

телевидение сегодня как источник необходимой информации равнозначно высоко воспринимается представителями всех профессиональных групп, то пресса, в свою очередь, имеет ярко выраженные целевые аудитории. Это представители силовых структур (82 %), работники бюджетной сферы (66 %), трудоспособное сельское население (62,5 %). Среди приоритетных функций прессы население в первую очередь выделяет информирование о деятельности власти и последних событиях в стране и мире (Белорусская национальная медиасреда 2011). Именно эти категории и составляют значительную часть аудитории региональных СМИ, а сама местная пресса выполняет прежде всего упомянутую функцию, что обуславливает как необходимость совершенствования региональных изданий, так и актуальность научных и социологических исследований с целью определения параметров функционирования и конкурентоспособности местной прессы в условиях современного информационного рынка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск, 1985.
Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики. Ростов н/Д., 2008.
Белякова В. Место и роль областной прессы в национальном медиаландшафте // Региональная пресса: традиции, вопыт, перспектывы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф. Мінск, 2007.
Белорусская национальная медиасреда: Социологический аспект. Минск, 2011 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.iac.gov.by/nfiles/000019_295125.pdf. Дата доступа: 22.11.2012.
Вороненкова Г. В. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии (исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). М., 2011.
Закон о печати и других СМИ Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://medusa.com.by/laws/media_01.html. Дата доступа: 23.11.2012.
Закон о СМИ Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10800427&p2={NRPA}>. Дата доступа: 23.11.2012.

Поступила в редакцию 21.01.13.

Наталья Вячеславовна Тумилевич – старший преподаватель кафедры периодической печати Института журналистики БГУ.

УДК 159.9:070

Н. А. ФЕДОТОВА, А. Ю. КУЗЬМИНОВА

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИИ И ПЕРВИЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПРОФЕССИИ У БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

Резюме. Посвящена изучению мотивации и первичных представлений о профессии будущих журналистов. Рассмотрены тенденции, которые выявлены российскими исследователями, изучающими мотивацию профессионального выбора студентов. Представлены результаты опросов, проведенных на факультете журналистики Института журналистики БГУ сотрудниками СНИЛ «Медиапсихолог» в 2012 г. и которые являются первым исследованием в этом направлении. Обсуждаются также перспективные сферы работы психологической лаборатории.

Ключевые слова: опрос; журналистика; мотивы; мотивация профессионального выбора; представления о профессии.

Abstract. The article focuses on the primary motivation and understanding of profession among the future journalists. The text includes several tendencies that are revealed by Russian scientists who study the motivation of proforientation of students. The authors presented the results of the polls, which were held at the Faculty of Journalism by participants of the Laboratory «Mediapsychologist» in 2012. Its research achievements are innovative in this sphere. The article also identifies perspective directions of the work of the psychological lab.

Key words: poll; journalism; motives; motivation and understanding of the profession.

Журналистика – профессия многогранная и противоречивая. С одной стороны, это увлекательная, эмоционально насыщенная и значимая для общества работа. С другой – занятие журналистикой предполагает жесткие профессиональные требования, напряженную конкуренцию, специфический рабочий график, а также сложности, связанные с творческим поиском и самореализацией. Какой видят журналистику молодые люди, которые только начинают в ней себя искать? С какими представлениями о будущей профессии приходят они на факультет журналистики Института журналистики БГУ? Чем мотивирован выбор такой специальности? Предполагают ли абитуриенты, с какими препятствиями на пути к профессионализму они могут столкнуться?

Ответы на эти вопросы особенно важны для правильной профориентации абитуриента, качественной подготовки и самоподготовки студента, успешной работы специалиста в будущем. Нами предлагаются результаты исследований студенческой научно-исследовательской лаборатории «Медиапсихолог» (апрель – май 2012 г.), целью которых было выявление первичных представлений о профессии у будущих журналистов, а также мотиваций профессионального выбора и обучения в вузе.

Наблюдения специалистов обнаруживают существенные изменения взглядов на журналистскую деятельность. Л. Г. Свитич отмечает, что в 1960–1990-е гг. у начинающих журналистов среди мотивов выбора профессии лидировали ее литературно-творческий характер, романтичность, необычность, доступ в любые сферы и к разнообразным источникам информации, многообразию и увлекательности работ, общение с интересными людьми. В то же время по результатам опросов 1997 и 2002 гг. наиболее значительными мотивами были самовыражение, творческая самореализация, возможность пере-

формировать жизнь, рискованность, острота ощущений, динамизм. Кроме того, исследователь отмечает прагматизацию взглядов и уход от стремления служить обществу (см. Свитич 2006, 104–106).

Схожие тенденции наблюдаются в исследованиях ученых Саратовского государственного технологического университета. В 1980-е гг. абитуриенты выбирали журналистику прежде всего ради возможности служить обществу. Результаты исследований 2008 г. свидетельствуют о кардинальной смене приоритетов: на первое место среди мотивов выходит заработок, на второе – профессия как социальный лифт. На ее выбор все больше влияют образы, создаваемые массмедиа, которые нередко воспроизводят стереотипное видение журналистики, ограниченное потребностями того или иного сюжета. Таким образом, воздействие медиапродукции может обуславливать ошибочный выбор профессии (см. Фурсов 2009).

В Челябинском государственном университете было проведено исследование по выявлению мотивации абитуриентов факультета журналистики, изучались также самооценка испытуемых и уровень их агрессивности. Согласно результатам многие молодые люди не осознают своего профессионального выбора. Парадоксально, что при этом многие абитуриенты считают поступление на факультет журналистики самостоятельным шагом. Привлекательность журналистики большинство из них в первую очередь связывают с возможностью влиять на других людей, однако и изменение общества с помощью будущей профессии также играет большую роль для опрошенных. На третьем месте у челябинских абитуриентов – экстремальный характер профессии. Что касается хорошей зарплаты как мотива выбора будущей деятельности, число отметивших его крайне невелико. Такой результат, по мнению автора исследования, объясняется тем, что многих абитуриентов обеспечивают родители и потому они не особенно задумываются о своих финансах (см. Артишевская 2011).

На факультете журналистики интерес к такого рода исследованиям возник в самой студенческой среде. В 2009 г. первокурсники в социальной сети «ВКонтакте» провели импровизированный опрос: «Для чего вы учитесь в Институте журналистики БГУ?», в котором в 2009–2012 гг. приняли участие 492 чел. [http://vk.com/topic-2877836_14716836; дата доступа: 01.06.2012].

В результате большинство ответивших (29,47 %) считают, что главное для них – самореализация, а 23,7 % студентов мечтают стать известными журналистами, что, по сути, тоже можно считать формой самореализации. Авторы опроса не включили в него такие положения, как «помогать обществу, улучшить его», «работать в экстремальной, авантюрной профессии», «зарабатывать достойно», «заниматься творчеством» и т. п. Вероятно, для участников с такой мотивацией предназначался ответ «другое» (3,46 %). Вместе с тем предлагались и такие варианты: «получить диплом» (его выбрали 12,6 % участников), «получить знания» (8,33 %), «получить НУЖНЫЕ знания [выборочные, кроме определенных предметов]» (6,1 %), «попасть в телевизор» (7,52 %).

В апреле 2012 г. студенческая научно-исследовательская лаборатория «Медиапсихолог» провела анкетирование слушателей подготовительных курсов Института журналистики БГУ. В нем приняли участие 45 чел. (более 50 % слушателей подготовительных курсов). Следовательно, полученные результаты отражают мнение большей части потенциальных студентов.

Опрос показал, что для большинства абитуриентов журналистика – это осознанный, самостоятельный выбор. Всего 6,7 % из них поступают по совету родителей, и только 2,2 % выбирают журфак из-за того, что среди экзаменов нет математики. Никто из опрошенных не считает свое поступление случайным или «за компанию» («так получилось», «сюда поступает моя подруга/друг» – 0 %). Другие причины выбора профессии назвали 8,9 % опрошенных: «нравится мне это»; «верю, что стану в этом лучшим»; «открыла справочник и поняла, что это судьба»; «однбокость государственных и оппозиционных СМИ, есть желание изменить мир».

В деятельности журналиста большую часть абитуриентов привлекает возможность улучшить жизнь общества (57,8 %). Одинаковое количество опрошенных (по 28,9 %) хочет попробовать себя в экстремальной профессии и сделать карьеру. Вместе с тем только единицы (2,2 %) считают, что занятие журналистикой гарантирует достойную зарплату. Многие абитуриенты, выбирая профессию журналиста, стремятся к власти и влиянию на людей (26,7 %). Столько же опрошенных выдвигают собственные версии привлекательности профессии: ее творческий характер, динамичность, новое в каждом рабочем дне, потребность общения с людьми, возможность высказаться, самореализоваться, улучшить навыки работы со словом, получить новую информацию, обрести возможность попасть куда угодно, заниматься любимым делом и чувствовать себя на своем месте.

На вопрос: «Что такое журналистика?» – абитуриенты отвечали: «род занятий по предоставлению информации» (28,9 %); «возможность расширить кругозор общества, делиться мнениями» (15,6 %); «вид творчества» (8,9 %); «4-я власть, контроль власти» (8,9 %); «интересная профессия» (6,7 %); «образ жизни» (6,7 %); «профессия будущего» (4,4 %); «мое будущее» (4,4 %). Среди определений журналистики встречаются также: «литература на бегу»; «профессия, которая никогда не стоит на месте»; «возможность получить информацию»; «искусство объяснять другим, чего сам не понимаешь»; «преподнесение информации с целью изменить мнение “простых смертных”»; «профессия, которая может изменить мир к лучшему»; «возможность быть на месте событий».

На наш взгляд, перечисленные ответы свидетельствуют о том, что абитуриенты имеют весьма упрощенное представление о профессии журналиста. Зачастую они схватывают только одну, понравившуюся, грань журналистской работы и при определении сути профессии заменяют целое его

частью. Очевидно, важную роль в их представлении о журналистике играют стереотипы, растиражированные афоризмы и цитаты.

Самым большим достижением в профессии 20 % опрошенных считают признание людей; для 17,5 % значима возможность помогать обществу; для 10 % – это перспектива трудоустройства, сотрудничества с различными изданиями; 15 % хотели бы видеть себя в роли главного редактора какого-либо издания; 12,5 % – создать свой печатный орган; 7,5 % хотят стать медиаперсонами – ведущими теле- и радиопрограмм; по 5 % респондентов главным в профессии считают развитие у себя новых навыков, достижение личных целей, профессионализм, самореализацию, участие в международных журналистских конкурсах и получение премий. Также 5 % опрошенных уверены, что самого большого достижения в профессии не бывает вообще, столько же абитуриентов полагают, что на данный момент для них главное – поступить в университет.

Перечислим другие ответы о перспективах в профессии: «путешествовать по миру»; «рассказать то, что скрыто»; «работать за рубежом»; «повысить посещаемость блога с 5–8 до 100 тыс. чел. в месяц»; «сотрудничать с радиостанцией “Радиус-FM”, зарубежными СМИ, в частности телеканалом National Geographic».

Как известно, наличие цели мотивирует человека на конкретные действия для ее осуществления. Следовательно, предполагаемые достижения абитуриентов, по сути, выявляют те мотивы, которые «ведут» их в журналистику. Так, в большинстве своем эти мотивы находятся в прагматической плоскости, в частности, предполагают реализацию собственных амбициозных, честолюбивых, карьерных замыслов и устремлений. В то же время социально значимый мотив, связанный с возможностью улучшить жизнь общества, остается на периферии в перечне устремлений абитуриентов журфака.

В ходе исследования абитуриентам было предложено дать пять ассоциаций, с которыми у них связано слово «журналист». «Лидеры» этого перечня следующие: «газета» (20 %); «блокнот, ручка, коммуникабельность» (17,5 %); «диктофон» (15 %); «общение, информация, новости, телевидение» (12,5 %); «интервью, СМИ, оперативность, целеустремленность» (10 %); «статья, репортаж, радио, творчество, правдивость, эмоциональность, ум, смелость» (7,5 %). Интересно, что с Интернетом журналистика ассоциируется всего у 2,5 % респондентов.

Опрос показал, что профессия журналиста привлекает людей творческих и разносторонних. На вопрос: «В какой профессии, кроме журналистики, вы могли бы себя проявить?» – 15,6 % ответили, что видят себя актерами театра и кино; по 13,3 % – педагогами или музыкантами; 11,1 % – психологами, столько же предпочли бы работать в рекламном бизнесе; по 8,9 % – могли бы выбрать филологию, фотографию, историю, а также дизайн и архитектуру; по 6,7 % участников опроса – это потенциальные переводчики, литераторы, программисты и юристы; 4,4 % видят себя режиссерами; по 2,2 % – художниками, культурологами, дипломатами, исследователями и бизнесменами. Достаточно большое число абитуриентов (13,3 %) считают, что журналистика – единственная профессия, которая им подходит.

Что касается образа идеального журналиста, абитуриенты назвали фамилии профессионалов, работающих как в отечественных, так и зарубежных СМИ: Д. Курьян, А. Нестеров, Г. Лободенко, П. Якубович, Э. Фихтелиус, Д. Кулик, Л. Парфенов, А. Зимовский, А. Аверков, А. Серебренников, К. Каверин, А. Найденов, Н. Кривец, Н. Гальперович, Т. Гулевич, Л. Кинг, Э. Хромченко, А. Винтур, И. Кабышева, Л. Рублевская, Д. Рэндалл, И. Аленина, В. Пепеляев, Б. Келлер. Несмотря на значительный перечень фамилий, третья часть опрошенных считают, что идеальных журналистов нет и быть не может, 6,7 % утверждают, что идеальный журналист – это собирательный образ, обладающий качествами, позволяющими наилучшим образом выполнять свою работу. Вместе с тем 4,4 % уверены, что именно они станут тем идеалом, на который смогут равняться другие.

В мае 2012 г. студенческой научно-исследовательской лабораторией «Медиапсихолог» была изучена мотивация обучения в вузе выпускников Института журналистики (по методике Т. И. Ильиной). В опросе приняли участие 88 чел., 11 заполненных анкет были забракованы при обработке результатов. Методика, которой мы воспользовались, позволила определить мотивацию студентов по трем шкалам: «Приобретение знаний» (стремление к приобретению знаний, любознательность); «Овладение профессией» (желание овладеть знаниями и сформировать профессионально важные качества); «Получение диплома» (возможность приобрести диплом при формальном усвоении знаний, поиск обходных путей при сдаче экзаменов и зачетов). Преобладание мотивов по первым двум шкалам свидетельствует об адекватном выборе студентом профессии и удовлетворенности ею.

Однако в нашем случае у опрошенных решающими были мотивы по шкалам «Приобретение знаний» и «Получение диплома». Данные результаты можно интерпретировать как общую неудовлетворенность выпускников профессией, которую они выбрали. Ориентацию на приобретение знаний и получение диплома без упора на профессиональные навыки можно понимать как стремление студентов журфака иметь высшее гуманитарное образование вне «привязки» к журналистской специальности в дальнейшем. Согласно распространенному мнению человек с дипломом о высшем образовании имеет больше шансов на карьерный рост и высокий общественный статус. Специфика выявленной мотивации может также свидетельствовать о стремлении студентов удовлетворить свои амбиции за счет причастности (иногда мнимой и демонстративной) к журналистскому сообществу. На наш взгляд, приоритет мотивов, связанных с получением знаний и диплома журналиста, над стремлением овладеть профессией говорит о том, что большинство опрошенных ориентированы скорее на то, чтобы называться журналистом, чем на то, чтобы действительно журналистом быть.

Подводя итоги наших исследований, можно сделать вывод, что для абитуриентов факультета журналистики возможность самореализоваться, найти себя в жизни и достичь определенных высот имеет первостепенное значение. При этом журналистика видится им профессией, которая наделяет властью, предполагает уважение, почет со стороны окружающих и дает возможность изменить мир, в том числе через доступ в закрытые для большинства людей сферы. Примечательно, что в перечне выявленных мотивов у абитуриентов лидирующие позиции занимает не заработок, а желание помогать обществу. Однако сопоставление результатов исследования с данными опроса, проведенного студентами «ВКонтакте», наводит на мысль, не имеем ли мы дело с эффектом фасада. Не стремятся ли испытуемые показать себя с наилучшей стороны и дать социально приемлемые ответы?

Так, на вопрос: «В какой профессии, кроме журналистики, вы могли бы себя реализовать?» – большинство абитуриентов ответили, что они выбирают профессии, связанные с презентацией/самопрезентацией, трансляцией образов и знаний, а также с желанием влиять на людей (актер, музыкант, педагог, рекламщик, психолог и др.). Вместе с тем незначительное число опрошенных называют профессии, которые имеют отношение к интерпретации, анализу информации и погружению в свое дело (бизнесмен, исследователь, культуролог, переводчик и т. п.). Выбор в качестве кумиров известных медиаперсон Беларуси и зарубежья отчасти подтверждает эту тенденцию. «Очарование публичностью», на наш взгляд, можно объяснить существованием стереотипных представлений о профессии, когда образу журналиста приписываются черты успешного информатора, влиятельной «звезды» эфира, популярного по умолчанию или идущего к этой популярности всеми возможными способами. Как показывают результаты исследования, с целеустремленностью профессия журналиста ассоциируется только у 10 % опрошенных, ассоциативные связи с творчеством, правдивостью, активностью, умом возникают у еще меньшего количества абитуриентов.

В заключение отметим, что работа, связанная с различными формами психологического сопровождения студентов, будет продолжена. Планируется, что психологическая лаборатория займется лонгитюдными исследованиями в области профессиональных интересов журналистов с целью формирования в процессе обучения социальной зрелости выпускников. Содержательную часть данного сопровождения составят: разработка и/или адаптация инструментария исследования, обработка результатов; мониторинг учебного процесса студента для выявления мотивации, самооценки, уровня притязаний, ценностных ориентаций и т. д.; практическая работа со студентами, состоящая из тренингов, встреч с практикующими журналистами и психологами, участие студентов в научных исследованиях, индивидуальные консультации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Артишевская Т. М. Аналитическая справка о результатах психологической диагностики абитуриентов факультета журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования: научный журнал. 2011. № 2. С. 78–82.
 Свитич Л. Г. Введение в специальность: Профессия: журналист: учеб. пособие. М., 2006.
 Фурсов А. Влияние стереотипов на выбор школьниками профессии журналиста // Журналістыка-2009: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 65-годдзю факультэта журналістыкі БДУ (Мінск, 3–4 снеж. 2009 г.). Мінск, 2009. Вып. 11. С. 447–449.

Поступила в редакцию 11.02.13.

Наталья Александровна Федотова – кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии журналистики Института журналистики БГУ.

Алеся Юрьевна Кузьмина – студентка 5-го курса факультета журналистики Института журналистики БГУ.

УДК 070:791+791.072.3

Л. П. САЕНКОВА

КИНОКРИТИКА И КИНОЖУРНАЛИСТИКА: ТИПОЛОГИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Резюме. Анализируются особенности развития кинокритики – важной части медиаконтента, подчеркивается аналитическое начало как необходимое свойство этого вида творческой деятельности, обращается внимание на публицистическо-научную природу кинокритики. Рассматриваются причины изменения онтологических качеств кинокритики и трансформации ее в новый вид журналистской практики – киножурналистику, которая представляет собой новый опыт кинокритики в условиях социокультурной эволюции и доминирования рекреативного начала в журналистике. Отмечается закономерность появления этого понятия вместе с такими, как «театральная журналистика», «музыкальная журналистика» и «литературная журналистика». Впервые дается определение термина «киножурналистика», обосновываются различия между киножурналистикой конца 1990-х гг. и первого десятилетия XXI в. Подчеркивается, что эта часть журналистской практики постепенно приобретает черты самостоятельного вида творческой деятельности.

Ключевые слова: кинокритика; публицистичность; журналистика; социокультурная трансформация; контекст; киножурналистика.

Abstract. Peculiarities cinema critic as a main part of media been analyzed in the article. Analytical, publicist and scientifically qualities as a necessary properties of this are paid attention. The article is aimed the modifications of the cinema critic's ontological features and its transformation to the new kind of the journalistic practice – cinema journalistic. Cinema journalistic is considered as a new experience of cinema critic during social-culture transformations and domination of the recreativity principles in the journalism. Regularities of this notions appearance at the same time when the notions emerged like these «theater journalistic», «musical journalistic», «literature journalistic» are accented. For the first time the notion «cinema journalistic» is defined. The differences between cinema journalistic at the