Елизавета Игоревна Климчук

Санкт-Петербургский государственный университет

[st085295@student.spbu.ru](mailto:st085295@student.spbu.ru)

**Аудиовизуальные программы о журналистах как источник информации о профессии**

В данной работе аудиовизуальные программы о журналистах рассматриваются как источник актуальной информации о журналистской профессии. Такой контент может стать опорой в формировании представлений об условиях работы медиаспециалистов, о сущности журналистской профессии, способах поиска своего профессионального пути.

Ключевые слова: аудиовизуальные программы, журналист, профессиональная идентичность.

На протяжении последних лет профессия журналиста не теряет популярности и остается востребованной для абитуриентов. По состоянию на 2019 г. в России будущих журналистов готовят в 149 вузах. Продолжают развиваться студии и кружки журналистики в школах, домах детского творчества. С. Пасти отмечает, что в условиях несвободы журналистика по-прежнему остается популярной профессией. На выбор этой сферы деятельности влияет возможность оставаться мобильным, а также использование профессии как социального лифта [4]. По данным фонда «Медиастандарт», 65% россиян считают профессию журналиста в России уважаемой и престижной [3].

Одновременно с этим в профессии происходят изменения, которые зачастую не успевают отражаться в научной и методической литературе. Кроме того, вследствие активного развития блогосферы происходит «размывание» профессиональной идентичности журналиста. В этих условиях источником информации о профессии становятся книги журналистов-практиков, художественные фильмы, которые формируют у школьников, планирующих поступление на факультеты журналистики, представление о профессии и условиях работы.

Роль такого источника могут также играть разнообразные аудиовизуальные программы, героями которых становятся журналисты – сотрудники телевидения, радио, печатной прессы, интернет-изданий, а также те, кто работает в YouTube-журналистике. К наиболее часто встречающимся именам можно отнести Алексея Венедиктова, Владимира Познера, Ксению Собчак, Леонида Парфенова, Алексея Пивоварова, Ирину Шихман, Александра Невзорова, Тину Канделаки и др. Таких героев авторы программ выбирают неслучайно. Многие из этих фамилий можно найти в рейтинге самых цитируемых журналистов 2021 г., составленном «Медиалогией» [1]. По данным опросов ВЦИОМ, в рейтинг журналистов года регулярно попадают Ксения Собчак, Владимир Познер, Алексей Пивоваров [2].  
По количеству просмотров программы, главными героями которых являются журналисты, не уступают выпускам с другими медийными личностями: актерами, музыкантами, политиками. Самый частый жанр таких программ – интервью. В большинстве случаев в них журналист раскрывается не только как профессионал, но и как личность со своим мировоззрением, взглядами, своим мнением о текущей социально-политической ситуации, как живой человек со своими интересами и увлечениями. Например, в интервью Алексея Пивоварова Татьяне Элькиной (программа «Время суток. Интервью», телеканал «Санкт-Петербург») ведущая задает вопросы в том числе об увлечении журналиста авиацией.

Чаще всего поводом к таким интервью становится сама по себе личность журналиста, потенциально интересный разговор. Реже встречается ситуация, когда предпосылкой к интервью становится конкретный инфоповод. Так, интервью Дмитрия Муратова на канале Ксении Собчак вышло после получения журналистом Нобелевской премии мира. Но стоит отметить, что в этих случаях разговор непосредственно о профессии иногда отходит на второй план.

Кроме вопросов личных (личная жизнь, семья, интересы, увлечения), мировоззренческих (оценка социально-политической ситуации, отношение к разным жизненным ситуациям) интервьюеров интересуют самые разные аспекты журналистской профессии: биографические (выбор профессии, получение образования, становление); ценностные (представление о задачах профессии, существующих проблемах и перспективах, принципы, этика); профессиональные (образование, технологии работы). Так, в интервью Ирины Шихман Алексею Пивоварову одной из главных тем разговора становится работа журналиста над собственным проектом (зависимость от целевой аудитории, подготовка к интервью, ценность жанра интервью, конфликты с героями, финансовый аспект работы).

Таким образом, аудиовизуальный контент о журналистах может давать широкое представление о профессии, об условиях, в которых трудятся журналисты, и может стать источником информации о медиасфере для потенциальных абитуриентов, студентов и начинающих профессионалов.

Литература

1. Журналисты: 2021 год // Медиалогия. URL <https://www.mlg.ru/ratings/media/journalists/10760/>.

2. Итоги 2021 года и ожидания от 2022-го // ВЦИОМ. URL <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2021-goda-i-ozhidanija-ot-2022-go>.

3. Образ журналистов в массовом сознании россиян. Аналитический отчет по результатам массового опроса населения РФ // Фонд «Медиастандарт». 2018. С. 14–15.

4. Пасти С. Современные российские журналисты: отношение к профессии // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 4. С. 22–41.