутрицеховых проблемах. Я глубоко убежден, что журналистика зависит не от журналистов, а от аудитории. Если есть запрос на проклятый вопрос, извините за тавтологию, тогда будет журналистика. А если нет — не возникнет она ниоткуда. Давно журналистика наша проблемная пишет для самих журналистов. Вот сейчас коллега как раз сетовала, что, мол, да, сейчас, конечно, у радио «Свобода» не миллионы. Тогда по самым очевидно заниженным аналитическим запискам Комитета госбезопасности, впоследствии рассекреченным, ежевечерняя аудитория русской службы «Би-Би-Си» и «Голоса Америки» — каждая из них — оценивалась в 30 миллионов человек! В определенных поколениях советских людей, во всяком случае мужского пола, нет человека, который бы не слышал и не знает, как звучит «Сева Новгородцев, город Лондон, «Би-Би-Си». Но за последние 15 лет, если не 20, боюсь, что никто не знает, кто такой Сева

Новгородцев. Хотя за это время он даже стал еще и рыцарем Британской Империи. Из новых поколений потенциальных слушателей этого виртуоза микрофона не знает никто. Вопрос самый главный в этом.

До тех пор, пока не будет ситуации, при которой обществу требуется перестройка, и не возникнет потребность в гласности. В нынешних условиях — «Гуляй, Россия, плачь, Европа, а у меня самая красивая опа» — откуда? Это же так удобно. Не вставая с тахты, переключать федеральные телеканалы; попивая пивасик, думать о величии нашей страны и загнивании Запада. Это обычная русская привычка простого ответа на сложные вопросы. Когда окажется, что однопартийность приводит к одноколбасности — тогда, очевидно, опять возникнет необходимость в гласности. Я имею в виду десятки миллионов, которые должны в 140-миллионной стране составлять аудиторию.

Я много раз приводил эту статистику, никто на это не обращает внимания. У нас бумажные тиражи — в разы ниже, чем в Великобритании. Таких, как «Коммерсантъ», не будем сейчас говорить, что он «не тот», как это принято выражаться, но таких буржуазных газет, которые пишут от балета имени Кузнецовой до политики имени Колесникова, до биржевых сводок — таких в Британии четыре, причем Daily Telegraph в бумаге имеет тираж под полмиллиона. А у нас «Коммерсантъ» колеблется в районе так называемых верхних 100 тысяч, а «Ведомости», которые наши Financial Times, 60- или 70-тысячный тираж показывают. О чем говорить? У нас абсолютные тиражи ниже польских.

Главная эстонская газета, название которой, кажется, переводится как «Почтальон», она тоже со стотысячным тиражом. Потому что есть общество, которому нужно все время сверять свой пульс с главной газетой страны. Мол, у меня такие ощущения, я должен это почитать. Вот оно — mass media. Вот она — социальная функция, которая позволяет человеку чувствовать, что он не одинок. Что есть общество, что он гражданин и он как-то кого-то выбирает, мучается, ставит вопросы, решает, куда идет страна, негодует на власть и так далее. Без этого не может быть журналистики. Если нет запроса.

Я еще немножко ресторатор и знаю, что нельзя носить анчоусы, если в зале просят помидоры с огурцом и «побольше сметанки, молодой человек, побольше сметанки». Я не понимаю, о чем тут могут быть разговоры — о большем или меньшем качестве.

Советская пропаганда была все-таки гораздо тотальней, чем пропаганда федеральных телеканалов. Но демонстрация к этому времени того же Константина Устиновича Черненко, голосующего на избирательном участке, уже давно работала в обратку. Сейчас количество показов на национальных телеканалах зашкаливает, но ведь к обратной реакции совершенно не приводит. Ну где-то там со второй половины Брежнева стало совершенно очевидно, что чем тотальнее пропаганда, чем большее присутствие отцов нации в программе «Время», тем хуже это для отцов нации. Вот и все. Будет такая пища, если такое хавают. Если на такой мякине можно проводить воробьев.... Я как-то спрашивал коллег, спустя сколько времени мы будем говорить, что была в этом определенная политическая культура... Но в целом, конечно, «прямые линии» — это несколько северокорейски смотрелось. Кто-то считает, что 10 лет должно пройти, кто-то — 15. Никто же не думает, что это навечно.

Десять лет назад — при предыдущем кризисе имени Януковича на Украине — Путин приезжал в Киев, и все три украинских общенациональных канала сидели точно так же и задавали ему вопросы, как вот у нас на «прямой линии». И он недвусмысленно поддерживал преемничество в Украине. Сейчас же никому не пришло это в голову — в 2014 году, просто потому, что такое не проканаает. В лучшем случае — рассмеются. За эти 10 лет не бог весть какого украинского политического прогресса все-таки немножко политическая культура сдвинулась. Я уж не говорю о том, что в принципе эта «прямая линия» возможна разве что в Белоруссии. Попробуйте это втюхать поляку или чеху.

И никто там не обсуждает, что за время, прошедшее после примерно тогда же наступившей перестройки и гласности, что-то случилось с журналистикой. В голову никому не приходит. С них это как короста отвалилось, а у нас это великое прошлое. И горе Горбачеву, который развалил нашу прекрасную державу, которую все боялись, а поэтому уважали.

Вот мои соображения. Честное слово, я не понимаю смысла разговоров о журналистике в условиях, когда она никому не нужна. Лично у нас есть какая-то проблема, что есть люди, которым еще что-то нужно делать по жизни, но пока этого не захочет общество — это туса между собой. Сами написали, сами почитали. Это самообслуживание населения на дому.

1.2 Гайд глубинного интервью с журналистами (институциональными и деинституциональными) и потребителями массовой информации (интервью проводилось в устной форме, запись велась на диктофон):

1. Разрешите зафиксировать ваш возраст. Сколько вам лет?
2. Назовите, пожалуйста, вашу должность.
3. В каком городе вы работаете?
4. Как вы считаете, имеют ли место, своего рода, контринституциональные процессы в журналистике? То есть, процессы, которые разрушают классическую журналистику в том виде, в котором она существовала до сих пор?
5. Носят ли они, по вашему мнению, позитивную или негативную окраску?
6. Считаете ли вы, что существует конкуренция между авторами в блогах/социальных сетях и обычных СМИ? Поясните, пожалуйста, свою позицию.
7. Ведете ли вы свою страницу в социальных сетях или блог? Как вы позиционируете себя в соцсетях?
8. Каким медиаисточникам вы доверяете и не доверяете? Доверяете ли вы больше авторам в блогах/социальных сетях или «обычным» СМИ? Почему?
9. Какие перспективы, на ваш взгляд, есть у современной российской журналистики? В какую сторону она будет развиваться?

1.3 Пример глубинного интервью с журналистами (институциональными и деинституциональными) и потребителями массовой информации:

Информант - М., 28 лет, главный редактор интернет-портала, г. Тольятти

Интервьюер: Как вы считаете, имеют ли место, своего рода, контринституциональные процессы в журналистике? Процессы, которые разрушают журналистику в том виде, в котором она существовала до сих пор?

Информант: Очевидна потеря доверия к журналистскому сообществу в силу некой заикленности журналистов на стремлении писать для «заказчика», рекламодателя, для себя. Для кого угодно, кроме читателя.

Инт.: Что вы имеете в виду под «сообществом» - непосредственно журналистов, которые работают в редакциях, или, например, еще и журналистское образование?

Инф.: Первый вариант. Вряд ли стоит говорить о потере доверия к образованию. Профессиональный журналист, который закончил отделение журналистики - вообще нонсенс, а журналистикой часто и так занимаются люди других профессий.

Инт.: Может быть, какие-то еще проявления?

Инф.: Ну, например, практика, когда журналисты, да и не только журналисты, ведут собственные дискуссионные площадки. Она повсеместная. Многие перестают читать газеты и читают блоги.

Инт.: На ваш взгляд, распространение самостоятельных «журналистских» источников – это позитивный или негативный процесс?

Инф.: Тот факт, что можно всюду и везде открыто высказываться.... Наверное, он имеет и позитивную, и негативную сторону.

Инт.: Поясните, пожалуйста.

Инф.: Позитив в том, что это и есть свобода слова, в чистом виде. Человеку нынче не надо «писать в редакцию» письма. Он просто открывает браузер. Он заходит в свой блог или на

страницу и пишет там все, что хочет. А что тут плохого? Журналист при подготовке материала проводит большую работу. Он берет комментарии, собирает разные полярные мнения, изучает справочную информацию. В конце концов, он идет и сам наблюдает за происходящим. А вот автор записи в соцсети себя такой работой не утруждает. Он не журналист, и иногда ему неизвестно, что перед обвинением соседа в лишнем шуме нужно позвонить в ЖЭК и уточнить. Вдруг проводились работы в его доме, и шумел-то вовсе не сосед, а сотрудники ЖЭКа?

Инт.: Ранее вы упомянули о некой «потере доверия» журналистскому сообществу. Поясните, пожалуйста, еще раз. Почему теряется доверие к ним? Какова причина?

Инф.: Да, для полноты картины остановлюсь подробнее. Смотрите, с одной стороны, сегодня мы видим повсеместное стремление СМИ заработать себе на жизнь. Это нормально, но я бы сказал, отчасти нормально. С другой стороны, мы видим, как тематика массовых СМИ явно перекашивается в сторону «чернухи»: кровь, злодеяния, никакой добродетели. То есть, желание заработать себе на жизнь заставляет подстраиваться под какие-то самые простые, не очень хорошие форматы. И это видно со стороны, поверьте.

Но интересно, что, простите, «пипл хавают». Получается, что кому-то это нравится. Впору вспомнить экономический постулат. Знаете? «Спрос рождает предложение».

Инт.: Вы сказали, что вот этот перекося в сторону «простых форматов», кому-то нравится? Таких больше или меньше тех, кому это не нравится?

Инф. Хороший вопрос. Думаю, все же больше. Не нравится это тем, кто все понимает. А нравится, наверное, основной части. Да, точно. Берем с вами топ-3 информационных ресурса в Тольятти. Это «ТлтТаймс», «ТлтГород», «Тлт.ру» [TltTimes.ru, Tltgorod.ru Tlt.ru – прим.авт.]. Если взять статистику посещаемости, то увидим, что новость об очередной дорожной аварии с погибшими собрала 1000-2000 просмотров за сутки. Сообщения про добро, будь-то спортивная заметка о победе хоккейной «Лады» или репортаж с детского праздника, редко набирают за неделю свои 30-50 просмотров. Разница просто катастрофическая.

Инт.: Можно ли и нужно ли менять эту ситуацию?

Инф.: Действительно, критикуя – предлагай. Мне кажется, что изменить систему можно. Средствам массовой информации, например, можно общаться с бизнесменами, начиная беседу не со слов: «Сколько вы нам заплатите?». Как говорит мой наставник, а он бывший главред самой успешной в Тольятти телекомпании: «Нельзя все время за деньги, нужно иногда по любви». СМИ должны к минимуму сводить «жесть» и «чернуху». Если угодно, СМИ обязаны придерживаться негласного элементарного профессионального и общечеловеческого этического кодекса!

Инт.: Вы сейчас говорили о более конкретных вещах. А если обращаться к более глобальным, то какие перспективы могут быть у российской журналистики?

Инф.: Тут, наверное, можно упомянуть цензуру. Мое сугубо личное мнение таково, что в России пока еще нет цензуры. Но зато запредельный уровень самоцензуры. Власть не критикуют, когда есть, за что критиковать, из-за боязни. То есть, «как бы чего не вышло!». Думаю, что в ближайшие лет 10-15 почти все СМИ будут делать работу, которая в Союзе называлась агитпропагандой. Останется немного условно независимых СМИ. Надеюсь, они будут хоть в каком-то виде.

Инт.: Вы затронули тему журналистского образования и сказали, что в профессии много тех, кто не учился на журналиста. Можно подробнее: необходимо ли журналистское образование в реалиях журналистики?

Инф.: Я сам закончил «Журналистику» в университете Тольятти. И хочу сказать, в нынешней системе высшего профобразования журналиста я вижу слабую практическую ориентированность. В остальном, система вполне эффективна. В моем отдельно взятом вузе студентам крупно повезло – почти все имели возможность совмещать с учебу с работой без ущерба для того и другого. В большинстве вузов страны это нонсенс: нужно «пахать» либо в университете, либо работать и учиться на заочном отделении. По целесообразности именно журналистского образования... На самом деле, мое мнение после получения диплома не изменилось. Лучше быть профессиональным переводчиком, фотографом, доктором, юристом

или языковедом, и при этом стать журналистом. Имею полное право так говорить, ведь сам получил именно журналистское образование.

Инт.: Прошу прощения, то есть, вы имеете в виду, что образование в целом эффективно, но в нем нет практической направленности. И лучше получить другое образование... Я правильно вас поняла? Зачем нужно это другое образование?

Как метко сказала одна из моих преподавателей: «Журналист - это дилетант во всем». Чтобы не голодать и заработать хоть какие-то деньги – нужна резервная профессия, отходной аэродром. Быть журналистом по профессии и зарабатывать этим делом – не самая легкая участь.

Инт.: Еще вы говорили, что в социальных сетях сейчас пишут не только, условно, обычные потребители информации, но и журналисты. Вы сами ведете свой блог или страницу?

Инф.: Конечно.

Инт.: А как вы позиционируете себя? Поясню: можно же выступать как журналист конкретного СМИ, как ньюсмейкер или просто как обычный пользователь интернета. Возможно, есть и другие направления.

Инф.: В вопросе вы перечислили все направления, которых я придерживаюсь. Не хватает, наверное, еще одного: соцсети - это просто колоссальная база контактов разных людей для работы и деловых связей. То есть, не просто для общения, а для общения по работе, для налаживания связей.

Инт.: А можете ли вы сказать, какая роль для вас ведущая?

Инф.: Нет. Наверное, все равнозначные.

Инт.: Если углубить тему социальных сетей. Считаете ли вы, что они сегодня конкурируют с профессиональными СМИ? То же касается и блогов.

Инф.: Нет, не считаю. Никто не говорит на улице и в общении с коллегами: «Я читаю блог Петрова, смотрю канал Сухова и листаю инстаграм Сидорова». Все говорят: «Я смотрю Первый, Второй, Третий канал».

Инт.: В одном из прошлых ответов вы сказали, что люди стали больше читать блоги. Как соотносятся эти два высказывания?

Инф.: Да, но в широком смысле слова ни один блог или видеохостинг не охватывает все сферы жизни и интересов. Есть потрясающие блогеры, которые классно пишут об автоспорте или о музыке, но они же ничего не пишут о финансах. Читать 100500 блогов ежедневно – физически невозможно. А классические СМИ освещают широкий и разнообразный пласт жизни. Получается, читают больше, но это не значит, что блоги так уж серьезно конкурируют со СМИ.

Инт.: Лично вы каким источникам доверяете больше: классическим СМИ или социальным сетям/блогам?

Инф.: СМИ я априори не верю, уже давно. То есть, совсем. Блогам тоже не верю. Верю собственному выводу, когда сопоставлю отдельные факты. Если сказать, кому больше верю, то скажу так: блогам я не верю чуть меньше, чем СМИ.

Инт.: Как вы лично выбираете медиаресурсы, которым можно доверять?

Инф.: Просто читаю и смотрю все, что попадается. Все остальное я уже сказал.

Инт.: Что нужно, чтобы вы перестали доверять тому или иному медиаресурсу?

Инф.: Здесь есть три аспекта: репутацию любого ресурса портит вранье, полуправда и односторонняя позиция.

Инт.: Как вы оцениваете интерес к блогам со стороны коммерческих структур? Вы говорили, что интерес к обычным СМИ высокий, и это даже влияет на их содержание.

Инф.: Судя по гонорарам отдельных блогеров, можно смело утверждать: быть блогером намного выгоднее, чем журналистом. Но! Многие журналисты помнят, что СМИ пережили такой же бум коммерческого интереса к себе – и со стороны власти, и со стороны бизнеса. Думаю, с блогами будет то же, что и с газетами. Когда заказчик поймет, что блог как канал привлечения клиентов больше не работает, коммерческий интерес пропадет.

1.4 Гайд свободного онлайн-интервью со свидетелями падения метеорита в г. Челябинске (интервью проводилось в устной форме по Skype, запись велась на диктофон):

1. Разрешите зафиксировать ваш возраст. Сколько вам лет?
2. В каком городе вы проживаете?
3. Являетесь ли вы свидетелем падения метеорита?
4. Вы снимали это событие? Можете ли вы описать, почему вам захотелось снять падение метеорита?
5. Вы выкладывали информацию в социальную сеть? С какой целью?
6. Вы следили за тем, как освещалось в СМИ или социальных сетях падение метеорита? В каких источниках вы искали информацию?

1.5 Пример свободного онлайн-интервью со свидетелями падения метеорита в г. Челябинске:

Информант - М., 36 лет, г. Челябинск

Интервьюер: Расскажите, пожалуйста, являетесь ли вы свидетелем падения метеорита? Вы снимали это событие?

Информант: Да, свидетель. Снимал на фото, на телефон. Когда сделал фото, до подхода ударной волны, разговаривал по телефону с женой. Я ей сказал: «Отойди от окон». И в школе у нас учителя так же поступили, поэтому там мало жертв. Если, допустим, класс детей пялится в окна, и приходит волна, то в лучшем случае всех «покорёжит» стеклами. К нас, к счастью, я о таких случаях не слышал.

Инт.: Можете ли вы описать, почему вам захотелось снять событие?

Инф.: Не знаю. Изначально снял для себя. Без мыслей делиться с другими.

Инт.: Вы выкладывали информацию в социальную сеть? С какой целью?

Инф.: Да, выложил в «Контакт». Наверное, для друзей, для близких – я каждый день что-то выкладываю.

Инт.: Было ли для вас важно, чтобы ваши материалы увидело большое число людей?

Инф.: Нет, этот момент меня не беспокоил. Хотя иногда, если что-то интересное снимаю, то отправляю в редакцию 74.ру для иллюстрации новостей. Например, отправлял фотографии прошлогоднего снега 26 апреля. Их даже поставили в материал.

Инт.: Скажите, вы следили за тем, как освещалось падение метеорита? В каких источниках вы искали информацию?

Инф.: Отслеживал одним глазом. В интернете: в соцсетях и на сайтах.

Инт.: Новостных?

Инф.: Да. 90 процентов – откровенный «трэш» и «угар».

Инт.: Поясните, пожалуйста.

Инф.: Это по поводу версий. Писали про инопланетян. Про ПВО, которая сбила бомбу. Про дивизию ВДВ, которую перебросили для поиска обломков космического корабля. Но самое первое – упал самолет. Еще правдоподобно было, что рванул цинковый завод. Но потом упала связь и все новостные сайты, кроме нашего. Смотрел его и соцсети.

Инт.: Расскажите, пожалуйста, подробнее, и о других средствах массовой информации. Вы не обращались к ним?

Инф.: Нет. По телевизору и по радио несколько часов вообще не было информации. Потом, говорят, прошла по «Первому каналу» бегущая строка - вроде в Челябинске упал боевой самолет. Хотя в интернете уже давно писали, что это метеорит. По ТВ информация появилась часа через 3-4. И дублировалось все, что было в интернете – ролики, фото.

Инт.: Можете ли вы сказать, кто, в основном, размещал информацию в социальной сети?

Инф.: Первыми стали постить студенты и таксисты. У первых посыпались окна в аудиториях - все начали снимать уже в режиме эвакуации. Вторые наснимали на дорогах, но публиковали видео где-то на следующие сутки.

1.6 Гайд глубинного онлайн-интервью с журналистами, когда-либо увольнявшимися из редакции СМИ по собственному желанию (интервью проводилось в устной форме по Skype, запись велась на диктофон):

1. Разрешите зафиксировать ваш возраст. Сколько вам лет?
2. В каком городе вы работаете?
3. Расскажите, пожалуйста, почему вы приняли решение уволиться из редакции СМИ? Что это было за СМИ? Опишите, пожалуйста, ситуацию как можно подробнее.
4. Чем вы занимаетесь по роду деятельности сейчас?
5. Расскажите, почему вы сделали выбор в пользу новой работы?
6. Какие формы протеста журналистов против редакции или против «системы», в целом, вы встречали в своей практике? Это могут быть как ваши действия, так и действия коллег, которые вы наблюдали. Опишите, пожалуйста, как можно подробнее.

1.7 Пример глубинного онлайн-интервью с журналистами, когда-либо увольнявшимися из редакции СМИ по собственному желанию (интервью проводилось по Skype и записывалось на диктофон):

Информант - М., 49 лет, г. Москва

Интервьюер: Расскажите, пожалуйста, почему вы приняли решение уволиться из редакции СМИ? Что это было за СМИ? Опишите, пожалуйста, ситуацию как можно подробнее.

Информант: Я увольнялся из «Ленты.ру». Для меня поворотным моментом стали выборы в Госдуму в декабре 2011 года. В тот день спецкор «Ленты.ру» Илья Азар присоединился к группе фальсификаторов, с помощью которых «Единая Россия» накручивала себе голоса. Им раздавали на руки пачки уже заполненных бюллетеней и отправляли по участкам, чтобы они опускали эти пачки в урны. Там была такая спецоперация: Илья и еще два журналиста из других изданий - из «Новой газеты» и, кажется, из «Газеты.ру» - присоединились к такой группе, взяли бюллетени. Когда они пришли на участок, бюллетени опускать не стали, а просто громко объявили о том, с чем и зачем они пришли. Потребовали вызвать полицию, задержать всех сообщников. Там действительно полиция приехала и трех человек задержала. Впрочем, всех выпустили, уголовное дело заглохло без последствий.

Илья в тот же день написал статью. Она все еще жива на сервере, хотя фамилия автора куда-то делась. Статья попала на сайт где-то днем, часа в три-четыре, и к вечеру набрала невероятный трафик. Еще ничего не началось: все митинги, Болотная площадь - все это было потом. Но протестные настроения уже были сильные, и по реакции наших читателей это было видно.

А поздно вечером от Гали Тимченко потребовали эту статью снять. Кто конкретно, она мне не говорила, но снимать не стала. Сложилась ситуация, когда стало ясно: ее могут уволить, но тогда обошлось. Я про себя решил, что если такое все же случится, я тоже уйду.

Есть одна тонкость, которую следует понимать. Снимать с сайта статью, которая уже набрала сотни тысяч просмотров и разошлась по интернету, бессмысленно. Это не тот случай, когда можно изъять тираж. Требование снять материал в такой ситуации - это чистой воды акт устрашения, он направлен и против редакции, и против читателей: редакцию на глазах у читателей сломают через колено. Это очень унижительно, и в такой ситуации действительно лучше пожертвовать рабочим местом и зарплатой, чем терпеть.

А в марте 2014-го все повторилось, только теперь триггером послужили не нарушения на выборах, а интервью, которое все тот же Илья Азар взял у кого-то из украинского Правого сектора - когда в провластных СМИ уже вовсю развивался дискурс про «киевскую хунту». Илья вообще был на виду — он постоянно лез в самую гущу событий, и вообще, он принципиально нетерпим к любого рода цензуре.

К тому времени у нас сменился основной акционер. До этого им был [Владимир] Потанин, и его людям удавалось минимизировать политическое давление на нас. Теперь им стал Александр Мамут, и он как-то сразу показал, что не готов нас защищать. Он был очень недоволен материалами Ильи и даже требовал его увольнения. Галя и на это ответила отказом - нельзя же, в самом деле, увольнять лучших сотрудников. И вообще нельзя поддаваться ни в чем, только так можно сохранить независимость.

Сразу после статьи про Правый сектор пошла новость, что Роскомнадзор выносит «Ленте» предупреждение - за публикацию экстремистского материала. Логика тут дикая, конечно: почему интервью с членом экстремистской организации непременно должно считаться экстремистским? Но через два часа Мамут вызвал Галю и объявил ей, что она уволена. Это, кстати, откровенное нарушение закона о СМИ: владелец не имеет права снимать и назначать главреда. Теоретически, она могла бы пойти в суд. Но после Крыма, после «болотного дела» было совершенно понятно, что это бессмысленно.

В общем, это было уже ближе к вечеру, часов в пять. Работа в редакции остановилась. Мы были совершенно ошарашены. Вскоре пришел новый главред, по фамилии Гореславский. Это такой полный солидный мужчина средних лет, он был у Мамута кем-то по GR, кажется. Не уверен. С первой минуты он стал врать и делать вид, что ничего страшного не произошло, что всем надо работать, как работали. Он даже предложил обсудить с желающими вопрос о повышении зарплаты. Но слушать его никто не стал: где-то в сети есть короткое видео, записанное на этой встрече. Там тридцать человек забрасывают Гореславского репликами - не спокойными и не лестными. После этой встречи, кажется, и было то знаменитое обращение к читателям - про то, что им теперь нечего читать.

В тот вечер мы все поехали домой к гендиректору Юле Миндер, где мрачно напились. Я не помню, чтобы обсуждали вопрос о коллективном увольнении, мы просто были подавлены — история вышла отвратительная. Когда тебя увольняют не за промахи, а за то, что ты работаешь хорошо — это тяжело. По словам Гали, Мамут ей так и сказал: «Вы великий главный редактор, но вы уволены». Тем более, прошло чуть больше года с последнего перезапуска «Ленты». Это сайт, придуманный и сделанный Галей. Он выстрелил — сейчас половина сайтов заимствовали элементы дизайна.

На другой день я проснулся с мыслью, что это будет мой последний день в «Ленте». Я доехал до работы и написал заявление - кажется, первым из всех. Следом в кабинет гендира выстроилась очередь: почти все, кто на тот момент был в редакции, написали заявления. Я уволился прямо завтрашней датой, так же поступили еще человек семь-восемь, остальные взяли двухнедельную паузу, кто-то - месяц. Вообще разные были ситуации. Кому-то надо было дожидаться пары месяцев до ухода в декрет, кто-то по личным обстоятельствам не мог лишиться зарплаты даже на месяц и собирался сперва найти новую работу. Но тех, кто решил, что случившееся — не повод менять работу, нашлось всего двое. Бог им судья.

Инт. А какая ситуация была у вас?

Инф.: Лично я? Я оказался в тяжелой ситуации - на руках была ипотека. Мне повезло, как раз была кадровая революция в РБК. Лучшие люди из уважаемых деловых изданий Москвы собрались, чтобы сделать из старого умиравшего бодрый медиахолдинг. Новый главред РБК Максим Солюс - мой старинный приятель, еще по университету. Он позвал меня выпускающим редактором, и вот уже почти полтора года я на новом месте. Вообще никто из тех, кто уволился из «Ленты», без работы не остался. Два главных московских места, куда перешло много наших - это РБК и «Слон». Ну, есть еще «Медуза», конечно. Но это эмиграция, я к такому был не готов.

Инт.: Чем вы занимаетесь по роду деятельности сейчас? Почему вы сделали такой выбор?

Инф. Род моей деятельности – преподавание. С этим ничего не случилось, слава богу. А в РБК я пошел, потому что я не сомневался в тех, кто его возглавляет. Они исповедуют ровно те же принципы по отношению к цензуре, что и Галя Тимченко. Именно поэтому РБК сегодня – так сказать, «оппозиционный» ресурс. Пишет не то, что хотят видеть власти, а то, что происходит на самом деле — про Украину, про коррупцию и прочие острые темы. И за эти полтора года нападков на нас со стороны провластных кругов было много. Включая несколько демонстраций каких-то унылых активистов и переодетых казаков прямо под окнами. Наш журналист, Александр Соколов, арестован и ждет суда – по обвинению за участие в запрещенной организации, но это может быть формой давления на него и редакцию, Саша – автор ряда разоблачительных материалов.

Это чистой воды наступление на свободу слова и профессию журналиста. И это значит, что я опять могу оказаться в ситуации, когда придется уходить. Но что тут поделаешь. Сотрудничать с пропагандистской машиной я не буду.

Инт.: Поясните еще раз, пожалуйста, чем вы занимаетесь на своей должности.

Инф.: Занимаюсь вещами, скорее, вспомогательными. Как выпускающий редактор, я отвечаю за формирование разворотов и полос в номере, еще ведаю разной графикой и инфографикой. Собственно контентом я теперь почти не занимаюсь, за это в РБК отвечают руководители отделов.

Инт.: Какие еще формы протеста журналистов против редакции или против «системы» вы встречали в своей практике? Это могут быть как ваши действия, так и действия коллег, которые вы наблюдали.

Инф.: Московские журналисты – люди активные, и законными средствами протеста пользуются тоже активно. Главные из них, наверное – одиночные пикеты и массовые митинги, сбор подписей на Change.org. Про коллективные увольнения, подобные «Ленте», я что-то не слышал. С другой стороны, когда в редакции власть меняется кардинально, люди все равно уходят. Многие ушли из «Коммерсанта», из «Газеты» [«Газета.ру»].

Вспомнил, хотя это и не российская история. Еще один мой хороший приятель, Владимир Федорин – он работал здесь в «Ведомостях» и «Smart Money» – в 2011-м уехал на Украину делать там украинский «Форбс». И он его сделал. Журнал стал выходить, набирать читателей и авторитет. В 2013-м они написали о молодом украинском олигархе Сергее Курченко, он сделал себе состояние за счет близости к семье тогдашнего президента Януковича. Через месяц этот самый Курченко взял и купил контроль над «Форбсом». Вот тогда, наверное, и был первый случай массового увольнения. Многие тогда ушли.

Инт.: В одном из интервью мне рассказывали о практике публикации вырезанного материала в своем блоге. Вы знакомы с ней?

Инф.: Не очень знаком. В московской журналистике репутация всех изданий и топ-менеджеров хорошо известна. Когда ты устраиваешься работать, ты представляешь себе, как там обстоят дела с цензурой, и если ты на них не согласен, то ты туда просто не идешь. Может быть, лет десять назад это было менее очевидно, но сейчас-то поляризовались все и всем про всех известно.

И потом, это просто нехорошо по отношению к изданию, в котором ты работаешь. А если ты не согласен с редакционной политикой, зачем ты работаешь? В общем, в «Ленте» такого не было, в РБК при мне тоже. Про другие издания я просто ничего не знаю.

Инф.: Вы следите за судьбой «Ленты»?

Инт.: Надо понимать, что интернет-журналистика у нас – явление относительно новое. Галя Тимченко – первопроходец в этой области. В «Ленте» она успела показать, чего можно добиться. Новая редакция «Ленты» хоть и не показывает десятой доли таких талантов... Против 80 наших сейчас там более 140 человек. Из новостного поля как поставщик ярких новостей она ушла почти полностью. Трафик после нас упал, и уже год висит на одном уровне – они не развиваются... Вот, тем не менее, сайт продолжает жить на заработанном нами капитале – в

лице миллионов читателей, которые поставили наш сайт в закладки. Как верно сказала Галя: Гореславский получил издание, которого не заслужил.

Инт.: Наблюдаете ли вы своего рода контринституциональные процессы, которые заставляют современную журналистику меняться?

Инф.: Это проблема не журналистики, конечно, а государства. Оно за последние 15 лет пережило сильную трансформацию в сторону автократии. Я хорошо помню, как летом 2007 года, когда началась «гонка преемников», еще молодая «Медиалогия» взялась каждую неделю считать количество упоминаний во всех российских СМИ. Считали Медведева, Иванова и еще с десятков политических фигур, и публиковали у нас в «Ленте» свои отчеты. Это было обоюдная выгода, но вскоре мне стало совершенно ясно, что СМИ совершенно не в состоянии не то что влиять на популярность одного и другого, но и элементарно угадать, кто победит? Как бы, наверное, предполагалось: кого больше упоминают, тот и будет назначен. Именно в этом был смысл: показать читателю преемника еще до того, как Путин его представит. Но быстро стало понятно, что мелькание в телевизоре ничего не обещает и не гарантирует.

О чем это я? Да, СМИ прекрасно умеют делать свое дело. Просто им сегодня не дают его делать. После протестов в начале 2012-го, когда никто не понимал, что теперь будет и как на это отреагируют в Кремле, «Россия» успела дать несколько нейтральных репортажей с одного митинга. Выяснилось, что они по-прежнему умеют делать качественный продукт: яркий, объективный, интересный. Впрочем, гайки завернули быстро. Опять началась песня про американцев.

После начала украинской истории большая часть федеральных СМИ откровенно дезинформируют аудиторию. Это страшная профессиональная деформация - про это много написано, конечно - она касается не только журналистов, но и зрителей, читателей. Лично я давно не подхожу к телевизору, не читаю ничего, кроме узкого круга СМИ: «Ведомости», «Слон», «Форбс», РБК, та же «Медуза». Но это означает, что мне искусственным образом сильно сузили кругозор. Боюсь, что он будет сокращаться дальше, и для меня это плохо. Я читаю по-английски и слежу за западными публикациями, но в наших делах они понимают хуже и не могут заменить собственные СМИ.

Мне рассказывали историю, за которую я не могу ручаться. Но даже если это миф, он показателен. Когда начались события на Донбассе, и федеральные каналы завели пластинку про «киевскую хунту», какой-то из каналов - то ли Первый, то ли «Россия» - лишился части сотрудников. Люди просто стали уходить, нельзя же участвовать в таком со спокойной совестью. Так вот, мне говорили, что на этом канале какое-то длительное время не могли закрыть вакансию то ли выпускающего редактора, то ли чего-то сопоставимого. За очень хорошую зарплату, речь шла про 200 тысяч в месяц. Это очень большие деньги даже для Москвы и даже для телевидения. То есть ставки тут вот такие.

Инт.: А какие вы видите перспективы?

Инф.: Все временно. Журналистике предстоит тот же путь реабилитации, по которому раньше или позже пойдут и российский парламентаризм, и судебная, избирательная система. Словом, все институты гражданского общества, которые сегодня существуют в искореженном состоянии. Ну, дожить бы, конечно.