

## **Фонд «Медиастандарт» опубликовал исследование «Представление российских журналистов о профессии и профессиональном сообществе»**

Сегодня, 13 января, в День российской печати, фонд «Медиастандарт» (создан по инициативе Комитета гражданских инициатив) и Исследовательская группа ЦИРКОН опубликовали социологическое исследование о профессии журналиста в России. Оно основано на массовом опросе людей, занимающихся журналистикой: не только тех, кто работает в средствах массовой информации, но и фрилансеров, блогеров.

Опрос проведен ЦИРКОН во второй половине 2016 г. В результате отобраны анкеты 492 респондентов, представляющих разные группы журналистов (от главных редакторов до внештатных сотрудников и студентов факультетов журналистики), все федеральные округа, а также различные типы медиа (печатные и Интернет-медиа, радио и телевидение, смешанные; четверть респондентов работают в федеральных СМИ, 67% – в межрегиональных, региональных и местных). Вопросы в анкете позволяли выявить профессиональную идентичность, базовые ценности журналистов, их социальное, финансовое и профессиональное самочувствие, включая отношение к общественным и государственным институтам.

Из ответов респондентов следует, что главная характеристика человека, занимающегося журналистикой – это не формальный статус или образование, а знание и соблюдение этических норм, ценностей и правил поведения в сообществе (79% респондентов уверены, что нельзя назвать журналистом человека, пренебрегающего профессиональной этикой). Знание этических норм – наиболее важная обязательная характеристика журналиста (так считает 71% респондентов), на втором месте – их соблюдение, наличие таланта и грамотное владение языком (66%). Наименее важные характеристики для идентификации журналиста – профильное образование (5%) и членство в профессиональных объединениях (3%).

Задачей журналистики респонденты считают информирование и просвещение, а не пропаганду, замечает директор фонда «Медиастандарт» Дмитрий Казьмин. В частности, наиболее важные роли журналиста – обобщение фактов и формирование картины дня (66%), комментирование и анализ событий (65%), а также содействие обмену мнениями в обществе (58%). Формирование у людей определенных взглядов назвали ролью журналистики 9% респондентов, побуждение к действиям для достижения общих (полезных для общества) целей – 23%.

Несмотря на пиетет к профессиональной этике и беспристрастной журналистике, две трети респондентов считают допустимым совмещать профессиональную журналистику с работой в PR, рекламе или на госслужбе.

Один из ключевых вопросов исследования – насколько свободны респонденты в своей работе и что ограничивает работу журналистов. Оказалось, что ощущения от собственной работы и мнение о ситуации в сообществе у большинства респондентов расходится.

Так, 81% респондентов считают, что работа журналистов в России скорее несвободна и несамостоятельна (противоположного мнения придерживается 15%,

затруднились ответить – 4%). Кроме того, 77% отмечают, что в современной России профессия журналиста дискредитирована и недооценена, а журналисты не пользуются доверием общества (противоположного мнения опять придерживаются 15%).

При этом как только журналисты говорят именно о собственной работе (а не в целом о профессии), оценки меняются на противоположные. Что в их работе много самостоятельности и свободы, уверенно отмечает 60% респондентов (противоположное мнение – у 10%, остальные поставили средние оценки). Престижной (могут гордиться) свою работу уверенно называет 64% журналистов, тогда как стыдно говорить о своей работе лишь 5%.

Главным «ограничителем свободы» журналистики респонденты называют «вышестоящую структуру, к которой принадлежит владелец СМИ»: 86% считают, что она влияет или очень сильно влияет на самостоятельность журналистов. Речь может идти как о крупном бизнесе, включая госкомпании, у которого в группе есть непрофильные СМИ, так и, например, о де-факто финансирующих работу медиа местных чиновниках, считает Казьмин. На втором месте – сам владелец (84%), затем «этический внутренний редактор» (66%). Самоцензуру считают важным ограничителем 59% респондентов, власти и регуляторов – 58%. Наименее влиятельны – давление аудитории (17%) и внутренние формальные и неформальные правила (47%).

При этом более 70% респондентов признают, что по-хорошему должны нести ответственность перед своей аудиторией, обществом и самим собой, на практике же ответственны перед владельцами СМИ (72%), властью (67%) и главным редактором (53%), говорит руководитель Исследовательской группы ЦИРКОН Игорь Задорин.

Журналисты сдержанно оценивают свою способность влиять на власть и бизнес. Значительное влияние, по мнению респондентов, журналисты могут оказывать лишь на группы граждан (54%), некоммерческие организации (44%), общественные движения и политические партии (41%). На власть журналисты могут значительно влиять, только если это муниципальные чиновники (36% согласны, 33% – нет). Даже влияние на малый и средний бизнес ограничено (26% считают его значительным, 40% – нет). Наименее подвержены влиянию силовые структуры (68% респондентов считают, что СМИ на них почти не влияют), федеральные власти (65%) и крупный бизнес (56%).

В ходе опроса респонденты сообщили о своем отношении к государственным и общественным институтам: негативные оценки явно преобладают над позитивными. Наиболее высокий уровень одобрения среди респондентов зафиксирован при оценке деятельности президента РФ (40% против 46%). Наиболее негативно (вариант «скорее не одобряю») оценивается работа политических партий (79%), за которыми следуют судебная система (69%), оппозиция и правительство РФ (66%). Если сравнить полученные данные с результатами всероссийского опроса населения, проведенного ВЦИОМ в августе 2016 г., можно заметить гораздо более высокий уровень критичности журналистов по сравнению с населением в целом. Практически везде уровень неодобрения среди журналистов почти в два раза выше.

С точки зрения материального положения самоощущение журналистов мало отличается от среднего россиянина (сравнение с данными массового опроса ЦИРКОН в октябре 2016 г.). Хорошим и очень хорошим его считают 18% журналистов (как и в целом россиян), средним – 54% (59%), плохим и очень плохим – 27% (22%). Также сообщество не верит, что развитие технологий, роботов, самостоятельно создающих контент, приведет к тому, что их труд сегодняшних журналистов будет не нужен: таких 86%. Тем не менее 11% журналистов полагают, что в ближайшем будущем их профессия будет автоматизирована и труд «традиционных» журналистов станет не востребован.

Более подробные данные есть в презентации результатов исследования и аналитическом отчете.

**Контакты для журналистов: Дмитрий Казьмин, директор фонда «Медиастандарт», [dokkazmin@gmail.com](mailto:dokkazmin@gmail.com), +7 (910) 434-36-54**