

СОЦИОЛОГИЯ ПРОФЕССИЙ

А.М. Сосновская

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА (АНАЛИЗ СЛУЧАЕВ)

В статье на базе интервью с журналистами — нашими современниками анализируется профессиональная субкультура в период с 1949 по 1999 гг. Определяются формальные нормы функционирования данного института, формальные передвижения внутри профессии, а также выявляются неформальные практики и стратегии компенсации отсутствия требуемых структурой данных. Практики рассматриваются в период трансформации общества. Неформальные практики в журналистской среде в советское время выходят на главные позиции во время перестройки и затем формируются новые практики, оппозиционные этим, эксопозиционным, на следующем этапе, постперестройки.

Для нашего исследования мы выбрали микроуровень изучения — действующего агента профессии, обратившись к повседневной жизни и профессиональной рутине журналиста. Такой подход соответствует традиции качественной социологии, восходящей к идеям Макса Вебера и романтическому мышлению (Арон 1993; Абельс 1998; Weber 1992); позволяет сосредоточиться на социальных агентах, не концентрируя внимания на целостной социальной структуре, которая в нашем контексте представляет скорее процесс, чем состояние. Согласно конструктивистскому направлению, агенты создают социальную действительность тем, что исходя из своих субъективных свойств и находящихся в их распоряжении объективных ресурсов конструируют схемы восприятия, оценивания, мышления и социального взаимодействия, а затем осуществляют социальные практики в соответствии с этими схемами.

Важно отметить, что в нашем случае сбор эмпирического материала начался до оформления идеи написания диссертации (Sosnovskaya 2000) и до знакомства с теориями профессий: анализировалась собственная десятилетняя трудовая деятельность и схемы социального взаимодействия в профессии (участвующее наблюдение мы распространяем на 1998 г., когда данные стали фиксироваться в социологическом дневнике). Такой подход

имеет право на существование и закреплён методами качественного анализа (Абельс 1998: 130). В результате предварительного рефлексирования были выделены две проблемные категории, которые на практике очень близки и часто переходят друг в друга. Это категории «профессиональной идентичности» и «профессионализма», которые в течение рассматриваемого периода социальных изменений в обществе трансформировались, наполнились разными смыслами.

В работе мы рассматривали два типа социальных практик:*

— «фоновые практики», означающие контекст, в котором интерпретируется высказывание или поведение;

— «раскрывающие» практики, которые характеризуются выбором способов деятельности.

Фоновое знание и умение журналистского сообщества вполне доступно для нашего изыскания. Исследователь, принадлежащий к изучаемой группе, способен уловить то, что не объясняется и подразумевается как само собой разумеющееся. Интересно исследовать неявные правила или коллективные нормы, по которым интерпретативное сообщество устанавливает «значимые факты», «приемлемые объяснения», «смыслы текстов». В нашем случае такие правила определяются политикой конкретного СМИ. Но все же можно проследить, как происходит выбор на индивидуальном уровне, как определяется «newsworthiness» («заслуживающий освещения в печати») — этот термин принят в европейской социологии СМИ на английском языке) информации, как работает журналистское чутьё, какие характеристики журналиста влияют на его выбор и т. п. Это развитое направление исследований на Западе. Шведские исследователи СМК, например, пришли к выводу, что между журналистами существует негласное соглашение по поводу таких «стоящих» фактов. Ян Экекранц рассматривает журналистов как сообщество интерпретаторов, в котором консенсус стоит выше компетентности, — консенсус по поводу того, что происходит в мире, как это следует толковать и, не в последнюю очередь, по вопросу о роли журналистов как интерпретаторов и администраторов публичной дискуссии (Ekecrantz 1997).

По результатам нашего исследования, выдвигающего теории «снизу», было выделено ещё одно «неявное правило» (ситуативности). Типичный ответ наших респондентов о выборе сюжета и его трактовке в обычной ситуации (если не присутствует никаких интересов, таких, как редакционный заказ, просьба друзей и т. п.): «случайная реакция на случайные события».

Размышляя над ценностными категориями «профессионализм», «идентичность», будем фиксировать действия сотрудников СМИ, совершаемые по поводу исследуемых явлений и на их фоне. Поскольку мы выбрали для рассмотрения категорий временную перспективу, определённый социально-исторический контекст, будем отмечать, как журналистские практики трансформировались в нём.

Практики устанавливают, создают, воспроизводят идентичности или «раскрывают» основные способы социального существования и взаимодействия

*См. подробнее (Волков 1997).

с «другими», возможные в данной культуре, в данный момент истории, в конкретной ситуации. Здесь практики — это разные упорядоченные совокупности навыков целесообразной деятельности (практического искусства), которые в то же время раскрывают человеку возможности состояться в том или ином социальном качестве. Деятельность в журналистском пространстве позволяет ее участникам иметь идентичность — «быть журналистом». Концентрируясь в своем исследовании на практиках, мы занимаем определенную (отстраненную) позицию по отношению к «официальным» определениям «журналиста» и его деятельности, идентичности и профессионализма. Не воспринимая установленные модели и определения как данность, мы будем реконструировать интересующую нас информацию из биографических монологов журналистов, не подвергая сомнению сказанное. Таким образом, начав от практик, как бы снизу, мы выведем определения верные и актуальные для тех журналистов и того сообщества, которое исследуем.

Биографический метод в изучении журналистов

Исследование в данной работе опирается помимо участвующего наблюдения на биографический метод, сочетающий в себе внимание к человеческому действию, социальным контекстам и историческим тенденциям. Данный метод исключительно продуктивен для представления картины реальности, особенно в сочетании с другими, несмотря на то, что является трудоемким.

Необходимо уточнить, что мы просили респондентов рассказать свою профессиональную биографию, т. е. ответить на вопрос «как вы стали журналистом?». Такие истории социологи Ю.Л. Качанов и Н.А. Шматко называют «рефлексивным жизнеописанием» и пишут, что этот жанр может быть определен как «история практик», которая «отражает не столько формирование отдельного агента, сколько осуществление связи между социальной и индивидуальной сторонами его жизни» (Качанов, Шматко 1993: 242).

Для упрощения анализа контекст частично создается заранее — определяется профессиональная ориентация респондентов и историческая перспектива. В нашем случае это были журналисты и 1990-е гг. соответственно.

Социальные характеристики журналистов

Предмет нашего научного интереса лежит в рамках ежедневной журналистской работы (рутинные вопросы и их решения). Нами использовались данные биографических интервью и бесед с журналистами Санкт-Петербурга (всего более 40), а также данные включенного наблюдения, зафиксированные в социологическом дневнике. Результаты интервью и их интерпретация для большей точности обсуждались как с журналистами, так и с социологами, исследователями СМК.

Что представляет собой идентичность современных петербургских журналистов и какой она была раньше? Какие практики им соответствовали? Каковы определения роли и функций журналиста? Каковы критерии профессионализма? Ответы на эти вопросы были реконструированы из дословно расшифрованных текстов биографий.

Основателями изучения журналистского корпуса в теории СМК являются американские ученые Д. Вивор и Г. Вильхойт. Ими предложена типология ролей журналиста, которая используется исследователями СМК в всем мире для количественного описания и сравнения профессионалов разных стран (Weaver, Wilhoit 1986; Weaver, Wilhoit 1991; Weaver 1998). Российскими их коллегами являются московские специалисты в области СМИ*.

Социальные идентичности несут в себе освоенные личностью знания и поведенческие ожидания, которые ассоциируются с ролью, но это не роли сами по себе, а интериоризованные (субъективно освоенные) значения ролей. По П. Бурдье, агенты, связывающие себя с определенной идентичностью, строят на этом свои жизненные стратегии, инвестируя капиталы (экономические, социальные, культурные) (Бурдье 1994: 28). Мы представляем социально-демографический портрет исследуемого журналистского корпуса согласно концепции исследователя И. Дзялошинского (Дзялошинский 1996: 37), примененной к нашей группе респондентов (экспрессивные слова респондентов, а также слова, используемые в журналистском сообществе, будем ставить в кавычки).

Естественно, биографии журналистов разных поколений отличаются друг от друга. Отметим, что с течением времени сокращается географическая мобильность журналистов (неместных молодых журналистов работает в Петербурге гораздо меньше, чем приехавших сюда в 1950-1980 гг.). Все опрашиваемые нами журналисты имели опыт работы на телевидении. Наиболее активное сотрудничество с телевидением приходится на время перестройки. В это время телевидение много значило для советских граждан, изменяя их взгляд на жизнь. Журналист особенно активен в молодости, когда только входит в профессию. Но эта активность была не такая напряженная в советское время, по сравнению с перестройкой, когда наблюдался ее пик согласно биографиям журналистов всех возрастов.

Социальное происхождение сотрудника СМИ, положение его семьи в обществе влияет на его карьеру. В советское время начинающему журналисту помогал преуспевать в профессии помимо собственных интеллектуальных способностей «блат» (родители, работающие в обкомах, и их знакомые). В перестроечное время можно было свободно положиться на свою энергию и увлеченность и добиваться всего без связей. В постперестроечное время молодому человеку, прежде всего, нужны богатые собственные интеллектуальные ресурсы/капиталы (хорошее образование, работоспособность, знание рынка и конъюнктуры), которые во многом связаны с материальным положением семьи (финансовая поддержка семьи).

Вот карьера журналиста Юрия** (1954 г. р.), который преуспевал в профессии во всех выделенных нами периодах (до и во время перестройки, а также на современном этапе).

*См. напр., (Засурский, Колесник, Свитам, Ширяева 1997; Засурский, Колесник, Свитич, Ширяева 1998).

**Имя вымышленное. Это одна из биографий, отличающихся детальностью, рефлексивностью, референциальностью.

Юрий родился и провел детство на Сахалине, в городе Южно-Сахалинске. Его мать, по образованию актриса, была главным редактором Южно-Сахалинского телевидения, а до этого работала в обкоме партии. Юрий с матерью жили в обкомовском доме. Там же жили приезжавшие на три года по распределению после окончания университета журналисты из Москвы и Ленинграда.

Рядом с ними некоторое время жил журналист из Ленинграда, который после практики на Сахалине работал в Ленинградском обкоме партии, потом в АПН (агентство печати «Новости»), потом заместителем редактора «Ленинградской правды», а затем редактором «Невского времени», основал дайджест «24 часа». Юрий считает себя его учеником: наблюдая за ним, он получал представление о том, чем вообще занимаются журналисты. По словам Юрия, тот журналист был ярким представителем классической советской печати: ездил в сложные экспедиции, писал большие очерки и т. п.

Юрий занимался спортом и увлекался спортивной статистикой. Его первыми журналистскими материалами еще в школе стали рецензии на футбольные матчи, а также на театральные постановки. После нескольких публикаций его пригласили сотрудничать в молодежной газете.

В журнале Союза журналистов России «Журналист» ежегодно проходил конкурс «Проходной бал» для желающих поступать на факультет журналистики. В последнем классе школы наш респондент участвовал в этом конкурсе. Первый тур был заочный — нужно было подготовить материал на заданную тему. Школьников, написавших лучшие материалы, вызывали в Москву на очный тур. В 1971 г. Юрий прошел два тура. Его рекомендовали для поступления в Уральский университет. Рекомендация давала преимущество при поступлении на факультет журналистики, где был очень большой конкурс. По его словам, отличие уральского факультета журналистики от московского и ленинградского заключалось «в упоре на журналистскую практику».

На старших курсах Юрий воспользовался знакомством с тем журналистом, который когда-то был его соседом. Этот журналист к тому времени вернулся в Ленинград и работал в обкоме КПСС. Юрий попросил устроить его на практику в какую-нибудь газету и в результате попал в «Ленинградский рабочий», где тогда был очень «сильный» (профессиональный, творческий) коллектив. У Юрия была очень хорошая наставница, многому его научившая. В ее отделе он писал о рабочей молодежи и ПТУ (профессионально-технические училища).

Одно время Юрий хотел заниматься социологией, которая в конце 1970-х гг. только разворачивалась в Советском Союзе. Но, познакомившись с некоторыми социологами, он увидел, что они еще больше идеологизированы, чем журналисты: *«С тех пор у меня никогда не было никаких сомнений, тем я делом занимаюсь или не тем».*

По распределению он проработал три года в Челябинске. Потом вернулся в Ленинград и устроился работать внештатно в газету «Ленинградский рабочий». Вскоре его пригласили в штат многотиражной* газеты Ленинградского металлического завода. Там хорошо платили, была перспектива вступить в коммунистическую партию, получить квартиру.

*Так назывались газеты, выходящие на предприятиях.

В конце 1970-х гг. материалы Юрия были отмечены на конкурсе творческих союзов «Молодость. Мастерство. Современность». Его пригласили работать в комсомольскую газету «Смена». Там он занимался темой ПТУ, Юрий говорит, что *«это была жутко конъюнктурная тема, любимая тема первого секретаря Ленинградского обкома КПСС»*. Он описывал жизнь рабочих бригад в «романтическом стиле»,

С 1976 г. параллельно с основными своими темами Юрий начал писать об эстраде. 1975-1976 гг. — это зарождение «поп»-журналистики в СССР. В 1979 г. респондент начал писать о советской эстраде в «Смене». Рубрика выходила один раз в две недели. Никакие другие ленинградские газеты не писали на эту тему — эстрада считалась «легковесной темой для газет». Юрий познакомился со многими эстрадными знаменитостями. Когда освободились полставки в отделе культуры, он бросил тему ПТУ и перешел туда, потеряв часть зарплаты*.

В 1987 г., во время перестройки, было разрешено повесить нормативные оклады. Юрий входил в совет авторитетных журналистов газеты «Смена», который решал, кому и на сколько можно повесить оклад.

Самодетельный рок (который активно выступал за демократические перемены) был в оппозиции официальным изданиям, и Юрий не мог писать о нем в газете «Смена». В Министерстве культуры тогда для журналистов готовили запретные списки — о чем нельзя писать. В те списки входили западные и отечественные рок-группы («Кисс», «Кино», «Аквариум» и т. п.).

Юрий участвовал в работе «магнитиздата»** . Вскоре в дополнение к кассетам они с друзьями стали выпускать самиздатовский журнал. Все машинки Лениздата стояли на учете в КГБ. Шрифты чем-то отличались. Через некоторое время их компанию вычислили. Из Москвы в Ленинградский обком партии пришел «донос» (это был 1983 г.). На пленуме ЦК КПСС генеральный секретарь К.У. Черненко сказал, что «вокально-инструментальные ансамбли действуют растлевающе на молодежь, и надо с ними работать». Друзья из обкома заранее предупредили Юрия об этом письме, и он успел подготовиться к разбирательству. Три месяца он печатался под псевдонимом: это было наказание.

С перестройкой про его самиздат забыли. У него сменились герои, он стал писать о тех, о ком раньше было нельзя. В 1988 г. он вступил в КПСС. В 1989 г. получил квартиру от Союза журналистов, — он стал последним «счастливецем».

Статьи Юрия в 1970-1980-х гг. имели большой резонанс. До 1990 г., прежде чем выпустить номер на сцену, его должен был утвердить художественный совет (цензура). Публикации Юрия иногда влияли на решения таких советов, которые просматривали рецензии и отзывы о той или иной группе. У Юрия сложился имидж скандального, критичного журналиста.

*В начале 1980 г. ставка (ежемесячный оклад) корреспондента была 120 рублей, ведущего отдела — 130 руб., полставки — 80 руб. Были еще гонорары за статьи, так что можно было получать до 200 руб. в месяц. Эти ставки не повышались с 1937 г.

**Деятельность по подпольному выпуску аудиокассет с записями.

Тогда у него появилось много полезных связей, а в то время связи, дружба (блат) были важнее, нежели деньги. Юрий был очень популярен. Тогда существовала такая услуга: на почте можно было подписаться на определенную тему и получать журнальные и газетные вырезки и статьи по интересующей тематике. В таких рассылочных подборках по эстраде всегда были статьи Юрия. Он считался экспертом в этой области. Его стали приглашать участвовать в проектах — концертных, продюсерских, издательских. Он много работал на радио. В течение трех лет он вел передачу «Рандеву со звездой» на телевидении.

После перестройки «Смена» была на подъеме, опережала по распространению среди ленинградцев «Комсомольскую правду». По мнению Юрия, у газеты «Смена» тогда был шанс стать ленинградским вариантом «Московского комсомольца» (популярная газета, отличающаяся авангардным стилем). Но «Смена» не воспользовалась случаем и «скатилась до плачевного нынешнего состояния».

По словам Юрия, когда грянул августовский путч, он был в шоке, но подумал, что на его тему политика не повлияет, и при любом политическом раскладе всегда будут артисты и интерес к ним. Он называет себя аполитичным человеком и журналистом.

Респондент отмечает изменение журналистских практик с перестройкой: он стал раскрепощенным в оценках, появилась свобода выбора, у него изменился стиль письма, в лексикон вошли разговорные, молодежные слова и т. п. Юрий считает, что эта свобода обернулась тем, что в массе своей газетные материалы стали менее художественными. До перестройки журналисты работали над материалом больше, дольше. До того, как материал попадал на полосу, его прочитывало пять инстанций после автора*. И каждый, «оправдывая свое место», вносил какие-то поправки. В художественном плане это было очень продуктивно.

В начале 1990-х Юрий начал писать книги. Тираж его первой книги «Рандеву со звездой» составил миллион экземпляров, которые сразу разошлись. Потом было еще несколько книг, Юрий планировал сделать галерею портретов, но это оказалось «нерентабельно». Во второй половине 1990-х гг. «повседневная» журналистика оплачивалась выше, чем книгописание. До 17 августа 1998 г. в течение 5 лет журналистика была для него «благодатным хлебом».

В конце 1990 гг. Юрий пришел работать в издательский дом «Калейдоскоп», где работает и сейчас. Один из владельцев издательского дома — друг его матери. Здесь его ценят как эксперта. С ним заключен контракт о том, что он подписывает статьи своим именем только в изданиях «Калейдоскопа». В публикациях для других СМИ он должен использовать псевдоним или ссылаться на «Калейдоскоп».

С августа 1998 г. (с начала кризиса) Юрий много пишет для разных изданий из Прибалтики, Москвы, Израиля, Америки. Он очень напряженно рабо-

*Штатный журналист до перестройки должен был сдавать примерно 2000 строк в месяц, из которых 40 % своих и 60 % авторских. Если журналист превышал норму своих строк, его могли лишить гонорара.

тает, ни дня без 2-3 интервью или статьи (от 200 до 500 строк). Восемьдесят процентов его журналистских работ сегодня — это интервью, для которых есть заготовки. Круг звезд эстрады, у которых он берет интервью, у него постоянный.

На данный момент он считает себя не музыкальным обозревателем, как раньше, а интервьюером. Как-то Юрий прочитал в книге одного американского журналиста, что интервью должно длиться 10-20 часов, только тогда на его основе можно получить достойный материал. Он подсчитал, что в России 200 - 250 эстрадных русскоговорящих звезд. Его интервью длятся один час. Но он встречается постоянно с одним и тем же кругом лиц и заметил, что на десятый - двадцатый раз можно выйти совсем на другой уровень общения.

Он считает, что в современной петербургской журналистике работает мало профессионалов пера, но и они не востребованы, потому что нужны новости, простые интервью. По его мнению, существует большая пропасть между аудиторией и журналистами. Об аудитории должен думать газетный менеджер, который подсчитывает рейтинг материалов и предлагает свои рекомендации журналистам.

В 1997 г. Юрий создал пресс-клуб, где устраиваются пресс-конференции с артистами.

Как мы видим, можно выделить как минимум три этапа, когда журналистские практики и стратегии менялись, когда менялась сама журналистика. Хронологически выделенные этапы не совпадают с историческими датами и событиями. Время перестройки респонденты отмечают с 1988 до 1993 г. — именно в этот период респонденты действовали наиболее активно, «по-перестроечному». Таким образом, «доперестроечное» или «советское» время относится к периоду до 1988 г., а «послеперестроечное время» — к периоду после 1993 г. и характеризуется усилением рыночных отношений как в обществе, так и в медиа-сфере. Важным этапом для журналистов оказался финансовый кризис 17 августа 1998 г. Постперестроечное время журналисты делят на «до августовского кризиса» и «после августа».

Перестройку все наши респонденты приняли с энтузиазмом. Однако к 1993 г., когда «эйфория» и активность улеглись, многие стали аполитичны, другие сменили политическую направленность, особенно в связи с финансовыми кризисами.

Люди, пришедшие в СМИ во время перестройки, сегодня не такие либералы, как только что входящие в профессию. Чем моложе журналист, тем яснее у него прослеживается ориентация на рыночные отношения, тем больше он ставит экономику над политикой. Поколению, которому сейчас 20-23 года, достались западные школьные программы, первые обмены с западными школьниками. Они знакомы более или менее с западными стандартами общежития. Молодые журналисты хотят работать в PR или в рекламной коммерческой журналистике. Согласно профессору В.А. Ядову, именно это поколение является единственным адаптированным на сегодняшний день в России (из мастер-класса 24-25 апреля 2003, СПб-ГУ).

В процессе привнесения западных ценностей и условий рынка в Россию, который еще продолжается, изменилось и продолжает меняться самовосприятие журналиста в профессии. Самовосприятие (один из аспектов профессиональной идентичности) журналистов различается в зависимости от возраста.

Идентичность

Идентичность изучается науками о человеке и обществе, но однозначного понимания концепта, по мнению исследователей под руководством В. А. Ядова (Ядов 1992),* не существует. Идентичность социальна, в отличие от Я-концепции, самопонимания, самости и других смежных, но не тождественных понятий. В социологическом словаре находим следующее определение идентичности; «социальная идентичность — аспекты индивидуального самосознания» проистекающие от принадлежности к социальным категориям и идентификации с ними, становящиеся заметными в тех контекстах, где эти социальные категории принимают важное значение» (Большой толковый социологический словарь 1999). Идентичность обеспечивает согласованность представлений о себе и целостность, последовательность поведения.

В своем анализе практик мы придерживаемся 3-факторной схемы идентичности — принадлежности к профессиональному сообществу. 1) Самоидентичность — самовосприятие себя журналистом. 2) Социальная идентичность — взгляд на конкретного журналиста со стороны профессионального сообщества («мы») и осознание этим журналистом такого взгляда. 3) Публичная идентичность — отношение лиц к социальной роли данного человека — журналиста. (Это «они» — не журналисты, но это не чужие, и с ними возможна идентификация на других основаниях). И социальная, и публичная идентичности включают в себя идеальные представления человека о себе, о своем соответствии роли, то, каким ему бы хотелось казаться в сообществе и обществе в целом. Стратегии самопрезентации различаются в зависимости от того, кому ты демонстрируешь свою «журналистскость» — знатокам или профанам. Выделенные ранее концепции идентичности и профессионализма связаны между собой. Профессионализм — скорее объективная характеристика, это оценка другого профессионала, тот самый взгляд со стороны на «меня», который «я» интериоризирую.

Как формируется социальная идентичность? Существуют следующие социальные процессы:

- номинация - помещение «я» в социально признанные категории, то есть процесс называния;
- взаимодействие со значимыми другими;
- подтверждение и валидизация «я» посредством презентации (Ядов 1992:6).

Типы идентичности доступны «наблюдению» и «верификации» с точки

*В данной работе приводится обзор существующих в англоязычной литературе подходов к понятию «социальная идентичность», реализуемых в основном в рамках концепции символического интеракционизма и когнитивной парадигмы социальной психологии.

зрения здравого смысла. Психология занимается «починкой» идентичности. Психологический подход трактует идентичность как «ориентированность на реальность». Социолог, в свою очередь, должен задать вопрос: «какую реальность?». Исследуемый нами период российского общества — это постоянно меняющаяся реальность, следовательно, идентичность также видоизменялась.

Можно утверждать, что профессиональная идентичность журналистов различается в зависимости от времени (годов) их работы, страны. Автор лично убедился, что практики шведских и российских журналистов различаются.

Переходя к эмпирическому анализу идентичности, отметим, что данное слово отсутствует в повседневности неспециалистов. Это слово не привычно слуху россиянина, в русском языке у него нет прямого аналога. Так что вопрос об идентичности всегда приходилось уточнять многими дополнительными вопросами. Остановимся на понимании нашего ключевого понятия журналистами и дадим одно субъективное определение.

Один журналист в интервью сказал, что он всегда отмечает ответы коллег на вопросы типа: «Кто Вы?», «Чем вы занимаетесь?». Некоторые отвечают — «Я журналист», другие — «Я работаю журналистом». Если у вас журналистская идентичность, то вы всегда будете говорить, что вы журналист, даже если вы временно не работаете по специальности. Если вы говорите, что вы работаете журналистом или в сфере журналистики или же выбираете совсем другую ипостась, то основы идентичности у вас лежат в другой области, может быть, в области специализации,

В этом объяснении присутствуют все три составляющие построения идентичности, по В.А. Ядову. А именно: когнитивный, эмоциональный, практический аспекты. Когнитивный компонент действует в двух описанных вариантах ответа на вопрос «Кто Вы?» так как «работать журналистом» подразумевает владение разделяемым членами сообщества знанием норм, ценностей и целей. Очевидно также, что член общности усвоил и присвоил специфичные для нее формы деятельности — практический аспект. Однако во втором случае у отвечающего отсутствует аффективный компонент. А для нашего интервьюируемого эмоциональное отождествление с группой и чувство «мы-общности» является основным. О чем может говорить неэмоциональное восприятие себя в профессии? По ответам респондентов, в первую очередь, о низком оценивании сообщества или о чувстве несоответствия себя профессии, но могут быть и другие варианты, например, ситуационность, множественность идентичностей и т. д. Таким образом, в первом — эмоциональном случае речь идет о трансверсальной идентичности, а во втором о ситуативной идентичности.

Каковы критерии журналистской идентичности? Из наших интервью мы собрали критерии и условия, отражающие профессиональную практику. Человек считает себя (а также коллег) журналистом, если он/она:

1. Работает в СМИ;
2. Зарабатывает на жизнь с помощью этой профессии;
3. Регулярно публикует (выдает в эфир) свои материалы;

4. Имеет журналистское образование;
5. Имеет интерес к профессии;
6. Входит в журналистское сообщество и признан коллегами;
7. Имеет коммуникационные и публичные способности и интересы, а также активность.

Данные критерии можно разделить на три группы (деление условное, так как во всех критериях присутствуют и другие составляющие), отражающие инструменты построения идентичности. Критерии 1, 2, 3 являются в основном поведенческими, практическими. Критерии 4, 6, 7 — когнитивными, 5 — эмоциональным.

Эти критерии — идеально-типическая модель, норма соответствия, норма включения-исключения, минимальный набор условий толерантности к «своим». Отсутствие той или иной практики трансверсально идентифицирующий себя журналист пытается компенсировать, используя определенные стратегии, о которых пойдет речь далее.

Критерии идентичности советского времени, также реконструированные из интервью, в целом совпадают с современными критериями, но значение они имели несколько другое.

Когнитивный аспект принадлежности доминировал. Советский журналист лучше, чем любой простой советский человек, знал нормы, ценности, цели (официально установленные) как своего сообщества, так и общества в целом. Все практики, и формальные, и неформальные, осуществлялись с учетом данного знания.

Членство в КПСС, признание партийными руководителями, «коммунистическая» активность способствовали карьерному продвижению журналиста. Существовала установка, что только «идеологически верный товарищ» мог работать в СМИ, пользоваться привилегиями (например, получить квартиру). Начинающие журналисты стремились вступить в партию. Тот, кто чувствовал себя в идеологии как рыба в воде, мог регулярно публиковаться, выражая интересы партии. Такова была для журналистов единая интерпретационная схема происходящего.

Публичные способности были очень востребованы в профессии, — журналистам приходилось много выступать, отчитываться, работать с аудиторией. Все респонденты сразу твердили определение Ленина, что журналист — это коллективный организатор, пропагандист и агитатор. «Если ты не активный член партии, не публичный пропагандист, тебя не могли сделать главным редактором газеты», — говорит Э. (1935 г. р.).

Во время перестройки Э. стал главным редактором газеты. В советское время он занимал пост «заместителя редактора» при нескольких меняющихся главных редакторах, которые назначались обкомом партии. Они выполняли в первую очередь организаторские и представительские функции:

- постоянно ездили в обком партии;
- отчитывались о работе;
- участвовали в совещаниях;
- выступали на праздниках и мероприятиях;
- проводили совещания внутри редакции.

На посту заместителя, а затем, когда представительская функция редактора перестала быть доминирующей, и на месте главного редактора, Э. руководил творческой работой коллектива: разрабатывал идеи выпусков, читал и правил материалы.

Если формально журналистской карьере способствовали партийность и идейность, то неформально здесь помогал «блат» (связи). Исследовательница блата А. Леденева определяет его как «практику обхода формальных процедур, регулирующих доступ к ресурсам, как правило, относящихся к сфере личного потребления» (Леденева 1998). Эта неформальная практика также связана с когнитивным аспектом идентичности. Зная нормы и правила, советский человек (журналист) знал и то, как их обойти или использовать в своих интересах. В то время журналистика была очень «блатной» профессией. Все 20 респондентов, начинавших свою работу журналистом в советское время, отмечают, что в редакцию можно было устроиться в основном только по «большому благу». СМИ характеризовались:

- строгой иерархией (в зависимости от партийного учредителя СМИ);
- закрытостью;
- сложным ритуалом внедрения в профессию.

Говоря об успешной журналистской карьере («попадание в центральные издания»), журналистка Л. (1956 г. р.) указывает на такие трудности для начинающего журналиста, как закрытость профессии, выражающаяся в строгой преемственности, необходимость общественной нагрузки и владения идеологией. Чтобы сделать карьеру, Л. учила идеологию, была активисткой и пропагандисткой на факультете журналистики, на третьем курсе вступила в партию. Приведем отрывок из ее биографического монолога, характеризующий журналистику 1970-80 гг.

«В Ленинграде было устроиться на работу тяжело в то время. Такой массы СМИ не было. В Ленинграде вообще было очень тяжело с журналистикой: "Ленинградская Правда", "Вечерний Ленинград", телевидение, радио — все! Ну и детское еще. Там уже сидели люди годами, там была семейственность.

Когда я вступила в Союз Журналистов, мне должны были дать путевку в Англию за хорошую работу (за деньги, естественно). Потом мне объявили: у нас поедут туда муж и жена из "Ленинградской Правды ". Все так и ездили — муж и жена. Потом к ним в издание сын шел. Т. е. веками места были забиты, то есть туда вообще было не сунуться. Либо все делалось через горком партит иначе нельзя было устроиться. жить. Мне путевку в Англию не дали, дали в Венгрию. Это был 1988 г. Места были все забиты, и по окончании университета можно было идти только на вторичные места на копейки. Если было, кому содержать, сидели. Одна наша выпускница за копейки сидела 10 лет в "Вечерке", перебирала письма. Это делал человек, который закончил университет. Вот она таким образом пробивалась. Она очень талантлива, Сейчас она оттуда ушла, потому что там не платят».

Отсутствие блата Л. и ее подруга компенсировали хорошей биографией и настойчивостью. До перестройки почти все приобретения (материальные,

символические) делались с помощью блата. С появлением рыночных отношений блат заменили деньги, хотя система блата не исчезла полностью. Выражение «получить что-то по благу» имеет смысл и в современном обществе. В журналистском сообществе некоторые практики похожи на «блатные». Сотрудник СМИ пользуется «услугой доступа», т. е. он допускается куда-то бесплатно, за что обычные «клиенты» платят деньги. Предоставление этой услуги не предполагает использование собственных ресурсов для ее оказания и не оплачивается непосредственно предоставляющим. 13 наших респондентов пользуются такими услугами, например, они ходят в тренажерный зал и на спортивные занятия, посещают курсы и лекции, отправляют своих детей в поездки с победителями конкурсов, проводимых газетой, и т. п.

Современные журналисты, не соответствующие тем или иным критериям, имеют низкую или колеблющуюся идентичность. Чтобы преодолеть дисбаланс, облегчить себе жизнь, оправдать себя в своих глазах и в глазах как сообщества, так и общества в целом, больше соответствовать идеальному образу журналиста, сотрудники СМИ использовали и используют компенсирующие стратегии. Согласно биографическим нарративам, выделяются пять компенсирующих стратегий, которые восполняют недостатки практических, когнитивных и эмоциональных аспектов идентичности. Это нештатная работа и околожурналистский труд; получение дополнительных денег от профессии; получение журналистского образования; реализация особых интересов с помощью журналистики; внедрение в сообщество и установление сетей коллег и информантов; развитие коммуникативных навыков. Рассмотрим эти стратегии подробнее.

Если журналист не работает штатно в СМИ, он старается быть активным «свободным журналистом» (фрилансером). Он участвует в качестве помощника в массовых проектах (культурных, спортивных), которые имеют информационную поддержку СМИ. Или он пытается преподавать журналистику на курсах, в школе или в вузе. Для многих молодых журналистов (но со стажем не меньше 5 лет) в конце 1990-х гг. это стало распространенной практикой — и для дополнительного заработка, и для повышения статуса и признания.

Такой же была стратегия и в советские времена, когда устроиться штатно работать в СМИ было очень сложно. СМИ были переполнены, там не было никакой текучести кадров, «там сидели веками». Например, Юрий с помощью связей устроился на практику в газету и работал бесплатно (фрилансером), пока его мастерство не заметили и не оценили в другом издании и не пригласили туда в штат.

На телевидение журналисты устраивались кем угодно, лишь бы «зацепиться» (администратором, осветителем, помощником оператора). В свободное время работали как авторы и корреспонденты. Режим работы был ненапряженный. Техники было мало, и на один комплект съемочной техники или монтажную приходилось несколько творческих бригад, которые ждали своей очереди, проводя целые дни в кафе, обсуждая будущие сюжеты. Таким образом сложилось представление о журналистах телевидения как о

праздной творческой элите. Работающий на телевидении автор («неважно, что записано у тебя в трудовой книжке» — говорят все телевизионщики того времени) считал себя настоящим журналистом.

Во время перестройки устроиться в СМИ стало гораздо проще. Сеть распалась (хотя и не окончательно), идеология потеряла прежнюю роль. Многие старые специалисты переживали кризис идентичности. Возникла конкуренция, пришло много новых журналистов, неконкурентоспособные ушли. Появились новые СМИ и новые требования к мастерству. Однако все, кто хотел работать журналистом, нашли работу.

Сегодня, если у журналиста не получается регулярно публиковаться, то он, чтобы сохранить себя в профессии, ищет дополнительные возможности журналистской работы. Так, во время массового сокращения в конце 1998 г. многие журналисты временно устроились работать социальными служащими, педагогами, сотрудниками галерей. Они нашли и продолжают искать варианты параллельного сотрудничества в печати. Так, В. (1969 г. р.), работающая в галерее, делает буклеты для художников, пишет об искусстве в газеты, проводит социологические опросы для предвыборного листка и проч. Другие нашли работу, где нужно придумывать заголовки, делать подборки из газет (как, например, С., 1955 г.р.) и т. п.

Рассмотренная компенсирующая стратегия в большей мере связана с эмоциональным аспектом идентичности и с ее трансверсивным (надситуативным) типом. Действия «не-журналистов» направлены на сохранение или приобретение номинации. Они желают называться профессионалами в этой области, извлекая из этого символические выгоды.

Следующая стратегия принадлежит «настоящим», штатно работающим журналистам и направлена на максимизацию выгод от профессии. Им не достаточно называться «журналистами», как тем, кто не работает в СМИ, т. е. не отвечает первому критерию профессиональной идентичности.

Во многих российских СМИ существует система премий и гонораров помимо зарплаты, и заработок напрямую зависит от активности и работоспособности журналиста, но также и от типа СМИ и статуса сотрудника. В советское время спрос на профессию был очень велик. Она была престижной и достаточно творческой (свободной) в идеологизированной действительности (об этом в своей биографии говорит и Юрий). Журналистика не была очень высоко оплачиваемым делом, но имелось много льгот. Редакционные работники пользовались рядом привилегий, предоставленных партийным функционерам. Журналистика была одной из немногих профессий, где применялась гибкая система оплаты труда: помимо фиксированного оклада выплачивались гонорары за публикации, можно было печатать книги, участвовать в издании буклетов и т. п.

Время перестройки характеризуется счастливым сочетанием большого профессионального интереса (в условиях свободы) и хорошей оплаты. О заработках особенно не думали, но работа давала большие деньги: студентка первого курса получала «папину» зарплату (случай почти всех наших респондентов с 1970 по 1975 г. р., начавших работать с конца 1980 гг.).

Зарботок среднего журналиста в лучшие времена 1990-х гг. составлял от 50 до 200 долларов. Когда получили распространение презентации, включающие в себя фуршет, то появились «бутербродные» журналисты, которые приходили просто поесть, иногда — получить подарок. После этого они часто ничего не пишут про посещаемые акции, так как в редакциях требуют, чтобы за такие материалы платили.

Из интервью видно, что постсоветские журналисты зарабатывают на жизнь более разнообразно. Если во время перестройки журналистика, PR и реклама еще разделены, журналисты чувствуют важность своей профессии для общества, важность поиска и передачи социально значимой информации, то в конце 1990-х гг. эти профессии смешиваются. Мы наблюдаем в СМИ большое количество «выстроенных» материалов, когда материал оплачен и надо привлечь к нему внимание. Но часто они так пишут и по своему желанию, чтобы «самовыразиться», «чтобы другим было интересно читать» (к модным стилистическим приемам относится например, раскавычивание цитат и использование их в новом смысле). Как отмечают многие журналисты, наблюдается постмодернистская тенденция «смешения всего со всем», «форма превалирует над содержанием». Это происходит потому, что «нет идеи и нечего сказать» с трибуны СМИ — такое мнение выражают все перестроечные журналисты.

Журналисты активно ищут дополнительные заработки. Помимо информации они разыскивают рекламу и заказные материалы. Это называется «халтурой», а некоторые видят в этом изменившуюся «современную журналистику», в которой синтезируются разные профессии. Чтобы заработать, Н. (1968 г. р.) писала во время выборов листовки, а Н. (1957 г. р.) проводила социологический опрос. Молодые журналисты совмещают журналистскую работу с работой продюсера музыкальной группы или ди-джея (из наших респондентов, родившихся в 1970-х гг., таких 4 человека). Это рассматривается ими как «расширенная» журналистская работа. В коммерческих СМИ дополнительный заработок можно получить, просто больше работая в своем же издании. Чем больше денег зарабатывает журналист своим трудом, тем сильнее его профессиональная идентичность.

Для многих женщин около 40 лет и старше, которых обеспечивают мужья, низкооплачиваемая журналистская работа (20 - 30 долларов в месяц) является формой социализации. Они работают в «бедных» СМИ, не стремясь сменить работу на более оплачиваемую, но более напряженную. Достаточно, что они обладают социальной идентичностью, занимают довольно престижную позицию в социуме, входят в сообщество. От них не требуется высокого профессионального мастерства. У таких женщин низкая или колеблющаяся профессиональная идентичность.

Женщины среднего и старшего возраста (около 40 и старше) говорят в интервью, что со временем их профессиональная идентичность понижается: *«журналистика хороша в молодости, а через 20 лет она уже не приносит удовлетворения»* — говорит Т. (1945 г. р.).

Образование

Стратегия, направленная на получение журналистского образования,* поддерживает когнитивный и аффективный аспекты идентичности. Во-первых, тот, кто получил журналистское образование, обладает не только необходимыми профессиональными навыками, но и знанием норм, ценностей, разделяемых в сообществе. Во-вторых, по мнению наших респондентов, факультет журналистики — место, где можно обрести сети, знакомства, найти свой стиль жизни.

По словам А. (1960 г.р.), «журналистское образование в первую очередь ценно тем, что дает знание цехового сообщества, системы, что помогает позиционировать себя в ней». Речь идет о корпоративной солидарности, сети коллег. Вырабатывается «свой» стиль жизни, развивается чувство «мы». Формирование петербургского сообщества журналистов происходит на факультете журналистики (до 1948 г. — отделении филологического факультета) университета уже больше 50 лет. Об этом говорят все наши респонденты. Студент 3 курса и журналист газеты «Спортивная» А. (1979 г. р.) эмоционально отождествляет себя с общностью коллег: «Поступление на факультет журналистики помогло в становлении меня как журналиста. В первую очередь не знаниями, а знакомствами. Я думаю, что до конца своей жизни буду наслаждаться преимуществами знакомств. Ведь большинство моих однокурсников в будущем займут важные посты в СМИ, а это значит, что будут хорошие связи, блат». Не имеющие журналистского образования получают связи в процессе работы.

Среди наших респондентов лица, не имеющие образования выше средней школы, — это начинающие журналисты младше 20 лет, которые либо учатся в вузе, либо собираются там учиться. Их идентичность особого рода, и она очень сильна. Они чувствуют себя журналистами по призванию, от Бога. Они, как правило, соответствуют пятому и шестому критериям из нашего списка: у них очень сильный интерес к профессии и они обладают многими коммуникативными навыками. Но профессиональным сообществом и обществом в целом они признаются журналистами не всегда, что вызывает у дебютантов душевную дисгармонию и является предметом рефлексирования и обсуждения в интервью.

На начальном этапе карьеры многие считают, что именно профильное образование «делает» журналистов. Так обычно полагают те, у кого нет знания сообщества и специфики работы. Е. (1965 г. р.) рассказывает: «Когда я поняла, что это не так, я уже отучилась два года, и мне это было не так уж сложно, я не прикладывала никаких особых сверхусилий, как в фармацевтическом институте, поэтому я решила продолжать обучение». Изначальный багаж знаний о профессии (правил и ставок игры) есть у детей журналистов. У пяти наших респондентов родители работают в СМИ или связаны с этой областью.

В профессиональном сообществе принято ругать журналистское образо-

*Наши собеседники в основном окончили факультет журналистики СПб-ГУ (ЛГУ) — 34 человека.

вание и факультет журналистики университета. Однако «плохое журналистское» всегда лучше среднего и высшего технического или иного специального (например, по мнению Г. (1965 г. р.), оно лучше библиотечного). Чем моложе респонденты, тем меньше они ругают образование — видимо, потому, что это их основной бэкграунд и другой опыт пока что не так богат. Молодые журналисты, а особенно журналистки, планируют получить два и больше высших образования, чтобы стать экспертом в какой-то области. Одно высшее образование — журналистское — распространенный вариант среди сотрудников СМИ среднего возраста — 1950-х и начала 1960-х г. р. Если у человека только журналистское образование, то часто у него очень сильная профессиональная идентичность. Он настроен только на эту специальность. Люди, у которых больше чем одно образование, больше чем один интерес, уже имеют не стопроцентную идентичность.

Таким образом, мы приходим к выводу о большой роли факультета журналистики в эмоциональном становлении отдельного журналиста и формировании сообщества. Это неявный, побочный эффект основной деятельности факультета - обучения. Рассмотрим отношение разных поколений к нему.

Качество образования и взгляд на учебу студентов во многом зависели от времени (исторического периода) пребывания на факультете. Все респонденты старше 30 лет критически относятся к журналистскому образованию. Э. (1935 г. р.) учился в 1950-е гг. Он прикладывал усилия, но вскоре разочаровался, однако продолжал старательно выполнять «нелепые» задания. Он говорит: *«Я думаю, что нас там вообще не учили. Преподавание было абсолютно схоластическое и даже не научное. Преподаватели никогда в газетах не работали. Чему учили? Бред какой-то — жанры. Что такое статья? Что такое корреспонденция? Как вы понимаете, это и так можно понять. В работе это не нужно. Журналиста это сделать не может. Единственно ценный совет человека, который два года в юности работал в газете, заключался в том, что на задание надо брать несколько запасных ручек. И, как не странно, этот совет часто помогал мне потом.*

Нас не учили мыслить, строить что-либо интересное, излагать от себя. Учиться было не интересно. Нас настраивали: вы будущие работники провинциальных газет. Вы работники отделов партийной жизни, производственного отдела, отдела промышленности и т. д. Смешно. Я все практики проходил в промышленных отделах. Считалось, что это хорошо. А отдел культуры — это несерьезно».

Респонденты, которые учились в 1970-1980-х гг., отмечают либерализм и отсутствие давления со стороны преподавателей, всеобщее «легкомысленное» отношение к процессу обучения. Чем меньше студент той поры посвящал времени обучению на факультете журналистики, чем больше он занимался практической работой, тем сильнее была его идентичность. Студенты 1990-х гг. ощутили ответственность за свою учебу, поскольку теперь бесплатно можно получить только одно высшее образование.

Таким образом, можно сказать, что качеством журналистского образования не довольны те, кто учился и начал работу в 1950-1980-х гг. Качество

образования повысилось в 1990-х гг., и студенты им довольны. Стиль обучения зависит от социальных факторов. Под сильным контролем и давлением со стороны государства в 1950-е гг. учащиеся были вынуждены проявлять усердие в учебе. Время застоя характеризуется ослаблением прессинга и в то же время отсутствием изменений, нововведений в процессе обучения. С перестройкой изменение программы, ее приближение к практическим нуждам и западным стандартам, обмен опытом и контакты обогатили обучение. Натиск со стороны рынка, новых коммерческих отношений заставляет студентов как можно больше вынести из учебного процесса.

Рассмотрим влияние семьи и личностных аспектов на выбор журналистского образования в постперестроечном Петербурге. Наши респонденты происходят из семей среднего класса* (инженеры, квалифицированные рабочие, учителя, преподаватели, работники культуры), а также из семей ниже среднего уровня, в том числе неполных и неблагополучных. В сознании этих слоев населения профессия журналиста является престижной. Семьи выше среднего уровня («интеллектуальные» семьи, семьи журналистов) предпочитают дать ребенку более определенную квалификацию (врач, юрист, финансист). *«Если умение писать есть, то он всегда сможет им воспользоваться»*, — говорят 50-летние журналисты**. Юноши серьезнее относятся к выбору высшего учебного заведения (есть ли военная кафедра) и поступлению на дневное отделение вуза, так как им грозит воинская обязанность, а студенческий билет освобождает от армии. Девушки выбирают из трех форм обучения — дневного, вечернего, заочного. Чем «культурнее» семья, тем больше ребенок под ее влиянием стремится попасть на дневное отделение. Молодые люди, ориентированные на получение денег, поступают на заочное отделение, чтобы иметь возможность работать. В начале заочного обучения многие мечтают перевестись на дневную форму, но после первого курса большинство остается на своем месте. Профессиональная идентичность быстрее укрепляется у работающих студентов.

Поступление в университет — важная веха в биографиях журналистов. Многие из опрошенных стремились попасть на филологический факультет, но не смогли по тем или иным причинам. Филологическое образование считается очень престижным в сознании петербургской интеллигенции. Примечательно, что дети работников СМИ, имеющих журналистское образование, учатся в основном на филологическом факультете. Эти два образования многими нашими респондентами понимаются как однопорядковые. Некоторые поступают на факультет журналистики «поучить литературу в облегченной форме, или потому, что «на филфаке скучно» здесь компания веселее, свои люди». На самом деле поступить на филологический факультет и учиться там сложнее. Факультет журналистики предпочтительнее для студентов, настроенных не академически, а практически, ориентированных на общественные отношения, на популяризацию полученных знаний. Таким образом, чем больше учащийся-гуманитарий ориентирован на коммуника-

*Среди доперестроечных журналистов много выходцев из семей партийной номенклатуры.

**Из бесед с сотрудниками редакции петербургской газеты для подростков «Пять углов».

цию и общественные отношения, тем вероятнее, что он будет учиться на факультете журналистики, а не на филологическом.

И в 1950-е гг., и в 1990-е гг. конкурс на факультет журналистики был довольно большой. А в конце 1940-х — начале 1950-х гг. вообще было очень сложно поступить в любое высшее учебное заведение. Так в 1949 г. на факультет журналистики ленинградского университета поступало четырнадцать человек на каждое место. Абитуриенты сдавали много вступительных экзаменов (больше четырех, как это стало потом). Можно предположить, что такова была общая политика государства. Страна нуждалась в рабочих для восстановления разрушенного войной хозяйства. Для высшего образования старались отобрать только самых одаренных детей из рабочих и крестьян, формируя первую послевоенную интеллигенцию с необходимым политическим уклоном. В 1949 г. поступили почти одни мальчики, которым отдавалось предпочтение. *«То, что абитуриент родился мальчиком, прибавляет ему балл при поступлении»*, — говорят наши «советские» респонденты и современные преподаватели, принимающие экзамены*.

В 1970-х и 1980-х гг. на факультете журналистики было примерно поровну мужчин и женщин. В 1990-х гг. большинство учащихся — девушки. С конца 1990-х монополия преподавания журналистики перестала принадлежать государственному университету, как это было раньше. Различные вузы открыли кафедры журналистики. Но среди наших респондентов нет окончивших или учащихся там журналистов. До перестройки эта профессия, как отмечалось, была среднеоплачиваемой, но имелось много льгот и преимуществ. Сегодня профессия не такая перспективная в материальном плане. Так что мы наблюдаем процесс феминизации факультетов журналистики, как и других непрестижных сфер деятельности. Профессиональная идентичность современных женщин-журналисток достаточно высока, так как профессия считается и мужской, и женской. В русском языке есть даже слово женского рода с суффиксом «к» — «журналистка». Во многих других профессиях название работника бывает только мужского рода (дипломат, бухгалтер, судья, адвокат и др.). Однако слово «журналистка» не воспринимается как нечто странное и практически не имеет никакого оттенка значения. Те, очень немногие женщины, которые настаивают на том, чтобы их называли словом «журналист», в женском роде чувствуют оттенок пренебрежения.

Что привлекает и мужчин, и женщин в данной профессии? Интерес к профессии основан на разных личностных пристрастиях. Людям нравится писать, изучать общество, общаться с людьми и т. п. Некоторые осуществляют в журналистике и свои особые, не относящиеся напрямую к профессии интересы. Особо подчеркнем, что все равно такие люди считают себя именно журналистами. Это является компенсирующей стратегией, т. к. их интерес к профессии не совпадает с официально закрепленными целями и задачами в данной области. Такие журналисты говорят, что эта профессия позволяет им реализовать все свои таланты и их идентичность ситуативна,

*Из бесед с журналистами и преподавателями.

так как в зависимости от обстоятельств они называют себя либо журналистом, либо, скажем, художником.

Такой журналист, например, старается публиковать в СМИ:

— литературное творчество (рассказы, стихи, игры, кроссворды... — А., 1970 г. р.);

— художественное творчество (В., 1969 г. р.);

— идеи (например, как В., 1963 г. р., религиозную идею);

— информацию о музыкальных или танцевальных группах (это те журналисты, которые считают себя одновременно журналистами и менеджерами, в некоторой степени мы можем отнести к ним и Юрия).

Многим журналистам, которые испытывают недостаток коммуникационных навыков, вначале приходится нелегко. Со временем они справляются с этими проблемами. Например, Е., 1965 г. р., политический обозреватель, говорит: *«Я не люблю общаться по телефону с высокопоставленными особами, которые с большой долей вероятности откажутся со мной говорить, но что делать! Просто пересиливаешь себя и звонишь»*. О., 1978 г. р., развивала свои коммуникационные способности *«через силу в электричке, когда ехала в университет и обратно»: «Я старалась познакомиться с любым человеком, разговорить его, постоянно задавая вопросы, набрать материал на воображаемую журналистскую статью»*.

Многие отмечают, что именно во время обучения на факультете журналистики они справились с комплексами, приобрели нужные установки. Очень популярны среди журналистов учебники по журналистике, в которых есть практические рекомендации, тесты и тренинги.

Как развивается журналистская карьера?

Доперестроечный журналист почти всегда начинал работать (штатно) в «мелких» изданиях, на периферии профессии, далее его приглашали во все более солидные издания — городские, союзные СМИ. Его траектория — от периферии к центру. Карьерное движение постперестроечного журналиста иное. Он сразу начинает работать в центральном городском издании — штатно или фрилансером, чтобы «набраться опыта» и «получить имя». Затем идет на периферию через центр в новом качестве — опытного журналиста или предпринимателя, желающего организовать «свое дело». Во время перестройки журналисты стали практиковать вторичную занятость, под которой мы подразумеваем околожурналистские профессии, которые журналисты совмещают со своей прямой работой. Вторичная занятость тесно связана с первичной.

Работая в центральном издании, куда приходит разнообразная информация, журналист находит «свою идею», «свое дело». Например, он решает организовать газету, студию, выставку, агентство, снять фильм, написать исследование. При этом журналист не хочет порывать с журналистикой. «Свое дело» — это стабильный источник дохода, связанный с журналистикой. Однако «свое дело» может быть только косвенно связано с журналистикой. Например, журналистка Т. (1945 г. р.) зарабатывала деньги, сопро-

вождя группы торговцев-челноков в Финляндию и сама работая челноком. Ее опыт и знания заинтересовали многие редакции. Она писала о новой профессии, появившейся в период перестройки, открывала для петербургского читателя ближайшего западного соседа.

Сегодня журналисты часто косо смотрят на тех, кто остался сидеть «на копейках», не проявляет другой активности и не имеет вторичной занятости. Про них говорят: «ей деньги не нужны, у нее муж на мерседесе» или «он связан с фээсбэшниками, у него и так все есть». Однако некоторые из таких журналистов, засидевшиеся в центральных изданиях, где мало и нерегулярно платят, также имеют свои выгоды и преимущества. Они чаще получают гранты и возможности стажировки на Западе: «работая в центральном издании, проще выиграть конкурс». Их издания получают привилегии от власти (новые СМИ редко являются членами Союза журналистов, а редакторы небольших изданий не входят в Лигу журналистов). Эти журналисты могут козырять маркой и именем СМИ: преподавать, делать заявления как эксперты, иметь преимущества на мероприятиях, быть приглашены в официальные места. Как показывают интервью, этот свой символический капитал они активно используют.

Те, кто не имеет вторичной занятости, не участвует в «коммерческой журналистике», с этической точки зрения приближается к западному стандарту журналистики. Про таких говорят, что «на них пахать можно», «они не вписались в рынок», «они плохие, посредственные журналисты, раз их никто не покупает». В свою очередь те, кто работает в «солидных, но бедных» изданиях, на радио, телевидении низко оценивают работу «коммерции» — «они продажные и работают не профессионально». В центр поступает больше информации, предложений халтуры, но «частники» мобильнее, они активно ищут заказы. Чем успешнее «свое дело», тем выше самооценка. Журналист чувствует себя успешным, приспособившимся к рынку, известным и уважаемым в сообществе. Таким образом, вторичная занятость — отличительная черта постперестроечного журналиста. Вторичная и первичная занятости работают друг на друга. Экономический успех вторичной занятости иногда способствует успеху в журналистике.

В заключение рассмотрим, как меняется идентичность со сменой места жительства. Известно, что за время перестройки из страны в иммиграцию уехало много журналистов. Случаи сохранивших себя в профессии на новой родине редки. В основном они работают в русскоязычных теле- и радиокомпаниях, в иммигрантских газетах. Бывшие российские журналисты говорят, что «у нас своя традиция журналистики, свои методы, свой язык и никому там наш журналист не нужен, и к тому же на Западе безработица» (журналистка И., 1955 г. р., уехавшая в Германию в 1993 г.).

Многие работают собкорами газет, которые они покинули. И. оставила свою трудовую книжку в газете, где она работала до иммиграции. И через несколько лет она стала писать сюда материалы в основном о россиянах за рубежом. Для западных СМИ наши журналисты пишут о российской специфике. Это также подтверждают результаты опроса собственных корреспон-

пондентов наших изданий в Париже, проведенного в январе - марте 1996 г. Можно констатировать, что, уезжая в другую страну, наши журналисты не ассимилируются в новую профессиональную среду. Их профессиональная идентичность не наполняется новыми значениями, а окрашивается в национальный цвет, так как они активно используют свое знание русской культуры. В случае, если журналист переезжает в другой город, его козырем становится знание Петербурга, например, Е., 1965 г. р., использовала свой петербургский опыт, работая в 1997 - 1998 гг. на телевидении в Нижнем Новгороде.

Таким образом, при смене места жительства идентичность либо становится очень низкой, либо сохраняется вместе со старым опытом, который используется как капитал в новых условиях.

Итак, как мы видели, важность того или иного аспекта идентичности варьировалась во времени. Идентичность советского журналиста строилась на основе когнитивного компонента, когда знание правил игры, норм и интерпретационной схемы способствовало карьерному продвижению. Время перестройки характеризуется аффективной идентичностью. Мы-общность журналистов сформировалась заново в изменившихся условиях — почти полностью поменялся состав корпорации. С профессией люди отождествляли себя эмоционально. Постперестроечное время предъявило более жесткие требования к профессионализму, и практический компонент идентичности является доминирующим: чем квалифицированнее и успешнее журналист справляется с профессиональной деятельностью, тем сильнее его идентичность.

Литература

- Абельс Х. Романтика, феноменологическая социология и качественное социальное исследование // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 1.
- Арон Р. Этапы развития социологической мысли. М.: Универс, 1993.
- Бурдые П. Начала. М.: Социологос, 1994.
- Большой толковый социологический словарь. М.: Collins, 1999.
- Волков В.В. О концепции практик(и) в социальных науках // Социологические исследования. 1997. №6.
- Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. М.: Восток, 1996.
- Засурский Я.Н., Колесник С.Г., Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналисты о правах и свободах личности и средств информации (российско-американское исследование) // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 1997. № 3 (начало), № 5 (окончание).
- Засурский Я.Н., Колесник С.Г., Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист: российско-американские социологические исследования. М.: Эслан, 1998.
- Качанов Ю.Л., Шматко Н.А. Социальная идентичность как базовая метафора рефлексивного жизнеописания // Социальная идентификация личности. М.; РАН, 1993.
- Леденева А. Личные связи и неформальные сообщества: трансформация блата в постсоветском пространстве // Pro et Contra. 1998, № 1.
- Ядов В.А. Социальная идентичность и изменение ценностного сознания в кризисном обществе. Методология и методика измерения социальной идентичности. М.: Ин-т социологии РАН, 1992.
- Ekeerantz J. Journalism discursive events and sociopolitical change in Sweden 1925 - 1987 // Media culture and society. London: Sage, 1997.
- Sosnovskaya A. Ph.D. State-University of Saint Petersburg. 19.10.2000. <http://www.socio.ru/publik/sosnovskaya/dis.zip>

Weaver D.H., Wilhoit G.C. *The American Journalist: A Portrait of US News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press, 1986.

Weaver D.H., Wilhoit G.C. *The American Journalist: A Portrait of US News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press, 1991.

Weaver D.H. *The Global Journalist: News People Around the World*. Cresskill: Hampton Press, 1998.

Weber M. *Le premier des sujets (1910) // Reseaux*. 1992. № 51.