

На правах рукописи

Мезенцева Алена Владимировна

**ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛИСТА**

Специальность: 10.01.10 – Журналистика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2017

Работа выполнена на кафедре теории и практики журналистики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Алтайский государственный университет»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Мансурова Валентина Дмитриевна

Официальные оппоненты:

Свитич Луиза Григорьевна, доктор филологических наук, с.н.с., ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», ведущий научный сотрудник лаборатории по изучению зарубежной печати факультета журналистики

Пугачев Валерий Вениаминович, доктор филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет» (г. Уфа), профессор кафедры русской литературы и издательского дела филологического факультета

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)» (г. Челябинск)

Защита состоится 09 октября 2017 года в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д **212.285.21** на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?d=51&rid=270077>

Автореферат разослан « ____ » _____ 2017 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
доктор филологических наук, доцент
Борис Николаевич Лозовский



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования продиктована настоятельной потребностью в научном осмыслении динамики ценностей политической, социальной, культурной и экономической жизни, опосредующих специфику реализации социальной позиции современными журналистами.

Логика развивающегося медиарынка, перманентный процесс коммодификации профессиональной деятельности, зависимость журналистики от экономики медиапроизводства изменили статус журналистской профессии в обществе. В ситуации обострения идеологического противостояния как на мировой арене, так и внутри российского медиaprостранства, в адрес журналистики все чаще звучат обвинения в ее неспособности оставаться диалоговой площадкой в коммуникации «власть-общество». Революционные технологии вывели в публичную сферу эмансипированных коммуникаторов, способных поставлять и распределять продукт, альтернативный журналистскому. Поскольку технологические и экономические возможности, правовые режимы функционирования и создания медиатекстов регулируют деятельность как профессионалов от журналистики, так и новых субъектов коммуникации, возникает озабоченность в понимании самой сути журналистской деятельности.

Технологический детерминизм, конвергенция, а также конкуренция ценностных систем в общественной жизни остро ставят проблематику значения ценностей в самоопределении журналистов в процессе выполнения ими своих социальных обязанностей. В ситуации, когда размывается статус журналистики в обществе, важным становится определить: какие ценностные ориентиры должны лежать в основании социальной позиции современного российского журналиста: традиционные для российского общества, либеральные, духовно-практические или материальные? Цифровизация и конвергенция процессов производства и распространения информации нарушили договоренности между журналистикой и обществом. Следовательно, важно получить ответ на вопрос: что отличает позиционирование профессионального журналиста от других коммуникантов информационного взаимодействия?

В теории отечественной журналистики актуализированы дискуссии о том, какие идейные, социально-ценностные феномены лежат в основании социальной позиции журналиста в настоящее время. Адекватных решений пока не найдено, хотя журналистская практика уже демонстрирует своеобразные стратегии ценностного самоопределения. Поляризация этих стратегий – от приверженности традиционным для журналистики идеалам до их полного ниспровержения – подтверждает важность исследования ценностных оснований социальной позиции российских журналистов в рамках аксиологических и деонтологических концепций.

Степень научной разработанности проблемы.

Гуманитарная наука и теория журналистики всегда имели в виду значение системы ценностей в каркасе журналистской деятельности. Существует значительный массив научной литературы, в которой «социальная

позиция» объясняется из раскрытия таких категорий, как «миссия», «функция», «роль», «статус».

Советская теория журналистики, представленная работами В. В. Ученовой¹, Е. П. Прохорова², В. И. Здровеги³ и др., позиционирование журналистики в обществе рассматривала в рамках идеологической парадигмы. Существенным «прорывом» в теоретическом осмыслении статуса журналистики и журналиста в условиях трансформации социально-экономической, политической и культурной жизни современного российского общества стал методологический подход Уральской научной школы журналистики, основой которой является рассмотрение журналистики как «... зеркала и строжайшей лаборатории общественного сознания, неотъемлемой части культурного достояния страны»⁴. Развитие синергетической методологии, применение законов и принципов синергетики к самоорганизации сложных социальных систем, к которым относится и система журналистики, дало основание внести в теорию журналистики идею о роли и ответственности журналиста как фактора самоорганизации деятельности системы журналистики в целом. Этой проблеме посвящены работы Л. Г. Свитич⁵, С. Г. Корконосенко⁶, Е. В. Ахмадулина⁷, В. Д. Мансуровой⁸, М. Н. Кима⁹ и др.

Концепции влияния информационных технологий на коммуникационные процессы, выраженные в трудах М. Кастельса¹⁰, Э. Тоффлера¹¹, М. Маклюэна¹², Ж. Бодрийяра¹³, А. Моля¹⁴, в которых ими обосновывается «катализаторская» роль журналиста в трансформации, тиражировании социокультурных норм и ценностей, нашли отражение и в научных взглядах отечественных исследователей. Творчески осмысленные концепции западных исследователей массмедиа и массовой коммуникации привнесены в отечественную теорию журналистики. В частности, восприняты идеи по обоснованию введения

¹ Ученова В. В. Гносеологические проблемы публицистики. М. : МГУ, 1971. 146 с.

² Прохоров Е. П. Искусство публицистики: размышления и разборы. М. : Советский писатель, 1984. 360 с.

³ Здровега В. И. Слово тоже есть дело: некоторые вопросы теории публицистики. М. : Мысль, 1979. 172 с.

⁴ Ковалева М. М. Отечественная журналистика: вопросы теории и истории: Сб. статей. Екатеринбург : Тип. УрГУ, 2000. С.7.

⁵ Свитич Л. Г. Журнализм в контексте современных научных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 9-21; Свитич Л. Г. Журнализм как аксиологический феномен // Массмедиа и ценностные отношения общества. М. : МедиаМир, 2013. С. 67-77.

⁶ Социология журналистики: учебник для вузов / Бережная М. А. [и др.] / под ред. проф. С. Г. Корконосенко. М. : Юрайт, 2013. 421 с.

⁷ Ахмадулин Е. В. Журналистика как целостная актуальная система // Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегия развития: Материалы науч.-практ. конф., Москва, 3–6 февраля 2004 г. М. : ф-т журналистики МГУ, 2004. Ч. 1. С. 207–208.

⁸ Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации: монография. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2002. 237 с.

⁹ Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения: монография. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. 319 с.

¹⁰ Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. Екатеринбург. : «У-Фактория», 2004. 328 с.

¹¹ Тоффлер А. Футурошок / пер. с англ. СПб. : Лань, 1997. 464 с.

¹² Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. М. : Гиперборея; Жуковский (Моск. обл.): Кучково поле, 2007. 462 с.

¹³ Бодрийяр Ж. Реквием по Масс-Медиа. М.: Институт экспериментальной социологии, СПб. : Алетейя, 1999. С. 193-226. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/82> (дата обращения: 18.07.2013).

¹⁴ Моль А. Социодинамика культуры / пер. с фр. ; Изд. 3-е. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 416 с.

аксиологических констант в определение позиционирования личности в обществе и коммуникативном пространстве и, следовательно, в проявление позиции журналиста, содержащиеся в трудах М. Вебера¹⁵, Ю. Хабермаса¹⁶, Э. Гидденса¹⁷, Т. Парсонса¹⁸, Т. Лукмана¹⁹. В дискуссии по поводу «технологического поворота» в коммуникации вступили и такие известные медиааналитики, как А. А. Мирошниченко²⁰, В. В. Гатов²¹, которые, наоборот, отказывают журналистике в ее социальной миссии в современном обществе.

Тем не менее, в настоящее время исследовательский консенсус теоретиков и практиков массмедиа исходит из понимания решающей роли профессиональной журналистики в достижении баланса сил в поляризованных обществах. Во взглядах зарубежных и отечественных исследователей Д. МакКуэйла²² и И. М. Дзялошинского²³ отчетливо прослеживается мысль о важности наполнения современными ценностными концепциями реальной позиции журналиста, чья деятельность встроена в функционирование общественной системы.

Развитие научных представлений о статусе журналистики и журналиста в обществе нашло отражение в разработке деонтологических оснований в деятельности российского журналиста. В. И. Бакштановский и Ю. В. Согомонов²⁴, С. Г. Корконосенко²⁵, А. Ю. Исмаилов²⁶, С. К. Шайхитдинова²⁷ и ряд других исследователей сходятся во мнении, что позиция журналиста в ситуации морального выбора основывается на безусловном следовании нравственному императиву должностования и моральной рефлексии. То есть, научные изыскания о статусе журналиста в обществе независимо от разноплановых концепций, сводящих его к специфике проявления в конкретных сферах медийного производства, в общем и целом возвращаются к тезису, в начале двухтысячных годов заявленному в

¹⁵ Вебер М. Избранные произведения / пер. с нем. М. : Прогресс, 1990. 808 с.

¹⁶ Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. СПб. : Наука, 2001. 380 с.

¹⁷ Гидденс Э. Г. Устроение общества: Очерк теории структуриации. 2-е изд. М. : Академический Проект, 2005. 528 с.

¹⁸ Парсонс Т. Система современных обществ / пер. с англ. М. : Аспект Пресс, 1998. 270 с.

¹⁹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. : Медиум, 1995. 323 с.

²⁰ Мирошниченко А. А. Когда умрут газеты. М. : Книжный мир, 2011. 224 с.

²¹ Гатов В. В. Журналисты не понимают, что их эпоха прошла // Forbes. 23.12.2010. URL: <http://www.forbes.ru/techo-opinion/budushchee/61484-zhurnalisty-ne-ponimayut-cto-ih-epoha-proshla> (дата обращения: 01.10.2016).

²² МакКуэйл Д. Журналистика и общество : учеб. для журналистов / пер. с англ. 2-е изд. М. : МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2014. 368 с.

²³ Дзялошинский И. М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М. : АПК и ППРО, 2012. 442 с.

²⁴ Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Моральный выбор журналиста. Тюмень : Центр прикладной этики, 2002. 448 с.

²⁵ Korkonosenko S. G. Deontology of Journalism as a Field of Moral Choice for a Professional // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences, 2012. Issue 12. Vol. 5. P. 1723-1732.

²⁶ Исмаилов А. Ю. Деонтологический аспект деятельности журналиста в контексте важнейших антропологических констант свободы и ответственности // Наука ЮУрГУ: материалы 66-й научной конференции Секции социально-гуманитарных наук. 2014. С. 361-364. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21936644> (дата обращения: 11.07.2015)

²⁷ Шайхитдинова С. К. «Личное» и «общественное» в деятельности журналиста: компромисс или неразрешимое противоречие? // Социальная ответственность журналиста: Опыт современного прочтения проблемы. В 2-х ч. Ч.1 Межпрофессиональная экспертиза концепта и контекста. М. : Издательский дом «Стратегия», 2003. 184 с.

исследованиях ученых Уральского государственного университета М. М. Ковалевой, Б. Н. Лозовским, В. Ф. Олешко, Э. В. Чепкиной, М. А. Мясниковой и др. Тезису, выраженному профессором М. М. Ковалевой: миссия отечественной журналистики – быть «... совестью нации, способствовать просвещению, продуцировать идеи и идеалы», поскольку, «...отечественная журналистика стала носителем национального ценностно-культурного кода»²⁸.

Эта идея о ценностных основаниях позиционирования журналистики в обществе оказалась продуктивной. В 2009 году коллектив петербургских ученых (В. А. Сидоров, К. Р. Нигматуллина, Р. Г. Иванян²⁹) представил концепцию о ценностных доминантах журналистской деятельности. Приоритет ценностей в социальном взаимодействии людей, в том числе – и журналистов с обществом, рассмотрен в работах Е. В. Поликарповой³⁰, Г.В. Лазутиной³¹ и Т. М. Артишевой³². Развитием аксиологического подхода к исследованию деятельности журналистики являются работы, посвященные обоснованию ценностной парадигмы функционирования журналистики, выстроенной на базовых отечественных ценностях, национальном мировоззрении.

Работы Л. Г. Свитич³³, И. В. Ерофеевой³⁴ и И. Н. Блохина³⁵ раскрывают включенность журналистики в поле политических ценностей и систему межкультурных взаимодействий. В то же время исследователями отмечается дисбаланс в репрезентации социально-конструктивных и социально-деструктивных ценностей в современной журналистике, о чем свидетельствуют работы М. А. Бережной³⁶, Т. И. Фроловой³⁷ и др.. Подтверждением актуальности интереса науки (и не только в России) к проблеме ценностного наполнения профессиональных установок журналиста является появление перевода книги британских исследователей профессиональных журналистских ценностей «Конец журнализма. Version 2.0. Индустрия, технология и

²⁸ Профессия – журналист // Свердловская региональная молодежная общественная организация «Май». 17.05.2017. URL: <http://may-ekb.ru/?p=6787> (дата обращения: 18.05.2017)

²⁹ Сидоров В. А., Ильченко С. С., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: Опыт становления новой дисциплины. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2009. 174 с.

³⁰ Поликарпова Е. В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. Ростов н/Д. : ИППК при РГУ, 2002. 178 с.

³¹ Лазутина Г. В. Пресса в процессе ценностного ориентирования аудитории: возможности и результаты // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 65-76.

³² Артишевая Т. М. Смысловывявляющий текст как инструмент гуманистического мышления журналиста // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 5 (143). С. 5-8.

³³ Свитич Л. Г. Ценностная парадигма как базовый фактор стратегии развития общества и медиасистемы // Век информации. СПб. : Издательство Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет». № 2. 2016. С. 300-306.

³⁴ Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в. : дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2010. 398 с.

³⁵ Блохин И. Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ : дис. ... д-ра. полит. наук. СПб., 2009. 510 с.

³⁶ Бережная М. А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. СПб., 2009. 42 с.

³⁷ Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество: академическая монография. М. : МедиаМир, 2014. 352 с.

политика»³⁸, в которой в результате бескомпромиссного анализа современной практики зарубежных журналистов констатируется необходимость возврата к традиционным журналистским ценностям.

Вместе с тем, целостного теоретического представления о динамике ценностных структур в формировании социальной позиции современных журналистов в науке еще не сложилось. Что еще раз подтверждает актуальность обращения к проблеме исследования ценностных оснований функционирования журналистики в современном обществе.

Цель исследования – выявление системы ценностных оснований – «ценностно-культурного кода», определяющего реализацию социальной позиции современных российских журналистов.

Поставленная цель реализуется путем рассмотрения следующих **задач**:

1. Выявить специфику реализации социальной позиции современного российского журналиста в условиях трансформации журналистской деятельности.

2. Определить способы позиционирования журналиста в системе ценностного регулирования коммуникативного взаимодействия в обществе.

3. Выявить динамику основных ценностей, детерминирующих творческую деятельность современного журналиста.

5. Выявить структуру основных ценностных систем современной российской журналистики.

6. Обосновать специфику творческого отражения журналистикой ценностной системы общества с опорой на понятие «социокод» и обосновать методы воздействия на восприятие аудиторией продвигаемых журналистами ценностей.

7. Раскрыть специфику реализации функции социально-ценностного ориентирования в практике современной отечественной журналистики.

Объект исследования – содержание произведений современных российских журналистов, с наибольшей очевидностью демонстрирующих приверженность к определенным ценностям.

Предмет исследования – формы и методы реализации ценностных установок, определяющих социальную позицию современных российских журналистов.

Методология диссертационного исследования опирается на теоретический концептуальный аппарат диалектико-материалистической методологии и неклассической методологии современной гуманитарной науки.

В свете **диалектико-материалистической методологии** позиционирование журналиста в обществе рассматривается в категориях теории деятельности, согласно которой важнейшими для проявления позиции являются категории цели, функции, предмета и метода.

Неклассическая методология современной гуманитарной науки, в частности, методология социальной феноменологии, позволяет рассмотреть

³⁸ Конец журнализма. Version 2.0. Индустрия, технология и политика / под ред. А. Чарльза ; пер. с англ. ; Харьков : Издательство «Гуманитарный Центр», Е. Н. Николаева, 2016. 308 с.

феномены ценностей в их формах и динамике – как смысло-образующие категории резонансных выступлений журналистов в публичном пространстве.

В рамках данного методологического подхода использованы:

- **системно-структурный метод анализа** при анализе различных ценностных систем российской журналистики;
- **структурно-функциональный анализ** ценностных феноменов – как социокодов, структурирующих семантику публикаций журналистов;
- **кросс-культурный анализ** в исследовании динамики ценностных оснований социального позиционирования в обществе, присущих разным поколениям российских журналистов;
- **контент-анализ** содержания текстов журналистских публикаций для определения соотношения доминирующих и факультативных ценностей в обосновании ценностных оснований социальной позиции журналистов;
- **семиотический анализ**, который позволяет выявить как знаковые формы предъявления ценностей в демонстрации социальной позиции журналистов, так и семиозиса, формирующего разные ценностные системы;
- **концептуальный анализ** ценностной семантики произведений журналистов, позволяющий определить базовые когнитивные элементы, полагаемые в основу семиосферы ценностного ориентирования.

Новизна исследования заключается в следующем:

- установлена теоретическая и практическая плодотворность обращения к аксиолого-деонтологическому подходу для решения актуальных проблем журналистской науки и практики;
- уточнено определение категории «социальная позиция» по отношению к деятельности современных журналистов. Она определяется как ценностная система реализации профессиональной деятельности, представляющая собой динамическое, неравновесное соотношение и самоорганизацию образующих ее структур: мировоззренческих (идеалов, ценностных представлений, предубеждений и верований) и профессиональных умений, знаний и навыков, которые актуализируются в результате деятельности в зависимости от объективных и субъективных обстоятельств: ангажированности журналиста, свободного выбора стратегии поведения, следования профессиональному долгу, соблюдению/демонстративному несоблюдению нравственных и этических стандартов профессии;
- в теоретическое определение категории «социальная позиция» внесено дополнение о доминантной роли ценностной установки журналиста, которая определяет форму выражения позиции в процессе профессиональной деятельности: в поступке, оценке репрезентируемых проблем, отношении к ценностям общества. В ситуации свободы от идеологического диктата и с другой стороны – в зависимости от коммерческих интересов медиаотрасли – именно выбор ценностных приоритетов: духовно-нравственных, идеологических, материальных – социальная позиция становится основой выполнения журналистом своих профессиональных функций;
- определены две основные конкурирующие ценностные системы в деятельности современной журналистики: 1) с доминированием ценностей,

традиционных для общества и журналистики, 2) с преобладанием ценностей материального и карьерного успеха в деятельности. Показана социально-деструктивная функция последней системы ценностей;

- выявлены методы продвижения журналистами ценностной системы – альтернативной традиционной: самовозвышение над аудиторией; манипулятивные речевые стратегии; употребление маркеров высокой и низкой культуры для развертывания провокационной аргументации; обращение к опыту новой цифровой атаки – «троллингу» и технологии кибербуллинга;

- сформулировано определение стратегии «ценностного причинения» как метода амбивалентного эмоционально-психологического воздействия журналистов на особо уязвимые в общественном сознании сферы общезначимых ценностей аудитории;

- показана социально-конструктивная позиция значительной части отечественных журналистов-профессионалов и их приверженность традиционным ценностям журналистской профессии: долгу, бескорыстию, справедливости, правде –, проявляемая в их деятельности в важные для общества периоды жизни.

Эмпирическую базу исследования составили 534 произведения современных отечественных журналистов в ведущих интернет-средствах массовой информации России с 2013 по 2016 гг. (по данным рейтингового агентства «Медиалогия»). Трансформация форм и методов реализации ценностного ориентирования современной онлайн-прессой изучена посредством анализа содержания популярных материалов информационных сайтов «www.republic.ru»³⁹, «www.echo.msk.ru», «www.meduza.io», онлайн-версий газет «www.novayagazeta.ru», «www.kp.ru», «www.mk.ru» и журналов «www.rusrep.ru», «www.newtimes.ru». В общей сложности было проанализировано 320 материалов.

В целях изучения коммуникативной стратегии, выстроенной на воспроизведении реальности в кризисные периоды общественного развития на основе базовых национальных ценностей и ориентирах россиян, отобрано 214 медиатекстов по теме наводнения в Сибири, представленных в изданиях Алтайского края с конца мая по август 2014 года. Изучение содержания публикаций за конкретный период проводилось методом сплошной выборки.

Хронологические рамки исследования ценностных оснований социальной позиции современного российского журналиста охватывают анализ публикаций российских СМИ за период с конца 2013 года по 2016 год. Значимость этого этапа определяется актуальным звучанием в контексте современных экономических, социальных и политических процессов таких тем, как: кризис на Украине, война в Сирии, присоединение полуострова Крым к России, экономические и политические санкции, проведение Олимпиады в Сочи, валютный кризис, природные и техногенные катастрофы, произошедшие в России.

³⁹ До ноября 2016 года сайт назывался «www.slon.ru» (Slon Magazine).

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Современные процессы развития медиатехнологий, утверждение рыночных отношений, социально-политические трансформации современного общества, появление новых коммуникантов, включившихся в медиаторчество, породили у части практиков и теоретиков журналистики представления об анахронизме профессии, утратившей свое значение вместе с идеями о ее социальном предназначении; о вытеснении профессионалов из сферы публичного коммуницирования.

2. Соответственно, сегодня для журналиста со всей остротой встает вопрос об определении и о средствах реализации своей социальной позиции, которая, прежде всего, фундирована ее ценностными основаниями. Конструктивная социальная позиция выражается в том, что журналист транслирует, осмысляет социально значимые ценности и предлагает варианты их закрепления или развития в соответствии с переживаемым обществом моментом. При этом появление социального долженствования выражается в тонком понимании специфики социального настроения определенной структуры общества.

3. В условиях конкурентной борьбы за аудиторию журналисты нередко прибегают к практике создания информационного продукта, диссонирующего и с ожиданиями, и с ценностной базой определенной социальной структуры. Сегодня журналистика имеет дело не просто с суммой известных или привычных семиотических практик, в рамках которых функционируют не только медиа, но и осуществляются социальные процессы. Ценностная конкуренция деструктивных и позитивных явлений свидетельствует о том, что журналистика находится в противостоянии «добра» и «зла». В гуманитарных науках такое явление имеет четкое определение – «ценностное причинение» как метод амбивалентного ценностного воздействия на состояние общественного сознания и морали. В журналистике это представлено конструированием специфического семиозиса – знаковой системы амбивалентных значений, имплицитно содержащих интенциональную установку на позитивную творческую деятельность или «провокацию» деструктивных тенденций в обществе.

4. Творческим инструментом создания специфического семиозиса «ценностного причинения» является социокод. Типичными инвариантами социокода, которыми оперируют журналисты, выступают прецедентные феномены, стереотипы, образы, концепты, артефакты. Они участвуют в создании ансамбля ценностных интерпретаций.

5. Для отечественных журналистов статус профессиональных ценностей в реализации социальной позиции имеет непреходящее значение. Ценности журналистики, закрепленные в принципах и стандартах профессиональной творческой деятельности, традиционно соотносились с иерархией духовных и материальных ценностей общества. Информационные технологии создают новые возможности для функционирования журналистики и реализации ее социальной миссии. Позиция журналиста носит конструктивистский характер: она зависит от целевой установки журналиста, от «суммы технологий», от конъюнктуры медиарынка, но пространство

социального должествования не оставляет журналисту иного выбора, как следования профессиональным ценностям или же сознательного отступления от них.

Теоретическая значимость работы. Теоретическая значимость работы заключается: в получении результатов, подтверждающих актуальность аксиологического и деонтологического измерения потенциала социальной позиции современного российского журналиста; в определении социальной позиции как ценностной системы и выявлении ее структурных элементов – ценностных оснований профессиональной деятельности в условиях перманентных реформ и перехода к сетевым технологиям. Внесены представления о варианте реализации журналистикой ценностно-ориентирующей функции как «ценностного причинения». Теоретически обоснованы методы воспроизведения ценностных характеристик социальной реальности как неоднозначного семиозиса. Определено значение социокода в системе выразительных средств журналистики как маркера реальности, адекватного фоновому знанию аудитории.

Практическая значимость работы. Результаты диссертационного исследования могут быть использованы в учебном процессе для студентов, обучающихся по направлению «журналистика», в определении коммуникативных стратегий отдельными СМИ и творческими организациями.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Работа соответствует области исследования научной специальности 10.01.10 – Журналистика. Филологические науки (п.74 «Особенности мотивационного профиля современного российского журналиста. Экономические, идеологические, экзистенциальные факторы в структуре профессиональной мотивации журналиста. Типы журналистских профессиональных идеологий: взаимосвязь личностных качеств и идеологических представлений журналиста»).

Апробация результатов исследования производилась в рамках участия в 22 научных конференциях, среди которых **11 – международных:** Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, 2012, 2015); Международная конференция студентов и аспирантов «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 2012, 2013, 2014, 2017); Международный молодежный форум «Интеграция азиатского научного пространства» (Барнаул, 12-13 ноября 2013 г.); XXXVIII Международная научно-практическая конференция «Система ценностей современного общества» (Новосибирск, 2014); Международная научно-практическая конференция «Журналистика в коммуникативной культуре современности» (Новосибирск, 2014, 2015, 2016);

3 – всероссийских: Общероссийская научно-практическая дистанционная конференция с международным участием «Научные дискуссии о ценностях современного общества» (Липецк, 31 октября 2014); Всероссийская научно-практическая конференция «Журналистика в поисках моделей развития» (Томск, 12-15 ноября 2015); Вторая Всероссийская конференция «Медиаисследования молодых ученых» (Ставрополь, 21-22 мая 2015);

2 – региональные: Региональная молодежная конференция «Мой выбор – НАУКА!» (Барнаул, 2015, 2016);

2 – городские: Городская конференция «Молодежь – Барнаулу» (Барнаул, 2015, 2016);

4 – межвузовских: Межвузовская конференция студентов, магистрантов и аспирантов «Интернет-пространство в аспекте гуманитарных и технических наук» (Барнаул, 2012, 2016); Молодежный научный форум «Дни молодежной науки в Алтайском государственном университете» (Барнаул, 2013, 2014).

Степень достоверности результатов диссертационного исследования опирается на систему адекватных цели и задачам работы методов анализа журналистской практики и теоретических концепций аксиологии и деонтологии журналистики. Практическая значимость методологии и методов исследования, репрезентативность его результатов подтверждена апробацией их в научных изданиях и в процессе выполнения исследовательской программы, финансируемой РГНФ (Проект № 14-13-22009), публикацией монографии, получившей положительный отзыв у профессионального журналистского сообщества и теоретиков журналистики.

Объем и структура исследования. Диссертация состоит из Введения, трех глав, Заключения и библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень научной разработанности, формулируются объект, предмет, цель и задачи диссертации. Определяются методологические основы, аргументируется научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, сформулированы положения, выносимые на защиту. Дана характеристика эмпирической базы, указаны хронологические рамки, отражены степень достоверности и апробация результатов диссертационного исследования.

Первая глава **«Специфика реализации социальной позиции современным российским журналистом»** посвящена теоретическому анализу концепций, раскрывающих суть категории «социальная позиция», ее динамики и форм проявления профессиональными журналистами.

В разделе **1.1 «Аксиолого-деонтологические основания категории “социальная позиция”»** анализируются концепции представителей зарубежной и отечественной гуманитарной науки в области философии, социологии, психологии, массовой коммуникации о «социальном статусе» и «социальной роли» личности и профессионала в коммуникации. Обосновывается, что основой социального позиционирования журналиста в общественном взаимодействии в XXI веке наряду с внешними регулятивами (социальные нормы, законы, обязанности) выступают морально-нравственные качества личности, его субъективные представления о добре/зле. Делается вывод о том, что приоритетная задача креативных новаторов, в том числе и журналистов, – быть эволюционной совестью общества.

В разделе **1.2 «Категория “социальная позиция” в системе онтологических оснований журналистской деятельности»** рассматривается реализация деятельностного потенциала журналистики в функциях «должного» и «реального». В системе категорий творческой деятельности журналиста (цель – функция – предмет – метод – жанр) категория «социальная позиция» является интегрирующей. В ситуации свободы от идеологического диктата и с другой стороны – в зависимости от коммерческих интересов медиаотрасли – именно выбор ценностных приоритетов: духовно-нравственных, идеологических, материальных становится основой выполнения журналистом своих профессиональных функций.

В разделе **1.3 «Журналист в системе ценностного регулирования социального взаимодействия в обществе»** конкретизированы деонтологические и аксиологические аспекты социальной позиции современного отечественного журналиста. Определено, что не информирование и коммунцирование, а *ценностное ориентирование* становится прерогативой репрезентации социальных ситуаций. Уточнены структурные компоненты деонтологии профессии: возрастает значение практического проявления таких профессиональных качеств, как честь, совесть, ответственность, достоинство. Совокупность этих качеств – как профессиональная ценность – является основой исполнения профессионального долга, понимаемого как личное убеждение, нравственная необходимость совершения блага как человеком, так и профессионалом.

В разделе **1.4 «Система ценностей в фокусе журналистской деятельности: традиции и новации»** в результате кросс-культурного анализа становления ценностной системы профессиональной деятельности российской журналистики выявлено, что ее неразрывная связь с ценностями и идеалами общества в ключевые периоды его истории способствует творческому, критическому осмыслению действительности и содействует конструктивному преобразованию общественной жизни. Именно этот потенциал, накопленный отечественной журналистикой за периоды ее становления и развития, выдвигает функцию социально-ценностного ориентирования в качестве приоритетной в деятельности современной российской журналистики.

Итогом теоретико-эмпирического анализа в Главе 1 является вывод: «социальная позиция» представляет собой ценностную систему, носящую конструктивистский характер. Ее структурными элементами являются: социальные и политические идеалы, социально-культурные и духовно-нравственные ценности общества конкретной эпохи, творчески осмысленные и реализованные в профессиональной деятельности как коммуникативная стратегия познания, оценки и интерпретации фактов и явлений социальной действительности; профессиональные ценности этой деятельности, сформулированные в стандартах, кодексах и «неписаных» нормах выполнения журналистами социальной роли в обществе; совокупность знаний, умений и навыков, обеспечивающих профессиональную деятельность в соответствии с технологическим регламентом производства и распространения социально-значимой информации.

В главе 2. «Ценностная парадигма профессиональной деятельности журналиста» рассматривается структурно-функциональная роль журналистики в процессе производства и транслирования социокультурных ценностей. На основе проведенного кросс-культурного анализа результатов деятельности разных поколений современных российских журналистов делается вывод о структуре специфических профессиональных журналистских ценностей в общей системе ценностей.

В разделе **2.1 «Социально-нравственные и культурные ценности общества как основа журналистского творчества»** обосновываются парадигмальные основания определения специфики современной журналистской деятельности. Практика современных СМИ показывает их неоднозначное отношение к базовым ценностям общества и реализации профессиональных ценностей. Перенасыщенность коммуникативной сферы разнопорядковыми ценностными системами и их конкуренция выступают в качестве «обстоятельств непреодолимой силы», вынуждающих журналистику искать новую парадигму своей деятельности. Не случайно традиционная – информационная парадигма – уступает место ценностно-ориентирующей. Объективно, под давлением этих обстоятельств, журналист оказывается в ситуации выбора ценностных основ своего творчества. В многоголосье публичного дискурса достижение общественного согласия осуществляется за счет коммуникативной конвенции на той социальной системе, которая закрепляется определенными ценностями. Результатом выбора ценностной парадигмы – приоритета базовых ценностных ориентиров, либеральных, духовно-практических или материальных – выступает многообразие типов коммуникации, которым следует журналист.

Семиозис формируемого представления о реальности как картины мира создается за счет ценностей: константных и переменных, реализуемых в политическом медиапространстве; синтетических – толерантность и политкорректность; консьюмеристских, представленных категориями материального благополучия и бытового комфорта. Обосновывается, что аксиологический анализ результатов деятельности современной журналистики целесообразен только в сопряжении с изучением состояния и развития ценностной системы общества данного периода. Поэтому в процесс изучения деятельности современных российских СМИ экстраполируются результаты социолого-психологического исследования «Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы»⁴⁰. Главным выводом этого исследования стало признание процесса вестернизации ценностных идеалов лишь у малой части россиян, так как остальные граждане продолжают существовать в модусе традиционных ценностей. Следовательно, формирующаяся ценностная парадигма журналистского творчества требует дифференциации ценностных норм и идеалов, лежащих в основе современной журналистской деятельности и адекватных ценностным предпочтениям общества.

⁴⁰ Рябов А. В., Курбангалеева Е. Ш. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы : монография. М. : Дом интеллектуальной книги, 2003. 448 с.

В разделе **2.2 «Формы творческой репрезентации ценностей в журналистике»** в результате семиотического и контент-анализа 54-х текстов самоинтервью «журналистов-романтиков» – выпускников факультета журналистики УрГУ 1975 года в изданной ими книге «Точка возврата»⁴¹ подтверждено, что в кодах социального опыта, социокодах профессионально-нравственной культуры, отражается суть ценностно-формирующей функции журналистики. Результаты анализа позволили представить своеобразный свод деонтологии профессии как ценностных установок журналистов, которые выражаются в индивидуально осмысленном поведении и, как правило, описываются/вербализуются в социокодах, присущих как всем журналистам, так и отдельным представителям профессии. Раскрыто методологическое значение социокода как средства воспроизведения журналистикой ценностных феноменов реальности.

В результате анализа самоинтервью журналистов, вышедших из «поколения семидесятых» и поныне действующих в системе СМИ, выявлена значимость профессиональных журналистских ценностей, раскрывающих сущность долженствования в разрешении морального выбора в конкретных ситуациях. Эти лично-значимые ценности воспринимаются профессионалами как принцип деятельности, как мировоззренческое осмысление долженствования.

Выделены специфические профессиональные ценности: ценность романтизации трудовых будней, вербализованная в прецедентных текстах «трое суток шагать», «письмо позвало в дорогу», «скорей бы утро, и снова на работу». Концепт «дорога» стал каноническим призывом к самоотверженности журналистов. «Самоотдача», ценность «трудности» профессии, представленные апелляцией к архетипу героя, с которым ассоциируется собственное противостояние трудностям, выражены в вербализованных структурах «все для читателя», «отступить некуда». Определены такие непреложные ценностные установки, как бескорыстие, поиск правды, достижение справедливости и т.д. Эти ценностные основания профессии почерпнуты из глубин культуры, присущей отечественному мировоззрению, и наполняющей глубиной понятия «патриотизм», «любовь к родной природе» и т.д.

Проведенный анализ позволяет обобщить свод константных социокодов профессии, сводимых к ценностям «долг», «служение», «патриотизм», «ответственность», «бескорыстие», «справедливость», «противостояние». Эта матрица нравственно-ценностного регулирования профессии в общей сложности накладывается на традиционную для отечественной журналистики «картосхему» долженствования в общественной коммуникации. Она и сегодня оказывается показательным вариантом профессионализма, но не лидирующим, а противостоящим новым ценностям и антиценностям, привнесенным глобальной массовой коммуникацией.

В разделе **2.3 «Константные и факультативные ценности в профессиональной деятельности современного российского журналиста»**

⁴¹ Точка возврата / сост.: О. Масленникова [и др.]. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2011. 332 с.

представлены результаты анализа трансформации осуществления ценностных основ профессии новой генерацией журналистов, демонстрирующих многообразие поведенческих стратегий. Исследование динамики ценностных установок, фундирующих социальную позицию современных российских журналистов, осуществлено в процессе анализа 44-х материалов интервью журналистов в профессиональных журналах «Журналист», «Журналистика и медиарынок» и других информационных ресурсах. Исследование показало возникновение новых тенденций, которые по-разному распределяют роли журналистов. А именно:

- наибольшей трансформации подвержены проявления ценностных приоритетов журналистами изданий, охватывающих аудиторию всей страны. Первой среди ценностных основ позиционирования поведения журналистов подверглась контаминации константа социальной ответственности. Методом презентации позиции журналиста в условиях конкурентной борьбы за аудиторию избирается провокационная самопрезентация, выражаемая в интенциональных категориях, заведомо негативных: «развести», «подставить», «потроллить»;

- приоритет значения монетизации журналистского продукта изменяет нравственную основу ценностного ориентирования. Закрепляются как стимул поведенческой реакции консьюмеристские ценности – категории материального благополучия и бытового комфорта, гонорары, а ценности «общения», «поиск героя» рассматриваются с позиции личных предпочтений. На смену ценности «бескорыстие» приходит такая антиценность, как стяжательство, которое варьируется от конформизма до циничного соглашательства;

- борьба ценностных основ проявляется в новом номинировании социального предназначения и откровенном противодействии ему. Если для одних коммуникаторов это – толерантность как «вынуждаемое терпение», то для части журналистов неприятие такого негатива провозглашается в лозунге «быть дипломатами общественного согласия»;

- потеря права «быть первым» в демонстрации социально-важной информации была воспринята журналистами как один из вызовов для позиционирования своей нестандартности любой ценой. Журналистами поднимаются табуированные в обществе темы, касающиеся их (!) личной жизни, например, посредством ввода в публичное пространство социокода «каминг-аут» как признания своей нетрадиционной сексуальной ориентации;

- вместе с тем, в противовес подобным манифестациям ценностных приоритетов столичными журналистами в арсенале представлений региональных журналистов появляются ценностные доминанты, маркированные новыми артефактами и социокультурными феноменами: «бойцы местного значения». Журналисты вынуждены «сражаться»: не только за свой статус и экономическое благополучие, но и за извечные ценности – за «правду и справедливость». Маркер поведения знаменуют прецедентные феномены из военной сферы – «солдат удачи», «с открытым забралом», что

подтверждает накал противостояния ценностных парадигм в деятельности журналистов;

- наивысшей профессиональной ценностью у региональных журналистов провозглашаются ответственность и подотчетность местной аудитории, переданные в прецедентном тексте «вместе пуд соли съесть»; концепты «диалог», «консенсус» становятся своеобразными маркерами ценности повседневной работы.

В результирующей части Главы 2 делается вывод о том, что в подавляющей массе журналистского сообщества продолжают доминировать значения профессиональных ценностей как нравственных регулятивов деятельности. Не отрицается журналистским сообществом значение ценностей национального самосознания и культуры, социокультурных ценностей, таких, как трудолюбие, отзывчивость, щедрость, душевность, нестяжательство, жизнерадостность, порядочность, религиозность, социальный оптимизм.

Но сфера ценностного самоопределения современных российских журналистов становится ареной противостояния конкурирующих ценностных систем. Очернение действительности, переименование традиционных для журналистики ценностей делается в угоду получению прибыли и достижению карьерного успеха, в связи с чем актуализируются ценности, скорее – антиценности, субкультур и маргинальных сообществ. Но приоритетными оказываются все же не роли обличителей и возбудителей спокойствия.

В главе 3. «Семиозис “ценностного причинения” как стратегия СМИ» осуществлен анализ форм и методов реализации социальной позиции современными российскими журналистами. Обосновывается противостояние различных ценностных систем, определяющих творческую деятельность журналистов на современном этапе.

В разделе **3.1 «Коды социального опыта в репрезентации реальности современными российскими журналистами»** исследуется эффект конструирования специфического семиозиса – знаковой системы амбивалентных значений, лукаво скрывающих интенциональную установку на «добро», «зло» или «провокацию». В результате семиотического анализа 320 медиатекстов «топовых» журналистов – по версии информационно-аналитической системы «Медialogия» –, опубликованных в онлайн-версиях различных изданий, выявлены приемы неоднозначной интерпретации ценностных феноменов, имеющих в общественном представлении характер устоявшихся смысловых значений. При этом амбивалентность оценок представлена как свобода выражения мнения автора, но явно рассчитана на провоцирование ответной реакции аудитории.

Исследование публикаций «топовых» журналистов показало, что в их творчестве когнитивные ресурсы социокода используются для достижения эффекта диссонанса – «коммуникативного столкновения» со стереотипной позицией аудитории. Маркерами достижения подобного эффекта является обращение журналистов к инвариантам архетипов «власть», «территория», «страна», «безопасность», «семья», «вера», «патриотизм», «труд» и др. Однако вместо ценностного ориентирования журналисты применяют такую технологию, как «ценностное причинение» – вариант психологического

давления на основе специфической аргументации, нагруженной негативной коннотацией. Методы создания журналистикой ценностной картины социальности осуществляется путем нагнетания нарочито провокационных маркеров андеграундных субкультур, обращения к обценной лексике, примату вещного кода в оценках современных ситуаций. Выразительным средством продвижения имплицитной позиции издания или журналиста становится акцент на провокационной колористике; использование манипулятивных речевых стратегий, преследующих цели шельмования базовых ценностей путем предоставления их инвариантов с отрицательной коннотацией; употребление маркеров высокой и низкой культуры для развертывания провокационной аргументации; обращение к опыту новой цифровой атаки – «троллингу» и технологии кибербуллинга.

Коммерциализация информации определила и еще одну знаковость в процессе тиражирования и трансформации сообщений. «Сбор смысла» осуществляется коллективным способом – при помощи «лайков», комментариев под материалами, репостов в социальные сети. Эта маркетинговая стратегия объясняется перманентной «борьбой» за аудиторию между конкурирующими изданиями. Развитие технологических средств коммуникации, когда текстовая трансляция сменяется технологией вовлечения, привнесло в информационное пространство новые семиотические элементы. Среди таких мультимедийных средств можно выделить использование таймлент, инфографики, переупаковку контента в виде карточек, видео, скриншот-тексты, интерактивные фото, смайлы, мемы, графикация.

В разделе 3.2 *«Субъекты “ценностного причинения”:* *“толпа”, “провластная аудитория”*» выявляется тенденция к доминированию конструкций монолога, базирующихся на презентации субъективных оценок и суждений авторов, и нелестной для аудитории диспозиции в предлагаемом «диалоге».

В творческом процессе «андеграундных» журналистов средствами актуализации внимания публики становятся: четкая градация между авторами и аудиторией, которая, якобы, уступает им по моральным качествам, интеллекту и эрудиции. Это выражается в явном авторском доминировании, построенном на умышленном нарушении норм взаимодействия, наделении аудитории нелюбезными характеристиками – «толпа», «реднек и сволочь», «племя», «провластная аудитория». Идентификация авторского «Я» с образом читателя или той социальной группой, интересы которой он, якобы, представляет, также носит провокационную оценку: журналист либо «маргинал», либо представитель радикальной группировки. Нескрываемые намерения авторов публикаций выражены и в прямой модальности обращений к аудитории – в целевой установке на констатацию негатива и апелляции к эмоциональному восприятию ею информации. Это дает основание полагать, что журналисты намеренно демонстрируют дисфункцию роли журналистики в достижении общественного согласия. Но можно ли с уверенностью говорить о повальном отречении журналистов от признанных в профессиональном сообществе норм и намеренном провоцировании аудитории?

В разделе 3.3 «Субъекты “ценностного причинения”»: *сознательные граждане*» представлены результаты исследования инициатив деятельности журналистов в период обострения социально-политических, социально-экономических противоречий, чрезвычайных ситуаций. Опыт отечественной журналистики в освещении ЧС (пожары 2010 г., наводнения 2013 г.) позволил журналистам выйти за пределы традиционного алгоритма предоставления информации в условиях ЧС. Проведение онлайн-марафона Первым каналом центрального телевидения по сбору средств и демонстрация прозрачности в доведении денежных компенсаций до потерпевших – засвидетельствовало реальное участие журналистов в стабилизации ситуации. Люди удостоверились: реальная помощь приходит как от государства, так и от населения, а значит, журналисты действовали грамотно и с пользой для общества.

В региональной прессе, контакты которой особенно опосредованы близостью к своей аудитории, особую значимость приобрели публикации, в которых отрефлексированы ценностные параметры ситуации ЧС, купирующие катастрофичность восприятия ее последствий. Это нашло подтверждение в процессе реализации научно-исследовательского проекта, поддержанного РГНФ, «Ценностная сфера социального взаимодействия сельских жителей в условиях экономических реформ» (Проект № 14-13-22009). Анализ освещения журналистами особенностей социального взаимодействия в период наводнения в Сибири в 2014 году позволяет сделать вывод о том, что актуальной задачей обеспечения социальной стабильности общества становится создание эффективных контуров информационного реагирования на ситуации чрезвычайного характера. Они позволяют не только усовершенствовать управление информацией в условиях чрезвычайных ситуаций, но и повысить качественные параметры информации, ее социально-психологическую и политическую направленность.

Журналисты-регионалы с первых же дней приступили к дежурству, проводили мониторинг ситуации, редакции местных газет превратились в пункты сбора гуманитарной помощи. Журналистами была обеспечена обратная связь с населением. Период гражданской активности в социальных сетях и блогах в полной мере использовался и журналистами: уже без предубеждения распространялись предложения о помощи, пунктах размещения среди населения в неподтопленных районах.

В периоды суматохи, страхов населения акценты в сообщениях и публикациях журналистов были смещены на демонстрацию реальных проявлений таких ценностей, как «бескорыстие», «взаимопомощь», «смелость», «геройство», «бесстрашие», «милосердие», «сострадание» («всем миром», «ближний круг», «общественные огороды» и др.). Более того, журналистами была выделена шкала личных ценностей граждан: сообщали о спасении не только материальных вещей и социальной инфраструктуры, но и книг, музыкальных инструментов, животных. Фиксируя и приумножая эти ценности, которые произрастают из матрицы базовых ценностей общества, региональные журналисты выражали и свою позицию в соответствии с социальным

долженствованием в достижении консенсуса в обществе для решения насущных проблем.

Результаты исследования, приведенные в Главе 3 данной работы, позволяют сделать вывод о том, что не в дискуссиях о ценностях вообще, а в реальном участии журналистов в разрешении кризисных проблем общества проявляются ценностные приоритеты в реализации ими своей социальной позиции. Противостояние ценностных систем социально-ценностного регулирования журналистикой всех сфер общественной жизни не отменяет, а лишь актуализирует значимость ее ориентации на консенсусные для общества, созидательные ценности. Выдвижение на передний край функции социально-ценностного ориентирования поставило журналистов перед сложным идейным, культурным и нравственным выбором проявления своей позиции. Но, как подтверждают результаты исследования, в подавляющем большинстве российские журналисты привержены конструктивному подходу к оценке проблем. Ценностно-ориентирующая функция их деятельности сосредоточена на выявлении и утверждении созидательных ценностей, раскрытии их в свете современных тенденций трансформации общественной жизни.

В **Заключении** подводятся итоги исследования и делается вывод о том, что журналистика переживает драматический момент адаптации к новым условиям глобальной коммуникации, противостояния с массой идеологических доктрин и ценностей, не свойственных российской культуре и традиционной ментальности народа. Но, как показывают результаты исследования, в период обострения социально-политических, социально-экономических противоречий социальная позиция российских журналистов реализуется в мировоззренческих представлениях и морально-нравственных установках, которые способствуют конструктивному подходу к оценке проблем. Сфера ценностного самоопределения современных отечественных журналистов остается в фокусе таких базовых ценностей, как «долг», «совесть», «служение», «бескорыстие», «поиск правды», «справедливость».

Результаты исследования позволяют полагать, что современная российская журналистика обладает ценностным константным базисом, позволяющим ей оставаться элементом созидания в обществе для сохранения и развития **«национального ценностно-культурного кода»**. Выражая ценности общества, формируя их, российские журналисты развивают и совершенствуют ценностные основы исполнения своего профессионального долга. Условием успешного позиционирования журналиста и в динамичных процессах современной сетевой коммуникации остается приверженность его аксиологическим и деонтологическим принципам профессиональной деятельности.

Перспективы дальнейшего исследования ценностной сферы профессиональной деятельности современных журналистов могут быть связаны с обращением к междисциплинарным исследованиям ценностной рефлексии журналистов в условиях дальнейшей технологизации процессов сбора и интерпретации социально значимой информации: творчества в рамках Seo-оптимизации, разработка новых жанров для мобильных приложений и выразительных средств создания медиаконтента для кросс-медийных

платформ. При этом должна быть актуализирована проблема саморегуляции деятельности журналиста, работающего в условиях сетевого пространства и осознающего меру ответственности за реализацию своей социальной позиции.

Основные положения диссертации и полученные научные результаты содержатся в 23 публикациях

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, **определенных ВАК:**

1. Мансурова, В. Д., Мезенцева, А. В., Поликарпова, О. С. Жизненные ценности села в условиях фронтальной модернизации / В. Д. Мансурова, А. В. Мезенцева, О. С. Поликарпова // Вестник алтайской науки. Барнаул: Издательство Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края. – 2015. – № 1 (23). – С. 125-133 (авторские не разделены).
2. Мезенцева, А. В. Провокационный дискурс как альтернатива социальному диалогу в формировании общественного согласия / А. В. Мезенцева // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2015. – № 6 (38). – С. 183-197 (1 п. л.).
3. Мезенцева, А. В. Вербализация ценностной мотивации профессиональной деятельности современного российского журналиста / А. В. Мезенцева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. – 2016. – Ч. 3. – № 4. – С. 41-47 (1 п. л.).
4. Мезенцева, А. В. Семиозис «ценностного причинения» как онлайн-стратегия СМИ / А. В. Мезенцева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, Филология. – 2016. – Т. 15. – № 6. – Журналистика. – С. 60-68 (1 п. л.).

Другие публикации:

5. Мезенцева, А. В. Методы героизации личности в современных СМИ / А. В. Мезенцева // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2012» / Отв. ред. А. И. Андреев, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов, К. К. Андреев, М. В. Чистякова. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс. – 2012 – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM) (0,15 п.л.).
6. Мезенцева, А. В. Методы героизации личности в средствах массовой информации/ А. В. Мезенцева // Журналистика социального действия: сборник научных трудов / под общ. ред. д-ра филос. наук, профессора И. В. Фотиевой. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. – 2012. – С. 135-142 (0,6 п.л.).
7. Мезенцева, А. В., Резепина, Е. А. Этическая сторона информационной безопасности / А. В. Мезенцева, Е. А. Резепина // Интернет-пространство в аспекте гуманитарных и технических наук: материалы междисциплинарной межвузовской конференции студентов, магистрантов и аспирантов (23 ноября 2012 года) / Под ред. В. В. Белозерских, А. В. Марущак; сост. А. О. Коваленко. – Барнаул: АЗБУКА. – 2012. – С. 8-9 (0,2 п.л/0,1 п.л.).

8. Мезенцева, А. В. «...Через призму повседневности»: социокод воспроизведения реальности в современной российской журналистике / А. В. Мезенцева // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: материалы XII международной конференции студентов и аспирантов (11–13 марта 2013 года) / Под ред. М. А. Бережной; сост. Е. А. Королев. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т. – 2013. – С. 516-518 (0,6 п.л).
9. Мезенцева, А. В. Социокоды социального позитива в содержании массовой российской прессы / А. В. Мезенцева // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета: материалы Первой региональной молодежной конференции «Мой выбор – НАУКА!», XLI научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и учащихся лицейных классов. – Вып. 11. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. – 2014. – С. 233-236 (0,4 п.л).
10. Мезенцева, А. В. Шкала ценностей в режиме чрезвычайной ситуации: публичная сфера о преодолении социальных рисков / А. В. Мезенцева // Система ценностей современного общества: сборник материалов XXXVIII Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС. – 2014. – С. 40-47 (1 п.л).
11. Мезенцева, А. В. Ценностно-смысловая сфера современных средств массовой информации / А. В. Мезенцева // Медиаисследования 2014 / под ред. Т. А. Семилет, И. В. Фотиевой. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. – 2014. – С. 73-80 (0,6 п.л).
12. Мезенцева, А. В. «Нас возвышающий обман?»: специфика ценностного ориентирования онлайн-аудитории интернет-портала «www.slon.ru» / А. В. Мезенцева // Современная медиасреда: творчество и технологии. Взгляд молодых исследователей: межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 14 / ред. М. А. Бережная, сост. Е. А. Королев. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций». – 2014. – С. 70-79 (0,45 п.л).
13. Мансурова, В. Д., Мезенцева, А. В., Поликарпова, О. С. «Жизненный мир» Сибирского фронта / В. Д. Мансурова, А. В. Мезенцева, О. С. Поликарпова // Научные дискуссии о ценностях современного общества. Сборник материалов VI-й международной научно-практической конференции (г. Липецк, 31 октября 2014 г.) / Отв. ред. Е. М. Мосолова. – Липецк: «РаДуши». – 2014. – С. 63-72 (1 п.л./0,35 п.л).
14. Мезенцева, А. В. Критический потенциал современной российской журналистики: демаркация ценностных границ / А. В. Мезенцева // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: материалы 13-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов (11–13 марта 2014 года) / Под ред. М. А. Бережной; сост. Е. А. Королев. – СПб.: С. - Петерб. гос. ун-т, 2014. – С. 148-150 (0,6 п.л).
15. Мансурова, В. Д., Мезенцева А. В., Поликарпова О. С. «Жизненный мир» сибирского фронта. Ценностная сфера социального взаимодействия сельских жителей в условиях экономических реформ: монография / В. Д. Мансурова. – Барнаул: АЗБУКА. – 2014. – 222с. (авторские не разделены).
16. Мезенцева, А. В. Ценностная интерпретация повседневности колумнистами в массовой российской прессе / А. В. Мезенцева // Материалы

Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2014» / Отв. ред. А. И. Андреев, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс. – 2014 – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM) (0,15 п.л).

17. Мезенцева, А. В. Ценностная интерпретация повседневности в авторских колонках массовой российской прессы / А. В. Мезенцева // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета: материалы Второй региональной молодежной конференции «Мой выбор – НАУКА!», XLII научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и учащихся лицейных классов. – Вып. 12: в 2 т. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. – 2015. – Т.1. – С. 248-250 (0,6 п.л).

18. Мезенцева, А. В. Суверенитет личности в сетевом пространстве: лакуны права и морали в регулировании информационного взаимодействия / А. В. Мезенцева // Информационное пространство в аспекте гуманитарных и технических наук-2015 / Материалы междисциплинарной межвузовской конференции студентов, магистрантов и аспирантов. – Барнаул. – 2015. – С. 115-123 (0,45 п.л).

19. Мезенцева, А. В. Социальная позиция современного российского журналиста: диверсификация профессиональной функции / А. В. Мезенцева // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота. – 2015. – № 10 (100). – С. 89-91 (0,45 п.л).

20. Мезенцева, А. В. Социальная позиция современного российского журналиста / А. В. Мезенцева // Медиаисследования молодых ученых: материалы Второй Всероссийской конференции (21-22 мая 2015 г.) / отв. ред. А. М. Горбачева. – Ставрополь: Изд-во СКФУ. – 2015. – С. 151 (0,2 п.л).

21. Мезенцева, А. В. Критический потенциал современной российской журналистики / А. В. Мезенцева // Медиаисследования 2016 / под ред. Т. А. Семилет, И. В. Фотиевой. – Барнаул: ИП Колмогоров И. А. – 2016. – С. 44-49 (0,6 п.л).

22. Мезенцева, А. В. Социальная функция диалога: роль журналистики в обеспечении общественного согласия / А. В. Мезенцева // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – 2016. – С. 77-79 (0,2 п.л).

23. Мезенцева, А. В. Аксиома профессионального долга: у правды свои стандарты / А. В. Мезенцева // Коммуникативная культура современности: материалы VI Международная научно-практическая конференция 2 ноября 2016 г. / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск: ИПЦ НГУ. – 2016. – С. 112-113 (0,2 п.л).