

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТИПЫ И РОЛИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

В. В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 сентября 2014 г.

Аннотация: в статье предлагается классифицирование профессиональных ролей работников средств массовой информации на основе системного подхода.

Ключевые слова: журналистика, профессия, тип, роль, системный подход, функция, миссия, канал, форма собственности, тип СМИ, менталит, психотип.

Abstract: the article proposes a classification of the professional role of the media workers on the basis of a systematic approach.

Key words: journalism, occupation, type, role, system approach, function, mission, channel, type of ownership, type of media, the mentality, psycho.

В научной литературе продолжают появляться различные классификации профессиональных ролей работников СМИ, в том числе с учетом новых реалий [1]. На наш взгляд, наиболее продуктивным является классифицирование на основе системного подхода, который мы и применим в данной статье.

1. Типология современных журналистов может быть рассмотрена, исходя из **системы функций**, присущих журналистике.

1.1. **Журналист-информационщик** (*распространитель информации – disseminator*). Очевидно, что каждый литературный сотрудник редакции в процессе своей профессиональной деятельности способствует реализации всего набора функций журналистики, но с разной степенью их презентации. И хотя все корреспонденты призваны о чем-то *информировать* аудиторию, для хроникеров и репортеров эта задача все же является основной.

1.2. **Журналист-аналитик** (*эксперт, комментатор, аналитик информации – interpreter*), **журналист-критик** (*оппонент власти – adversary*). Применяя такие логические методы познания, как анализ и синтез, комментируя события и явления действительности, выступая своеобразным общественным контролером власти, такие журналисты реализуют *контролирующую* функцию.

1.3. **Журналист-пропагандист** (агитатор, социальный организатор). Стремясь оказывать влияние на мировоззрение населения, пропагандируя определенные идеи и ценности, предлагая образцы для подражания, призывая к осуществлению некой деятельности, журналисты решают многочисленные *идеологические и культурно-просветительские* задачи.

1.4. **Журналист-развлекатель** (*entertainer*). СМИ могут способствовать эффективной релаксации

аудитории, адресуя ей развлекательную информацию (*рекреативная/гедоническая/развлекательная функция*).

Что касается *рекламно-справочной функции* журналистики, то ее реализацией должны заниматься не журналисты, а специалисты в сфере рекламы и PR (при этом заметим: многие журналистские тексты могут производить рекламные и PR-эффекты).

2. Применяя в качестве основания **миссию журналистской профессии**, можно выделить следующие ролевый ряд:

2.1. **Журналист-гуманист (идеалист)** понимает журналистику как инструмент общественного мнения и следует принципам этики.

2.2. **Журналист-специалист** ценит прежде всего преданность профессии и компетентность, аналитизм.

2.3. **Журналист-художник** (литератор) стремится по преимуществу к творческой самореализации [1].

При этом, например, исследователь С. Пасти разделяет идеалистов и гуманистов, выделяя отдельно **пропагандистов** – разновидность «беспринципных и лживых» журналистов, подделывающих факты, манипулирующих аудиторией, ставящих карьерные соображения выше собственных убеждений. Думается, это оценочный подход – более того, подобных работников вряд ли разумно числить по рангу профессиональных журналистов, поскольку в данном случае налицо подмена вида деятельности, а именно: журналистского – политтехнологическим. Что же касается пропаганды как таковой, то это – вполне легальный и продуктивный метод распространения информации и знаний, применяемый повсеместно при реализации идеологической и культурно-просветительской и др. функций журналистики. То есть логичнее различать стигматизированного пропагандиста, обладающего «постыдным социаль-

ным качеством», и пропагандиста, добросовестно решающего журналистские или PR-задачи.

Что касается звания «публицист», то мы склонны присоединиться к мнению Оноре де Бальзака, написавшего в свое время следующее: «Некогда публицистами именовали великих писателей – Гроций, Пуфендорф, Боден, Монтескье, Блекстон, Бентам, Мабли, Савари, Смит, Руссо, ныне же так именуют всех писак, которые *делают* политику. Из творца возвышенных обобщений, из пророка, из пастыря идей, каким он был прежде, публицист превратился в человека, занятого сомнительной Современностью. Лишь только на поверхности политического тела выскакивает прыщ, публицист принимается его теревить, расчесывает болячку до крови и пишет по этому поводу книгу, оказывающуюся зачастую сплошным обманом. Публицистика была огромным концентрическим зеркалом: нынешние публицисты распилили его на части и ослепляют толпу каждый своим осколком» [2].

Кстати, великий писатель, отдавший дань и журналистике, также приводит своеобразную классификацию работников прессы, выделяя два вида журналиста – **публициста** и **критика**. При этом публицист у него имеет восемь подвидов (*журналист, государственный муж, памфлетист, ничеговед, публицист с портфелем, автор одной книги, переводчик, автор с убеждениями*), критик – пять подвидов (*критик старого закала, юный белокурый критик, великий критик, фельетонист, сотрудник сатирического листка*). Далее внутри каждого подвида существуют свои разновидности (например, пять разновидностей журналиста: *директора-главного редактора-управляющего-владельца; тенора; сочинителя основных статей; прислуги за все; палатолога*).

Приведем несколько отрывков из сочинения великого француза, которое, на наш взгляд, несмотря на специфику мировой журналистики того времени и французской прессы в частности, сохраняет актуальность.

«Директора – главные редакторы – управляющие – владельцы газеты бывают трех типов: честолюбцы, деловые люди, чистокровные директора.

Честолюбец затевает издание газеты либо ради того, чтобы защищать политическую систему, в победе которой он заинтересован, либо ради того, чтобы стать политиком, которого все боятся. Деловой человек видит в издании газеты способ поместить капиталы и получить проценты влиятельностью, удовольствием, а порой и деньгами. Чистокровный директор управляет газетой по призванию, он знает цену своей власти и получает удовольствие от эксплуатации чужих умов, впрочем, без ущерба для газеты. Для первых двоих газета – средство, тогда как для третьего, чистокровного директора, она – богатство, дом, радость, власть; двое первых становятся важными персонами, чистокровный директор живет и умирает журналистом.

Директора – главные редакторы – управляющие – владельцы газеты — люди жадные и приверженные традициям. Подобно тем правительствам, на которые они нападают, они боятся новшеств и зачастую гибнут оттого, что скупятся вовремя произвести необходимые затраты, *каких требует прогресс просвещения*» [2].

И еще: «Отличительные черты критиков весьма замечательны, в том смысле, что в каждой критике скрывается бездарный автор. Не в силах ничего создать, критик делается немым стражем сераля; среди этих немых стражей время от времени попадают Нарсесы и Багоасы. Как правило, всякому критику в начале его карьеры случается опубликовать книги, свидетельствующие о том, что он умеет писать по-французски, но не способен ни придумать интригу, ни обрисовать характеры, — книги решительно никому не интересные.

В прежние времена для того, чтобы стать критиком, требовались образование, опыт, многолетние ученые занятия; за это ремесло брались только на склоне лет, однако нынче, как сказал Мольер, *мы все это переменили*. Появились критики, которые сделались критиками мгновенно и, понимая правила игры, но, не будучи способны играть сами, принялись поучать других. Юноша двадцати лет от роду судит обо всем вкривь и вкось (см. портрет юного белокурого критика). Посему критика изменила форму. Идеи нынче не в чести, главное – изъясняться определенным образом и побольше браниться. Воплощением нынешней критики следует считать Бертрана, персонажа ужасного фарса под названием «РоберМакэр». Когда акционер господин Гого просит Бертрана показать ему счета, тот встает и восклицает: «Прежде всего позволю себе заметить, что господин Гого – каналья!». Сегодня критики начинают с того, чем некогда кончали – увы! – иные эрудиты прошлого. Кажется, брань во все времена казалась самым убедительным из аргументов. Нынче, когда все постепенно обретает материальные формы, критика превращается в некую таможенную для идей, сочинений, книг. Заплатите пошлину, и вас пропустят!.. С глупцами и невеждами критика обходится ласково; она принимается размахивать бичом и трубить в трубу клеветы, надевает маску и вооружается рапирой, только когда видит перед собою произведения истинно замечательные. Ничто человеческое ей не чуждо: она любит себе подобных и потому осыпает похвалами посредственностей. Критики всех разновидностей жаждут прослыть добрыми малыми; они делают зло, но не корысти ради, а исключительно потому, что публика любит каждое утро получить на завтрак трех-четырёх авторов, зажаренных на вертеле вперемешку с куропатками и обложенных вместо сала ломтиками издевки. Самой забавной шуткой и проявлением самого отменного вкуса критик почитает следующее: пожимать

вам руку, слыть вашим другом и при этом в своих статьях вонзать в вас ядовитые стрелы. Если он похвалит вас в парижской газете, то наверняка зарежет в газете лондонской» [2].

Но продолжим систематизацию профессиональных ролей, исходя из различных оснований, критериев.

3. Различные каналы (платформы) требуют от журналистов особого набора качеств, умений и навыков. В связи с тенденцией, называемой конвергенцией, в редакциях все более востребованными становятся журналисты-универсалы, что не отменяет специализации: корреспонденты могут отдавать предпочтение тому или иному виду творчества – словесному, визуальному или словесно-визуальному. Отсюда – различия по характеру труда: творческому, техническому, комбинированному. Корреспондент добывает, обрабатывает и транслирует информацию, редактор – редактирует и компонуется информацию, бильд-редактор – визуализирует информацию и т.д.

3.1. Журналист печатной прессы.

3.1.1. Газетный журналист.

Для газетного журналиста особенно подходит определение «описывающий историю современности»: ведь газеты (и не только ежедневные) призваны последовательно и желательно во всей полноте отражать текущую действительность. Газетный журналист должен владеть всею палитрой жанров, но прежде всего – информационными (заметка, интервью, репортаж, отчет) и аналитическими (корреспонденция, статья).

3.1.2. Журнальный журналист.

Больше всего журналов – ежемесячники, и такая периодичность позволяет журналистам готовить обстоятельные тексты. «Журнальное» содержание отличается от «газетного» большим охватом фактов, основательностью и глубиной выводов. Корреспондент журнала проявляет себя прежде всего как аналитик и очеркист; его любимые жанры – корреспонденция, статья, комментарий, очерк, эссе, памфлет. Что же касается информационных жанров, то в журнале они имеют свою специфику: интервью здесь, как правило, – аналитическая беседа, репортаж – хорошо иллюстрированная публикация (нередко с элементами зарисовки).

3.2. Журналист электронных СМИ.

3.2.1. Радиожурналист.

Радиожурналист должен не только отвечать всем требованиям, предъявляемым профессиональному журналисту, но также иметь красивый тембр голоса, уметь членораздельно и правильно говорить на хорошей скорости, быть оперативным при поиске, обработке и доставке информации в редакцию.

3.2.2. Тележурналист.

Для тележурналиста важно то же, что и для радиожурналиста, но также имеет значение и его телегеничность.

3.2.3. Интернет-журналист.

Для журналиста, работающего в интернет-СМИ, помимо чисто журналистских профессиональных качеств, важны компьютерная подготовка и знание иностранных языков.

4. Форма собственности (статусные отношения владельца, издателя, учредителя) также диктует особые журналистские роли.

4.1. Журналист общественных СМИ.

4.2. Журналист государственных СМИ.

4.3. Журналист частных СМИ.

4.4. Журналист СМИ смешанной формы собственности.

На характере журналистского труда сказываются и отношения журналиста и редакцией: штатный журналист более ограничен в своих действиях, фрилансер (журналист на договоре, на гонораре)¹, по определению, – более свободен в выражении собственной позиции.

5. Тип СМИ (тематика и проблематика).

В зависимости от типа СМИ редакции имеют особую систему отделов, в которых готовятся определенные разделы периодического издания. В универсальном СМИ это – социальная проблематика, политика, экономика и т. д.; например, в специализированном спортивном СМИ это – футбол, хоккей, баскетбол и т. д.; например, с корпоративном вузовском издании это – учеба, наука, специальности, специализации и т. д.

5.1. Журналист универсального СМИ.

5.2. Журналист специализированного СМИ.

5.3. Журналист корпоративного СМИ.

На характер журналистской деятельности накладывает отпечаток специфика социальной сферы, представляемой СМИ или отделом редакции (структуры гражданского общества, государственные структуры, политика, экономика, искусство и т. д.), как и направленность СМИ – качественного, квалонида или бульварного по преимуществу.

6. Жанры. С годами журналист отдает предпочтение определенной специализации творческой деятельности, в частности, жанровой – репортерской, аналитической, образной.

6.1. Журналист-новостийщик.

6.2. Журналист-аналитик.

¹ Фрилансер (англ. freelancer — вольный копеещик, свободный копьеносец, наёмник; в переносном значении — вольный художник) — человек, выполняющий работу без заключения долговременного договора с работодателем, нанимаемый только для выполнения определённого перечня работ (внештатный работник). Также фрилансером является работник, приглашенный для выполнения работ в ходе аутстаффинга. Будучи вне постоянного штата какой-либо компании, фрилансер может одновременно выполнять заказы для разных клиентов. Термин фрилансер впервые употребляется Вальтером Скоттом в романе «Айвенго» для описания «средневекового наёмного воина». – <http://ru.wikipedia.org/wiki/Фрилансер>

6.3. Журналист-очеркист (эссеист, фельетонист).

7. При рассмотрении проблем профессионализма не обойтись без обращения к понятию **менталитета** – совокупности умственных навыков и духовных установок, присущих человеку или общественной группе (в нашем случае – журналистской корпорации).

Среди различных качеств, в той или иной степени проявляющихся в менталитете современного россиянина, выделяют *противоречивость*, обнаруживающуюся самым различным образом – как «наличие ангельского и демонического», «жажда свободы и раба», жертвенность и жестокость в любви, боязнь и потребность страдания, религиозность и атеизм и др.². Среди других характеристик чаще всего называют *ведомость и пассивность преклонение перед красотой, незнание меры, проявляющееся в русской удали и размахе, покорность, вера в добро-го царя или в судьбу, отсутствие самодисциплины и самоограничения*. Но и – *огромная сила воли, упорство, неприхотливость, практическая направленность ума, ловкость и рациональность, оптимизм, чувство мощного единения друг с другом, примирительное отношение к народам-соседям*.

Еще несколько идей-постулатов продолжают оказывать огромное влияние на национальный менталитет россиян: «Духовное выше материального», «Общее выше индивидуального», «Справедливость выше закона», «Будущее важнее настоящего и прошлого». Возможно, отсюда – сопротивление глобализации, в рамках которой Россия рассматривается в качестве одного из многих объектов, предназначенных для абсорбирования (поглощения, растворения) [3]. Существующий внутренний конфликт между, как минимум, двумя цивилизационными парадигмами (рациональной западной и иррациональной ортодоксальной культурами) отражается также на характере российской журналистики и на действиях отечественных журналистов³.

Интересен подход к менталитету с точки зрения географического анализа этнокультурной и природной среды. Выделяются такие группы факторов, как

² Иванова В. Менталитет русского народа через призму русской литературы 19-го века / В. Иванова. – <http://referat.www4.com/?name=5524> (дата обращения – 17.08.13).

³ Ср.: «Лондонская пресса не оказывает на мир такого же влияния, как парижская: она, пожалуй, является исключительной принадлежностью самой Англии, которая распространяет свой эгоизм на все без исключения. Этот эгоизм следует именовать патриотизмом, ибо патриотизм есть не что иное, как местный эгоизм. Поэтому нужно заметить, что между английскими и французскими журналистами существует огромная разница. Англичанин – сначала англичанин, а уж потом журналист. Француз — сначала журналист, а уж потом француз. Поэтому английские газеты никогда не станут славы ради выдавать секреты своего правительства, тогда как французская газета ради того, чтобы привлечь подписчиков, раскроет любые политические тайны» [2].

географическое положение, обширность территории; климат (длинная зима, низкие температуры и др.); ландшафт. Первая группа факторов вызывает следующие черты характера: широта души, воляность, духовная свобода, подавленность, бесхозяйственность, безынициативность, лень. Вторая – такие черты, как меланхоличность, медлительность, недооценка своего труда, гостеприимство, терпение, послушание, коллективизм, соборность, чувство локтя, противоречивость, безудержность. Третья – созерцательность, мечтательность, наблюдательность, вдумчивость, слезение за природой, обсуждение пройденного пути.

Любая черта не может быть оценена однозначно как отрицательная или положительная. Например, медлительность, с одной стороны, вредит в ситуации, когда необходимо принимать оперативные решения (оперативность – одно из профессиональных требований к работнику СМИ), с другой стороны, позволяет не торопить события, способствует неспешному детальному анализу ситуации, принятию продуманного решения (крайне важное качество для журналистика-аналитика). Коллективизм хорош при работе в редакционной команде, но излишняя робость в случае, когда от журналиста требуется личная инициатива и личная ответственность, расчет лишь на коллективные решения может стопорить ход дела.

На менталитет как на феномен могут оказывать воздействие различные факторы (имеются в виду значительные факторы долговременного воздействия). Например, согласно теории поколений, разработанной в 1991 году американскими социологами Нейлом Хоувом и Уильямом Штраусом, «важнейшими факторами, определяющими мышление, действия поколений, являются не возраст, а два других параметра: первое – среда, в которой человек рос до 10-12 лет. Все, что происходит вокруг, человек в таком возрасте оценивает не в категориях «хорошее или плохое», «правильное или неправильное», а как нормальное.

Второй параметр – нормы воспитания в семье, которые ребенок тоже воспринимает как нормальные. Так у человека формируются базовые ценности. Они неосознанно проявляются в течение всей последующей жизни как отдельного человека, так и целого поколения, влияют на наше поведение» [4, 22]⁴. Выделяя ценностные доминанты, которые и влияют на поведение человека, журналисты дали образные характеристики всем представленным сегодня поколениям россиян. «Дети революции» (родились с 1900 по 1923 гг.), «Молчаливое поколение», «Бумеры» (с 1943 по 1963 гг., «Поколение X»

⁴ Теория поколений рассматривает ценности большинства и типичные модели поведения. Люди, родившиеся на стыке поколений (+/-3 года от границы поколений), представляют так называемое Переходное, или Эхо-поколение. Они обладают характеристиками обоих поколений.

(1963–1983 г.р.), «Поколение Y» (1983–2003 г.р.), «Поколение Z» (2003 г.р. и младше).

«...Между поколениями явно прослеживались четыре основных типа, четко сменявших друг друга. Условно Хоув и Штраус разделили эти типы на «пророков/идеалистов», «кочевников/активистов», «героев/примиренцев» и «художников/приспособленцев».

Поскольку смена происходила почти без сбоев, авторы книги (Generations/«Поколения» – В. Т.) называли периоды, в которые проживали эти поколения, по аналогии со временами года – «зимний период» (для «художников»), «весенний» (для «пророков»), «летний» (для «кочевников») и «осенний» (для «героев») [5].

8. Наконец, интересно проследить «наличный состав» российской прессы с точки зрения **психотипов**. Психологи В. Л. Таланов и И. Г. Малкина-Пых предложили группировать психотипы «в квадраты по естественной тяге друг к другу, из-за особого взаимодействия и взаимодополнения их психологических функций» [6; 7].

Жизненные ценности и установки первой квадраты объединяются словами *распространение информации, демократизм, мягкость, наивность, поиск, перспективные идеи общественного развития, справедливость, детство*: интуитивно-логический экстраверт (Дон-Кихот, Искатель), сенсорно-этический интроверт (Дюма, Посредник), этико-сенсорный экстраверт (Гюго, Энтузиаст, Торговец), логико-интуитивный интроверт (Робеспьер, Аналитик).

Ценности второй квадраты объединены словами *ниспровержение, борьба, преодоление, действие, упрямство, молодость*: этико-интуитивный экстраверт (Гамлет, Артист), логико-сенсорный интроверт (Максим Горький, Инспектор, Опекун), сенсорно-логический экстраверт (Жуков, Организатор), интуитивно-этический интроверт (Есенин, Лирик).

Третья квадра объединена словами *очищение, критика, трезвость, строительство, реформы, зрелость*: сенсорно-этический экстраверт (Наполеон, Лидер), интуитивно-логический интроверт (Бальзак, Критик), логико-интуитивный экстраверт (Джек Лондон, Предприниматель), этико-сенсорный интроверт (Драйзер, Хранитель).

Словами четвертой квадраты являются *удобство, стабильность, экология, сохранение, консерватизм, старость*: логико-сенсорный экстраверт (Штирлиц, Администратор), этико-интуитивный интроверт (Достоевский, Гуманист), интуитивно-этический экстраверт (Гексли, Инициатор, Журналист), сенсорно-логический интроверт (Габен, Мастер).

Ученые далее выделили всех выведенных психотипов: например, кредо интуитивно-этического интроверта звучит так: «Миром правят настроение и умение передать его другим», сенсорно-логического интроверта: «Миром правит польза», этико-интуитивного интроверта: «Миром правит доброта» и т. д. Такой подход в какой-то мере совпадает с тем, что применил Бальзак в своей «Монографии о парижской прессе» и дал образные характеристики практикующим журналистам. В современной научной литературе также встречаются описания журналистских типов: идеалистов (гипотетический образ независимого журналиста), романтиков, авантюристов, предпринимателей, генераторов идей, свободных профессионалов и др. Это важно не только с чисто познавательной точки зрения, но и с научных позиций, предполагающих изучение существующей ситуации (явлений, тенденций) и создание прогностических моделей прогрессивной журналистики и журналистской профессии.

Таким образом, на качества журналистов воздействует целая сумма факторов, в результате чего формируются определенные ценностные доминанты, которые и определяют профессионализм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пасти С. Российский журналист в контексте перемен / С. Пасти. – <http://www.uta.fi/cmt/yhteystiedot/henkilokunta/svetlanapasti/publications/pastinkirja.pdf> (дата обращения 11.08.13).
2. Бальзак О. Монография о парижской прессе / Отрывок из «Естественной истории двуруких общественных» / О. Бальзак. – <http://aafokin.narod.ru/Balzac.pdf> (дата обращения – 11.08.13).
3. Иванова В. Менталитет русского народа через призму русской литературы 19-го века / В. Иванова. – <http://referat.www4.com/?name=5524> (дата обращения – 17.08.13).
4. Архангельский А. Generation П (пенсионеров) / А. Архангельский // Огонёк. – 2005. – № 3.
5. Чумаков В. Теория поколений / В. Чумаков. – <http://www.svblog.ru/consult/KK-3/5/> (дата обращения – 17.08.13).
6. Таланов В. Л. Краткое описание психотипов / В. Л. Таланов, И. Г. Малкина-Пых. – <http://mysocionics.narod.ru/types.htm> (дата обращения – 17.08.13).
7. Таланов В. Л. Справочник практического психолога / В. Л. Таланов, И. Г. Малкина-Пых. – СПб. : Сова, М. : ЭКСМО, 2002.