

**Профессиональные грехи в сознании студентов факультета журналистики**

**Дерябина Анна Сергеевна**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: anna\_deryabina@hotmail.com*

Мы живем в эпоху, когда рынок СМИ пестрит множеством самых разнообразных изданий. Это приводит к тому, что конкуренция, существующая между СМИ одного типа, обостряется. Редакторы и журналисты в погоне за читательской аудиторией порой готовы вести не совсем честную борьбу и использовать манипулятивные приемы, а также нарушать нормы профессионально этики.

Данное исследование ставило перед собой задачу выяснить, как студенты факультетов журналистики разных вузов относятся к профессиональным грехам: какие из них считают страшными, а какие - допустимыми. В основу исследования легла гипотеза о том, что студенты слабо представляют себе, что может и чего не должен делать журналист. Это исследование стало частью большой работы, посвященной изучению мотивов и ценностей студентов, выбравших в качестве своей будущей профессии журналистику.

Методологически работа базировалась на исследовании, которое в 1995 году провела Психологическая служба редакции газеты «Российские вести». В нее входили студенты и аспиранты факультета журналистики МГУ под руководством проф. Е.И. Пронина и проф. Е.Е. Прониной. Тогда специалистами в области медиапсихологии были предложены и верифицированы системно сопоставленные типы личности людей, включенных в массовую коммуникацию [2].

Наша исследовательская группа (в нее вошли Анна Дерябина и Мария Цыганкова под руководством профессора Е.И. Пронина) гипотетически определила восемь качеств, каждое из которых, по общему мнению, способно сделать из человека журналиста. Такими качествами стали амбициозность, общительность, оригинальность, корректность, авантюризм, эрудированность, протестность, беззаботность. Деление было нужно для того, чтобы определить, как та или иная группа реагирует на профессиональные грехи. Студенты сами выбирали, какой группе они хотят принадлежать.

Для проведения исследования была составлена анкета. В анкетировании приняли участие 179 студентов факультетов журналистики МГУ, РУДН и европейских вузов.

Для проведения данного исследования было выбрано медиапсихологическое обследование аудитории, поскольку медиапсихологическому исследованию важен человек, включенный в массовую коммуникацию. Важен и тот факт, что медиапсихология рассматривает массовую коммуникацию как личностную проблему [1].

Студенты должны были ответить на вопрос, звучавший следующим образом: «За что журналисту придется просить прощения у Бога?». Им были предложены девять вариантов ответов, которые нужно было проранжировать по возрастающей.

Варианты звучали следующим образом:

- 1) за то, что интриговал читателя без надобности;
- 2) за то, что в экстренной ситуации не помогал пострадавшим, а делал репортаж;
- 3) за то, что использовал манипулятивные приемы, чтобы воспитать в читателе «разумное, доброе, вечное»;

- 4) за то, что не задумывался о результатах своей деятельности;
- 5) за то, что навязывал читателю собственное (правильное!) мнение;
- 6) за то, что смотрел на ситуацию только с одной стороны;
- 7) за то, что делал главной целью своей работы саморекламу;
- 8) за то, что шел на компромисс с властью ради защиты чьих-либо интересов;
- 9) за написание заказных материалов.

Для того, чтобы оценить, считают ли студенты нарушение важных профессиональных этических норм грехами журналиста, нашей исследовательской группе было необходимо самой определить, нарушение каких норм допустимо, а каких - нет. Для этого мы составили нашу собственную ранжировку. Выше она представлена как раз в том порядке, в каком мы ее определили (по возрастанию). Мы исходили из того, что, например, если журналист в экстренной ситуации делал репортаж, то он исполнял свой профессиональный долг, поэтому ему особо не в чем виниться перед Богом. А написание заказных материалов - это вполне осознанное введение читателя в заблуждение, которое может привести к психологической травме. Поэтому этот грех, по мнению нашей исследовательской группы, самый страшный.

Обработку данных исследовательская группа вела с помощью программы математического измерения результатов SPSS Statistics. Она предназначена для обработки данных исследований социальных наук и позволяет верифицировать полученные наблюдения [3].

Программа SPSS высчитала сумму баллов для каждого респондента по степени соответствия его ответов на вопрос о профессиональных грехах нашей шкале. На основании этих результатов было решено присвоить каждому респонденту ранг, в зависимости от степени соответствия его моральных убеждений профессиональным этическим нормам.

Анализ ответов респондентов показал, что например, «амбициозно-общительная» группа респондентов, которая по сложившемуся портрету выглядит не очень привлекательной, на самом деле остро реагирует на ложь и не приемлет написания заказных материалов. «Авантюристы» (для которых, кажется, главное - выставить на первый план свою собственную персону) отказываются использовать манипуляцию, пусть даже в благих целях, идти на компромисс с властью и писать заказные материалы. А «корректные», которым важно понимать, что они делают и зачем, принимать во внимание несколько точек зрения, оказываются способными идти на компромисс с властью, навязывать читателю собственное мнение, использовать манипуляцию. «Эрудированные» же, которые очень высоко ценят правдивую информацию и осознают важность ее получения читателем, не считают написание заказных материалов самым страшным грехом журналиста.

В результате анализа выяснилось, что большая часть респондентов считает страшным не задумываться о результатах собственной деятельности. Это говорит о том, что студенты осознают ту высокую долю ответственности, которую журналист несет перед обществом. Однако это же исследование показывает, что и то, какими должны быть эти результаты, каждая конкретная группа, каждый отдельный респондент понимает по-своему. Это создает трудность в составлении цельного собирательного образа современного журналиста и дает широкий материал для дальнейших исследований.

### Источники и литература

- 1) Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М., 2003.

- 2) Психологическая служба редакции газеты «Российские Вести» Граждане, послушайте//Российские Вести. 1996, окт. С. 4-5.

**Слова благодарности**

моему первому научному руководителю Пронину Е.И.