

Профессиональная идентичность журналиста в условиях гибридной медиасистемы

А. Ю. Колянов✉

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия*

✉aikolianov@etu.ru

Введение. Статья посвящена анализу особенностей профессиональной идентичности журналиста в контексте современной медиасистемы. Интеграция новых технологий в журналистику запустила процессы конвергенции способов доставки информации, а на сущностном уровне – гибридизации медиа. Концептуализация профессиональной идентичности журналиста обосновывается интерпретацией особенностей информационной среды как предпосылки и результата формирования личности журналиста в современных условиях. В связи с этим предлагается понятие «гибридная идентичность», означающее сочетание традиционных и новых журналистских практик, возникших в результате слияния журналистики с современными цифровыми технологиями.

Методология и источники. В статье на основе дискурс-анализа теоретических и практических исследований Э. Чедвика, М. Кастельса, Д. Уивера, Н. Фентон, Э. Лаук, П. О’Доннел, Э. Холтона, Х. Орнебринга, анализа документов (докладов и отчетов ЮНЕСКО, Международного института прессы), опросов общественного мнения (ВЦИОМ), включенного наблюдения, контент-анализа англоязычных и русскоязычных текстов общественно-политических изданий моделируется профессиональная действительность современной журналистики и концептуализируется профессиональная идентичность журналиста.

Результаты и обсуждение. Исследования в России, Европе и США показывают, что с размытием границ между сетевой, личной и корпоративной ролями профессиональная самоидентификация затрудняется и формируется гибридная идентичность, состоящая подчас из взаимоисключающих ценностных компонентов. Можно предположить, что трансформация структуры профессиональной идентичности неизбежно повлияет на составляющие профессионализма в будущем.

Заключение. К факторам, влияющим на идентичность современного журналиста, можно отнести профессиональный контекст и специфику организации, в которой трудится журналист, а также технологический компонент, вынуждающий журналиста осваивать новые способы и платформы продвижения информации. В условиях гибридизации медиасистемы смешение традиционных ориентаций с новыми, возникшими в результате интеграции в журналистские практики цифровых технологий, приводит к формированию гибридной идентичности, характеризующейся парадоксальностью ценностных сочетаний.

Ключевые слова: журналистика, профессиональная идентичность, гибридная медиасистема, новые медиа, гибридная идентичность.

Для цитирования: Колянов А. Ю. Профессиональная идентичность журналиста в условиях гибридной медиасистемы // ДИСКУРС. 2020. Т. 6, № 4. С. 62–72. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-4-62-72

© Колянов А. Ю., 2020

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Конфликт интересов. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 02.06.2020; принята после рецензирования 12.07.2020; опубликована онлайн 26.10.2020

Professional Identity of Journalist in Hybrid Media System

Alexey Yu. Kolianov✉

Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

✉aikolianov@etu.ru

Introduction. This paper analyzes how the journalists' professional identity is changing in the reality of hybrid media system. Understanding of journalists' professional identity is based upon the conclusion that information environment is building the journalists' characters today. The mixing of media and digital technologies leads to the hybridization of media in its basis. Journalist's activities within the present media system lead to contradictory and sometimes odd effects.

Methodology and sources. The comparison and generalization of expert interviews, public opinion polls and official documents and media texts were applied. Content analyses of journalist's papers and discourse analysis of theoretical studies were also used to study the professional identity of journalists.

Results and discussion. In this paper we try to answer how does the global digital environment affect the conditions, goals and effects of journalist's professional activities? How the journalist's professional activity changes? What characteristics of journalist should be included in the professional identity that appears in the hybrid media system? We consider such factors affecting political journalists' self-identification as recruiting organization and its founders' proximity to the power structures, pool of experts, party allegiance and journalist's skills including the level of technological equipment and understanding the modern network principles of the life of information.

Conclusion. Due to the increasing amount of information social uncertainty is rising and it is becoming harder and harder to forecast media impact on the public consciousness. Studies among journalists in Russia, Europe and USA show that professional self-identification is blurred within personal, professional and virtual roles and results in hybrid identity that sometimes consists of mutually exclusive values. It is possible to suggest that structure changes in professional identity structure will affect the components of professionalism in the future.

Key words: journalism, professional identity, media system, new media, hybrid identity.

For citation: Kolianov A. Yu. Professional Identity of Journalist in Hybrid Media System. DISCOURSE. 2020, vol. 6, no. 4, pp. 62–72. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-4-62-72 (Russia).

Conflict of interest. No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 02.06.2020; adopted after review 12.07.2020; published online 26.10.2020

Введение. Статья посвящена анализу особенностей профессиональной идентификации политического журналиста в контексте современной медиасистемы. Вопрос об особенностях профессиональной идентификации журналистов важен, поскольку в связи с кризисом социальных коммуникаций в последние десятилетия часто говорят о качественных изменениях в информационной реальности. Интеграция новых технологий в журналистику запустила процессы конвергенции способов доставки информации, а на сущностном уровне – гибридизации медиа. Перемены в журналистской работе диктуются новым качеством

информационной и технологической среды. С увеличением доступности информации в социуме растет уровень неопределенности, что упрощает возможность влияния на общественное сознание. К факторам, влияющим на идентичность современного журналиста, можно отнести профессиональный контекст и специфику организации, в которой трудится журналист, а также технологический компонент, вынуждающий журналиста осваивать новые способы и платформы продвижения информации. Исследования в России, Европе и США показывают, что с размытием границ между сетевой, личной и корпоративной ролями затрудняется профессиональная самоидентификация, формируется гибридная идентичность, состоящая подчас из взаимоисключающих ценностных компонентов. Это позволяет предположить, что трансформация структуры профессиональной идентичности неизбежно повлияет на составляющие профессионализма в будущем.

В настоящей статье мы пытаемся ответить на следующие вопросы: какие изменения происходят в профессиональной действительности журналиста? Как глобальная информационная цифровая среда влияет на условия, цели, средства и образцы профессиональной деятельности политического журналиста? Какие профессиональные и личностные характеристики политического журналиста должны быть учтены в концептуализации профессиональной идентичности журналиста, формирующейся в гибридной медиасфере?

Целями работы являются анализ особенностей самоидентификации политического журналиста в условиях гибридизации медиасистемы и концептуализация профессиональной идентичности политического журналиста.

На основе сравнения, интерпретации, обобщения данных экспертных интервью, опросов общественного мнения, включенного наблюдения, анализа документов, контент-анализа медиатекстов, дискурс-анализа теоретических исследований моделируется профессиональная действительность современной журналистики и концептуализируется профессиональная идентичность политического журналиста.

Методология и источники. Важнейшие процессы мировой системы массовой коммуникации – конвергенция, глобализация и дигитализация – к началу второго десятилетия XXI в. привели к тому, что журналистика как вид социально значимой деятельности рассредоточилась на разных уровнях [1]. Социально-политические трансформации и универсализация экономических систем сделали возможной постановку вопроса о глобальной журналистике. Исследования журналистов в контексте глобального характера их профессии проводятся систематически [2, 3]. В эмпирических исследованиях и теоретических обобщениях осмысляются ролевая и профессиональная идентификация журналистов. Не вызывает сомнений одно измерение, общее для разных национальных и региональных журналистских практик, – коммерческое. Вместе с тем утверждается, что отсутствует комплексный научный подход, связывающий характеристики журналистов, их отношение к своей профессии, особенности организаций, производящих новостной контент, а также социальные влияния – с характером и спецификой сообщений, которые производят журналисты. К концу 2010-х гг. в исследованиях качественной стороны медиасистем, журналистов и их профессионального самоощущения внимание, направленное на коммерческую сторону процесса, все чаще обращается к технологическим факторам [4, 5]. В то же время пока редки попытки осмысления, концептуализации и моделирования формирующегося качества современной журналистики. В целом создается впечатление, что журнализм эволюционирует в соответствии с

логикой постиндустриального развития, несмотря на публичную переоценку значения коммуникационных технологий, а ключевой деятельностью признаются постановка и решение задач по адаптации в постоянно меняющихся условиях, для чего необходимы новые тактики, концепции и организационные структуры. Пытаясь удовлетворить запросы профессиональной среды и аудитории, образовательные учреждения вводят новые программы, нацеленные на формирование компетенций, востребованных в мультимедийной и цифровой журналистике [6].

Перемены в журналистской работе и ее результатах диктуются новым качеством информационной и технологической среды. В 2010-е гг. в Интернете получили распространение специфические коммуникативные практики (буллинг, троллинг) и квазиформы социальной информации (фейки, медиавирусы и т. д.), наводящие на мысль о том, что происходящее в журналистской деятельности может быть рассмотрено в постмодернистской логике распада информационной реальности на многочисленные субъективные первоисточники (пост-правда). Однако к концу десятилетия наметилась тенденция возврата к ценностям объективности и достоверности информации. Если ранее степень доверия к традиционным медиа начала снижаться с увеличением количества мнений и комментариев в их содержании, то пришедшие в качестве альтернативы способы производства и распространения общественно значимой информации через социальные сети и мессенджеры довольно быстро были сняты аудиторией со счетов из-за нагнетания социальных страхов и тревожности во время критических событий. Особенно остро это проявилось в период пандемии коронавируса в первой половине 2020 г., когда именно в социальных сетях распространялась информация о дефиците продуктов и медикаментов.

На этом фоне ренессанс доверия испытывают официальные источники информации, максимально приближенные к экспертной оценке и центрам принятия решений (правительства, научные институты, профессиональные организации и т. д.). Только в Российской Федерации согласно данным ВЦИОМ с 2014 г. по май 2020 г. доля телевидения в медиапотреблении снизилась на 14 % (с 60 до 46 %), доля радио снизилась на 3 % (с 5 до 2 %) и доля газет – на 6 % (с 7 до 1 %). При этом доля аналитических интернет-сайтов выросла на 3 % (с 23 до 26 %), учитывая снижение до 16–18 % в исследуемый период. Доля блогов и социальных сетей увеличилась на 9 % (с 6 до 15 %). Согласно данным того же исследования степень доверия россиян к отечественным традиционным СМИ в конце весны 2020 г. составляла 54 %, а зарубежным источникам доверял каждый десятый опрошенный. Примерно четверть призналась в доверии социальным сетям и 15 % – мессенджерам [7].

В мае 2020 г. ЮНЕСКО опубликовала доклад, приуроченный к Всемирному дню свободы печати. В тексте доклада ссылкой на исследования различных международных организаций были указаны данные машинного анализа контента социальных медиа, посвященного теме пандемии. Из 112 млн постов социальных сетей на 64 языках примерно 40 % содержали информацию из ненадежных источников. Около 42 % сообщений в Twitter были сгенерированы ботами и 40 % содержали непроверенную информацию. Около трети опрошенных пользователей социальных сетей сообщили о том, что стали свидетелями фальсификаций и ложных сообщений. Подобная ситуация была охарактеризована ЮНЕСКО как «эпидемия дезинформации» (disinfodemic). Также в докладе сообщалось, что при увеличении роли достоверной информации участились претензии по отношению к журнали-

стам и нападки на них [8]. По состоянию на 1 июня 2020 г. Международный институт прессы зафиксировал 232 случая нарушения прав журналистов, связанных с пандемией COVID-19. В перечень нарушений вошли аресты, штрафы, воспрепятствование доступу к информации, цензура, чрезмерное наказание за фейки и ложные сведения, вербальное и физическое насилие [9].

Доступность огромных массивов информации, в свою очередь, привела к возникновению в работе традиционных медиа новых практик, связанных с проверкой и фиксацией информации (фактчекинг, журналистика данных и скриншотов и др.), вынуждающих сотрудников медиа сменять прежние роли «новостных привратников» (gatekeepers) на «информационных наблюдателей» (gatewatchers) [10]. Западные теории прессы и массовой коммуникации, появившиеся после Второй мировой войны [11, 12], устаревают по мере того, как в различных медиа появляются новые способы производства информации, а вслед за ними и совершенно другая журналистика. Очевидна потребность в теоретико-методологических обоснованиях, позволяющих в целом изучать медиасистему на данном этапе развития.

Одной из наиболее функциональных западных теоретических разработок на сегодняшний день является концепция гибридной медиасистемы. Она была описана британским исследователем политических коммуникаций Эндрю Чедвиком. Согласно данной концепции развитие медиасистемы происходит не через простое изменение формы подачи контента (пресса, радио, телевидение, Интернет), а при помощи объединения и одновременного функционирования разных форм медиа. Производство информационных потоков и влияние на их содержание осуществляются именно в силу этой особенности развития медиасистемы. Ярче всего это проявляется в отношении политических элит, которым приходится приспосабливаться к новым медиареалиям. В результате возникает специфический эффект прозрачности, который на самом деле представляет собой постоянно обновляющееся и потому сбалансированное соотношение между открытой и закрытой информацией, конструирующее открытые и закрытые медиаподсистемы. Таким образом, эффектом конвергенции является гибридность [13]. Последствиями подобной трансформации выступают дисфункции, в первую очередь проявляющиеся в негативных эффектах социальных медиа. Для описания данной проблемы часто используются естественно-научные термины, в частности, биологические и экологические: «вирус» или «информационное загрязнение». Примечательно, что гендиректор Всемирной организации здравоохранения Тедрос Адханом Гебрейесус призвал не распространять слухи о коронавирусе в соцсетях. В дальнейшем исследователи констатировали, что информационные вирусы и паника, спровоцированная слухами, распространяются быстрее, чем биологический вирус [14].

К другим отрицательным сторонам функционирования медиасистемы в гибридных конфигурациях можно также отнести цифровое неравенство (разделение аудитории в зависимости от условий доступа к информации, в частности, при помощи абонентской платы или регистрации), снижение качества контента в угоду количеству и др.

Можно предположить, что существенные изменения журналистики могут привести к неоднозначным последствиям. С одной стороны, для медиа закономерен рост социальной ответственности, вызванный реакцией общественности. С другой – в условиях либеральной экономики необратима и коммерциализация любого, даже социально неодобряемого содержания [15].

Ученые сходятся во мнении, что в настоящее время медиасистема находится в состоянии кризиса. Испанский социолог Мануэль Кастельс рассматривает кризис современной медиасистемы в двух измерениях [16]. В первом измерении рассматривается несостоятельность существующих бизнес-моделей в сфере средств массовой информации, что вызывает опасение исследователей только постольку, поскольку чрезмерное преследование экономических интересов владельцами медиакорпораций может вредить журналистике, понимаемой в научном дискурсе как общественно значимый вид деятельности, осуществляемой во благо социума. В другом измерении ставится вопрос о том, нужна ли вообще традиционная журналистика сегодня. Новые формы производства информации, распространяемой в социальных медиа (журналистика участия, гражданская, публичная, народная журналистика и др.) могут вполне эффективно удовлетворять информационные запросы аудитории. Более того, новые формы более удобны для таргетирования и манипулирования поведением медиапотребителя. Некоторые исследователи напрямую задаются вопросом о нужности журналистов, в условиях, когда люди могут самостоятельно найти необходимую информацию, прямо ставят вопрос: а нужны ли журналисты? Как у исследователей, так и у самих журналистов возникает потребность в профессиональной идентификации тех, кто производит информационный контент для средств массовой информации.

Результаты и обсуждение. С трудностями при рассмотрении профессионального самоопределения журналиста в реалиях гибридной медиасистемы можно столкнуться уже при попытке осмыслить научные ракурсы для изучаемого предмета. На наш взгляд, профессиональная идентификация существует в двух плоскостях: ценностной (аксиологической) и антропологической. Когда мы анализируем только технические средства производства информации, мы избегаем трудностей определения критериев профессионализма. Но мы не можем их игнорировать, обращаясь к социальному содержанию журналистики и информационной среды. Именно поэтому, следуя конструктивистской интерпретации, мы будем рассматривать понятие «идентичность» (вместо менее стабильного «идентификация»), что позволит учесть такие важные особенности, как изменчивость, непостоянность, подверженность влиянию окружающих. Таким образом, другими словами, это понятие рассматривается не как «данность», а как «задача» [17]. Профессиональная идентичность может существовать на трех уровнях. Первый уровень учитывает социальные особенности среды, в которой формируется специалист; второй уровень связан с особенностями карьеры и индивидуальными качествами профессионала; третий уровень показывает, насколько жизненный путь индивида сформировал его ценности и приоритеты, а также стремление отождествляться с теми или иными профессиональными группами [18]. В англосаксонской научной традиции, где естественным контекстом для средств массовой информации является либерально-демократическая политическая система, в список базовых ценностей журналистского профессионализма традиционно включаются автономность, служение обществу, объективность, оперативность [19, 20]. В работах российских медиаисследователей журналист-профессионал прежде всего должен иметь творческую индивидуальность, быть компетентным и объективным. Поскольку журналистский профессионализм есть признаваемый сообществом результат профессиональной коммуникации, то понимается он дискурсивно. Именно в профессиональном дискурсе возникает и профессиональная идентичность.

Результаты глобальных и региональных исследований ценностных и профессиональных ориентаций журналистов свидетельствуют о возрастающем значении в профессиональной деятельности технологических и корпоративных ресурсов. В частности, профессиональная идентичность журналиста привязывается к контексту работы, а смена контекста ведет либо к уходу из профессии, либо к смене идентичности [21, 22]. Кроме того, журналисты идентифицируют себя с организацией [23]. Региональные различия в профессиональных ориентациях наблюдаются, как правило, между западными и постсоциалистическими странами, поскольку в последних даже традиционная профессиональная идентичность журналистов находится на стадии формирования, что связано с экономическими реалиями [24]. Так, в отдельных работах можно встретить выводы о том, что некоторым журналистам в развивающихся странах невыгодно принимать традиционный для западного общества набор профессиональных взглядов и ценностей, поскольку это приведет к потере дополнительных источников дохода [25]. Что же касается технологической составляющей, то необходимо отметить рост значимости овладения журналистом техническими навыками. В отдельных исследованиях, разделяющих журналистов по критерию принадлежности к традиционным или новым медиа, подчеркивается, что у журналистов новых медиа навыки использования сетевых платформ являются определяющими для достижения определенного профессионального эффекта в журналистике, а для работников традиционных медиа важность этих навыков растет.

Таким образом, к факторам, влияющим на профессиональную идентичность современного журналиста, помимо традиционных профессиональных ориентиров, можно добавить влияние профессионального контекста и специфики организации, в которой трудится журналист, а также технологический компонент, вынуждающий журналиста осваивать новые способы и платформы для продвижения информации. Последний фактор является крайне важным, так как затрагивает и профессиональную, и личную жизнь журналиста, тем самым оказывая непосредственное влияние на его самоидентификацию, поскольку теперь журналист должен вступать в коммуникацию не только реально, но и виртуально, тщательно конструируя сетевой образ и коммуникативные стратегии. В результате формируется виртуальная личность, когнитивный вектор поведения которой направлен на полное погружение в медиареальность и зависимость от медиа.

В духе известного утверждения канадского философа Маршала Маклюэна «medium is the message» логично предположить, что в виртуальной информационной системе рождается содержательно новый образ журналистики. Этот факт влияет как на результат журналистской работы, так и на профессиональную идентичность. В контексте гибридной медиасистемы формируется так называемая гибридная идентичность. Данный термин применяется в общественных и гуманитарных науках сравнительно недавно. В частности, в филологии так описываются речевая активность личности на границе двух или более культур или текст, использующий инструментарий нескольких символических систем. К последнему типу относятся реклама или комикс как пример креолизованного текста. В последнее десятилетие XX в. в политологических исследованиях можно было встретить «гибридность идентичности», заменившую «кризис идентичности». Ранее этим словосочетанием описывали тех, кто в силу различных обстоятельств (обычно эмиграции) сталкивался с необходимостью приживаться в контексте чужой политической культуры. В социальной философии

гибридная идентичность понимается как результат приспособления архаичных, традиционных структур и институтов к реалиям настоящего времени. В социологии личности можно встретить употребление описываемого термина для случаев одновременного самоопределения в двух реальностях: социальной и виртуальной. Тезаурус языка медиаисследований на текущий момент включает несколько «гибридных» понятий. Это, например, медиасистема, медиа, медиатекст. Мы предлагаем добавить в словарь и «гибридную идентичность», под которой понимается слияние традиционных и новых журналистских практик, возникших в результате слияния журналистики с современными цифровыми технологиями. Гибридной идентичности журналиста присуща в первую очередь парадоксальность ценностных сочетаний. Это могут быть как привычные независимость и непредвзятость в подаче материала, так и сознательная или бессознательная ангажированность экономическими или политическими корпорациями, намеренно искаженная подача информации (вирусность или нативность), провоцирование сетевой активности аудитории для увеличения трафика (конфликты, споры, троллинг) и т. д.

Автономность, объективность, достоверность и стремление к истине в деятельности журналиста характеризуют отношение «событие-описывающий», соответствующее классической профессиональной действительности журналиста. Гибридный характер профессиональной действительности журналиста выражает изначальную расщепленность, текучесть социально-экономических условий деятельности, в которую он включается как ее активный участник – политический комментатор. Он становится герменевтом знаков, намеков, признаков и мнений, освещает не события и факты, а темы и проблемы, включаясь в решение политических задач (выборы президента, губернатора; отбор тем, приоритетных для обсуждения; внимание к кумирам). Гибридность проявляется не только в смешении и подмене участников события, его условий и обстоятельств (fake news), но и в смешении времен: в подкладывании под настоящее будущего («жизнь как проект») или параллельного настоящего (игровое «параллельное время»).

Заключение. В данной статье предпринята попытка рассмотреть факторы, влияющие на профессиональную самоидентификацию современного журналиста, и предложить концептуализацию его идентичности в современных условиях. По мере того как смешение традиционных медиа с новыми платформами становится необратимым, постоянная расщепленность пространственных и временных характеристик медийных событий провоцирует раскол профессиональной идентичности журналиста, подталкивает его либо к коммерциализации успеха и уходу из профессиональной действительности, либо к утверждению себя в мировоззренческой традиции, ответственность за развитие которой он принимает на себя как профессионал и личность. Конфликт в профессиональной самоидентификации журналиста как актора глобальной информационной цифровой среды вызван сознанием исхода из традиции, транспрофессиональностью его деятельности и гибридизацией идентичности. Исследования профессионального «самочувствия» журналистов, моделирование профессиональной действительности современного журналиста, концептуализация его профессиональной идентичности выводят на междисциплинарное осмысление трансформации всей системы профессиональной стратификации современного общества и будущего институтов профессии и профессионального образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ruellan D. A Professional. Or How to Recognize One // Brazilian Journalism Research. 2017. Vol. 13, № 1. P. 7–19. DOI: 10.25200/BJR.v13n1.2017.978.
2. Weaver D., Wu W. The global journalist: News people around the world. N. J.: Hampton Press, 1998.
3. Willnat L., Weaver D. H., Choi J. The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies // Journalism Practice. 2013. Vol. 7, iss. 2. P. 163–183. DOI: 10.1080/17512786.2012.753210.
4. Carbasse R. Doing good business and quality journalism? Entrepreneurial journalism and the debates on the future of news media // Brazilian Journalism Research. 2015. Vol. 11. P. 256–277. DOI: 10.25200/BJR.v11n1.2015.816.
5. Fenton N. Post-Democracy, Press, Politics and Power // The Political Quarterly. 2016. Vol. 87, iss. 1. P. 81–85. DOI: 10.1111/1467-923X.12207.
6. Vartanova E., Lukina M. Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform // Journalism & Mass Communication Educator, 2017. Vol. 72, iss. 3. P. 274–284. DOI: 10.1177/1077695817719137.
7. Медиа и пандемия: что смотрят и кому доверяют россияне. URL: <https://www.sostav.ru/publication/media-i-pandemiya-43356.html> (дата обращения: 01.06.2020).
8. Journalism, press freedom and COVID-2019. UNESCO. URL: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_en.pdf (дата обращения: 10.06.2020).
9. COVID-19: Number of Media Freedom Violations by Region. International Press Institute. URL: <https://ipi.media/covid19-media-freedom-monitoring/> (дата обращения: 01.06.2020).
10. Deuze M., Witschge T. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism // Journalism. 2018. Vol. 19, iss. 2. P. 165–181. DOI: 10.1177/1464884916688550.
11. Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do. Urbana: Univ. of Illinois Press, 1963.
12. McQuail D. Mass communication theory: an introduction. London: Sage Publications, 1987.
13. Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford: Oxford Univ. Press, 2013. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001.
14. Alexander J. C. The Crisis of Journalism Reconsidered: Cultural Power // Fudan J. of the Humanities and Social Sciences. 2015. Vol. 8, iss. 1. P. 9–31. DOI: 10.1007/s40647-014-0056-5.
15. The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak / A. Depoux, S. Martin, E. Karafillakis et al. // J. of Travel Medicine. 2020. Vol. 27, iss. 3. P. 1–2. DOI: <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>.
16. Van der Haak B., Parks M., Castells M. The Future of Journalism: Networked Journalism Rethinking Journalism in the Networked Digital Age // International J. of Communication. 2012. Vol. 6. P. 2923–2938.
17. Jolley R. Seeing the future of journalism and its power // Index on Censorship. 2014. Vol. 43, iss. 3. P. 3–6. DOI: 10.1177/0306422014550968.
18. Hanitzsch T. Professional Identity and Roles of Journalists // Oxford Research Encyclopedia of Communication. 2017. URL: <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-95?print=pdf> (дата обращения: 01.06.2020). DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.95.
19. Ahva L. Public journalism and professional reflexivity // Journalism. 2013. Vol. 14, iss. 6. P. 790–806. DOI: 10.1177/1464884912455895.
20. Lauk E., Harro-Loit H. Journalistic Autonomy as a Professional Value and Element of Journalism Culture: The European Perspective // International J. of Communication. 2017. Vol. 11. P. 1956–1974. URL: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5962/2018> (дата обращения: 01.06.2020).

21. Nikunen K. Losing my profession: Age, experience and expertise in the changing newsrooms // *Journalism*. 2014. Vol. 15, iss. 7. P. 868–888. DOI: 10.1177/1464884913508610.
22. Sherwood M., O'Donnell P. Once a Journalist, Always a Journalist? // *Journalism Studies*. 2018. Vol. 19, iss. 7. P. 1021–1038. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1249007.
23. Holton A., Molyneux L. Identity lost? The personal impact of brand journalism // *Journalism*. 2017. Vol. 18, iss. 2. P. 195–210. DOI: 10.1177/146488491560881.
24. Lowrey W., Erzikova E. Post-objectivity and Regional Russian Journalism // *News with a View: Journalism beyond Objectivity*. Jefferson: McFarland Press, 2012. P. 135–152.
25. Örnebring H. Journalists, PR Professionals and the Practice of Paid News in Central and Eastern Europe: An Overview // *Central European J. of Communication*. 2016. V. 9, no. 1. P. 5–19. DOI: 10.19195/1899-5101.9.1(16).1.

Информация об авторе.

Колянов Алексей Юрьевич – кандидат политических наук (2007), доцент кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5, Санкт-Петербург, 197376, Россия. Автор 26 научных публикаций. Сфера научных интересов: политическая философия, история политических учений, мировая политика, медиафилософия. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0851-7878>. E-mail: aikolianov@etu.ru

REFERENCES

1. Ruellan, D. (2017). "A Professional. Or How to Recognize One", *Brazilian Journalism Research*, vol. 13, no. 1, pp. 7–19. DOI: 10.25200/BJR.v13n1.2017.978.
2. Weaver, D. and Wu, W. (1998), *The global journalist: News people around the world*, Hampton Press, N.J., USA.
3. Willnat, L., Weaver, D. H. and Choi, J. (2013), "The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies", *Journalism Practice*, vol. 7, iss. 2, pp. 163–183. DOI: 10.1080/17512786.2012.753210.
4. Carbasse, R. (2015), "Doing good business and quality journalism? Entrepreneurial journalism and the debates on the future of news media", *Brazilian Journalism Research*, vol. 11, pp. 256–277. DOI: 10.25200/BJR.v11n1.2015.816.
5. Fenton, N. (2016), "Post-Democracy, Press, Politics and Power", *The Political Quarterly*, vol. 87, iss. 1, pp. 81–85. DOI: 10.1111/1467-923X.12207.
6. Vartanova, E. and Lukina, M. (2017), "Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform", *Journalism & Mass Communication Educator*, vol. 72, iss. 3, pp. 274–284. DOI: 10.1177/1077695817719137.
7. *Media i pandemija: chto smotryat i komu doverjajut rossijane* [Media and the pandemic: what Russians watch and who do they trust] (2020), available at: <https://www.sostav.ru/publication/media-i-pandemiya-43356.html> (accessed 01.06.2020).
8. "Journalism, press freedom and COVID-2019", UNESCO, available at: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_en.pdf (accessed 10.06.2020).
9. "COVID-19: Number of Media Freedom Violations by Region", *International Press Institute*, available at: <https://ipi.media/covid19-media-freedom-monitoring/> (accessed 01.06.2020).
10. Deuze, M. and Witschge, T. (2018), "Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism", *Journalism*, vol. 19, iss. 2, pp. 165–181. DOI: 10.1177/1464884916688550.
11. Siebert, F.S., Peterson, T. and Schramm, W. (1963), *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*, Univ. of Illinois Press, Urbana, USA.
12. McQuail, D. (1987), *Mass communication theory: an introduction*, Sage Publications, London, UK.

13. Chadwick, A. (2013), *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford Univ. Press, Oxford, UK. DOI:10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001.

14. Alexander, J.C. (2015), "The Crisis of Journalism Reconsidered: Cultural Power", *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, vol. 8, iss. 1, pp. 9–31. DOI: 10.1007/s40647-014-0056-5.

15. Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A. and Larson, H., (2020), "The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak", *Journal of Travel Medicine*, vol. 27, iss. 3, pp. 1–2. DOI: <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>.

16. Van der Haak, B., Parks, M. and Castells, M. (2012), "The Future of Journalism: Networked Journalism Rethinking Journalism in the Networked Digital Age", *International Journal of Communication*, vol. 6, pp. 2923–2938, available at: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1750/832> (accessed 01.06.2020).

17. Jolley, R. (2014), "Seeing the future of journalism and its power", *Index on Censorship*, vol. 43, iss. 3, pp. 3–6. DOI: 10.1177/0306422014550968.

18. Hanitzsch, T. (2017), "Professional Identity and Roles of Journalists", *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, available at: <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-95?print=pdf> (accessed 01.06.2020). DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.95.

19. Ahva, L. (2013), "Public journalism and professional reflexivity", *Journalism*, vol. 14, iss. 6, pp. 790–806. DOI: 10.1177/1464884912455895.

20. Lauk, E. and Harro-Loit, H. (2017), "Journalistic Autonomy as a Professional Value and Element of Journalism Culture: The European Perspective", *International Journal of Communication*, vol. 11, pp. 1956–1974, available at: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5962/2018> (accessed 01.06.2020).

21. Nikunen, K. (2014), "Losing my profession: Age, experience and expertise in the changing newsrooms", *Journalism*, vol. 15, iss. 7, pp. 868–888. DOI: 10.1177/1464884913508610.

22. Sherwood, M. and O'Donnell, P. (2018), "Once a Journalist, Always a Journalist?", *Journalism Studies*, vol. 19, iss. 7, pp. 1021–1038. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1249007.

23. Holton, A. and Molyneux, L. (2017). "Identity lost? The personal impact of brand journalism", *Journalism*, vol. 18, iss. 2, pp. 195–210. DOI: 10.1177/1464884915608816.

24. Lowrey, W. and Erzikova, E. (2012), "Post-objectivity and Regional Russian Journalism", *News with a View: Journalism beyond Objectivity*, McFarland Press, Jefferson, USA, pp. 135–152.

25. Örnebring, H. (2016), "Journalists, PR Professionals and the Practice of Paid News in Central and Eastern Europe: An Overview", *Central European Journal of Communication*, Vol. 9, no. 1, pp. 5–19. DOI: 10.19195/1899-5101.9.1(16).1.

Information about the author.

Alexey Yu. Kolianov – Can. Sci. (Policy) (2007), Associate Professor at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5 Professora Popova str., St Petersburg 197376, Russia. The author of 26 scientific publications. Area of expertise: political philosophy, history of political doctrine, world politics, media philosophy. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0851-7878>. E-mail: aikolianov@etu.ru