

DOI 10.69571/SSPU.2024.92.5.004

УДК 316.775

ББК 60.524.224.51

В.В. ГАВРИЛОВ

**«ЛЕГКО ЛИ БЫТЬ ЖУРНАЛИСТОМ?»
(К ВОПРОСУ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
САМОИДЕНТИФИКАЦИИ АКТОРОВ
МЕДИАПРОСТРАНСТВА УРФО)**

V.V. GAVRILOV

**«IS IT EASY TO BE A JOURNALIST?»
(ON THE ISSUE OF PROFESSIONAL SELF-
IDENTIFICATION OF ACTORS IN THE MEDIA
SPACE OF THE URAL FEDERAL DISTRICT)**

Статья посвящена описанию проблем профессиональной самоидентификации современных журналистов. На основе данных, полученных в результате анкетирования, а также опираясь на материалы творческих работ (эссе) на тему «Легко ли быть журналистом?» студентов СурГПУ, автор отмечает наметившиеся и все более усиливающиеся противоречия между социальным заказом в условиях цифровизации СМИ и восприятием профессии, своего места в медиапространстве как начинающими, так и уже состоявшимися журналистами. Актёры медиапространства УрФО зачастую не фиксируют актуальных трансформаций в СМИ и считают, что обладают достаточными компетенциями, чтобы быть конкурентоспособными на рынке медиауслуг. В условиях усиливающейся конкуренции с «общественными журналистами» и искусственным интеллектом такая стратегия для профессиональных журналистов является неэффективной. В этой связи предлагается в рамках отечественного медиаобразования скорректировать подходы к обучению будущих журналистов и выстроить учебные курсы, а также производственные практики таким образом, чтобы учесть новейший социальный запрос и те изменения, которые происходят в отечественной журналистике (цифровизация, конвергенция жанров, виртуализация медиапространства).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: профессиональная идентификация, цифровизация, конвергенция, СМИ, медиапространство, медиапродукт, социализация, профессионализация.

KEY WORDS: professional identification, digitalization, convergence, mass media, media space, media product, socialization, professionalization.

ВВЕДЕНИЕ. В настоящее время в российском обществе происходят серьезные трансформации. По ряду причин идеи глобализации и теория потребления для россиян становятся все менее популярными, актуализируются вопросы национальной и культурной идентичности. Возвращение к корням, к традиционным духовно-нравственным ценностям затрагивают все без исключения области человеческой деятельности: образование, культуру, экономику, политику и т.д. По сути, мы можем говорить о новом социальном заказе, о смене вектора развития нации, его социальных структур и страт. Безусловно, эти изменения не могли не затронуть и отечественную журналистику. Более того, являясь посредником между государственными институтами и социумом, СМИ должны первыми реагировать на новый социальный заказ, транслировать данные установки, менять общественное мнение (воздействующая функция журналистики). Добавим к этому такие трансформации последних десятилетий, как виртуализация и цифровизация медиапространства, конвергенция жанров. Приходится констатировать, что не все журналисты готовы к подобным

переменам, переход на новые технологии, работа в различных знаковых системах, обновленный социальный заказ — все это является своего рода вызовом как практикующим журналистам, так и медиапедагогам, готовящим будущих журналистов в вузах.

Не будем забывать об усилившейся конкуренции со стороны новых медиа, курируемых «общественными» (или «гражданскими») журналистами, а также — со стороны искусственного интеллекта (ИИ).

Под «новыми медиа» мы, вслед за В.Ф. и Е.В. Олешко, понимаем медиапродукты (основная цель которых — привлечение внимания и материальных средств («монетизация») инфлюэнсеров (известных блогеров, влогеров, авторов ЖЖ, популярных политиков, телеведущих и звезд эстрады). В данном случае речь идет о конъюнктуре, желании соответствовать моде, коммерциализации СМИ, и если говорить прямо, — об отказе от основополагающих принципов журналистики, базовыми из которых являются объективность и аналитика, а не погоня за тиражом и прибылью.

Решение проблемы авторы видят в подготовке журналистов новой формации, творческих, владеющих цифровыми инструментами, имеющих четкую гражданскую позицию, «индивидуальные технологии, умения и навыки владения новыми техническими устройствами и программным обеспечением являются важнейшими характеристиками любого современного субъекта информационной деятельности, тем более профессионала-журналиста, работающего в данной сфере» [Там же, с. 139]. Способности применять навыки творчества в сфере СМИ, преодолевать существующие трудности, адекватно отвечать на социальный запрос являются залогом успешной профессиональной идентификации молодого специалиста, способны обеспечить его конкурентоспособность на медиарынке и высокий уровень социализации.

В этой связи, **ЦЕЛЬ** статьи — на основе собранных эмпирическим путем данных обозначить ключевые проблемы профессиональной самоидентификации современных журналистов в Уральском федеральном округе.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. В работе использовались метод теоретико-методологического анализа и метод дискурсивной рефлексии, основанный на построении теоретических положений и формулировке рекомендаций на основе имеющегося практического опыта. Основными стали методы анкетирования (стандартизированное интервью) специалистов в области медиакommunikаций и студентов-журналистов УрФО и создания эссе студентами-журналистами Сургутского государственного педагогического университета.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ. Говоря о социальной идентичности журналистов УрФО в условиях цифровизации СМИ, мы, прежде всего, обращаем внимание на такую ее разновидность, как профессиональная идентичность специалиста, итог «профессиональной рефлексии индивида, который считает профессию призванием и относит себя к адептам профессионального общества» [5, с. 98]). Для нас, в данном случае, ключевой является задача определить, как современные реалии, внешние и внутренние факторы влияют на идентичность журналиста и как особенности последней затем отражаются в материалах СМИ.

В одном из своих исследований Н.А. Перинская так определяет понятие «профессиональная идентичность»: это «осознанная индивидом его принадлежность к профессиональному сообществу по уровню образования, профессиональным компетенциям и профессиональной культуре, а также по его включенности в профессиональную группу, которая отождествляет данного индивида как «своего». Профессиональная идентичность является результатом профессиональной социализации и контролируемого процесса становления в человеке образа его «Я» как профессионала. В процессе профессиональной социализации происходит усвоение индивидом определенных профессиональных знаний, навыков, умений, накопление профессионального опыта, овладение стандартами, ценностями, язы-

ком профессионального сообщества, приобщение к соответствующей субкультуре. Особой чертой профессиональной социализации является то, что она предполагает наличие определенной профессии и происходит с индивидом, уже сформировавшимся как личность» [7, с. 209]. Опираясь на определение, можем сделать вывод о том, что профессиональная идентичность включает в себя не только овладение профессиональными навыками, но постижение культурных ценностей, принятых в социуме или профессиональной группе. Сюда следует добавить навыки коммуникации, речевого взаимодействия, овладение стандартами, приобретение опыта воздействия на аудиторию.

По мнению исследователя Е.В. Каманиной, структура профессиональной идентичности современных журналистов включает следующие основные компоненты: «когнитивный компонент (сфера профессиональных знаний, в том числе образование, квалификация); ценностный компонент (нормы, ценности, правила, удовлетворенность своим положением); профессионально-практический компонент (членство в профессиональных сообществах, понимание влияния профессии на современное общество); личностный компонент (гражданская позиция, любознательность, интеллектуальное лидерство)» [1, с. 90]. Ключевыми для нас являются такие аспекты, как ценностный и личностный, поскольку именно они имеют непосредственное отношение к культуре народа, могут быть соотнесены с мировоззрением и в целом с самоидентификацией журналиста. Автор выделяет те параметры, которые необходимо формировать у студентов-журналистов на этапе обучения в вузе: «Понимание роли журналиста в условиях модернизации общества; сочетание классических приемов журналистики с методами, эффективными в новых социальных медиа; постоянное развитие профессиональных компетенций, отвечающих требованиям информационной объективности и гражданского неравнодушия» [Там же]. Как видим, здесь отмечена гражданская позиция, работа в обновленном (цифровом) пространстве и в рамках конвергентной журналистики. К этому списку мы бы добавили знание журналистом концептосферы культуры народа, необходимость соотнесения своего мировоззрения и навыков практической работы с культуросообразной нормой и запросами социума.

Важнейшим моментом, который определяет идентичность современного журналиста, является необходимость заниматься текстотворчеством в новых условиях конвергентной (от лат. *convergo* — «сближение») журналистики. В современных условиях традиционным (аналоговым изданиям) оставаться конкурентоспособными практически невозможно. Поэтому журналистам приходится работать в рамках интеграции информационных и коммуникативных технологий, то есть не только уметь создавать качественные тексты, но и владеть информационными технологиями, чтобы эти тексты (по возможности, адресно) направить потребителю. Медиапродукты переводятся в электронный формат (интернет-газета, интернет-радио, веб-телевидение и т.д.). Один и тот же медиапродукт транслируется в различных форматах, по разным каналам. Происходит стирание границ жанров, форматов, способов трансляции, и журналист «новых медиа» должен принять эти изменения. Журналистика, как полагает В.Ф. Олешко, должна стать конвергентной. Это требует от журналиста прежде всего профессиональных навыков: «...научное понимание процесса медиаконвергенции предполагает выделение для системного анализа трех основных уровней — собственно технологического, экономического и профессионального. В ходе проведенного исследования мы выяснили, что третий, профессиональный уровень остается пока наименее изученным и систематизированным. Обусловлено это как новизной, многообразием и объемом проблематики эффективной медиадетальности в новых условиях, так и явной недостаточностью методологических подходов, отражающих изменения, происшедшие в последние годы в среде специалистов данной профессиональной группы» [6, с. 132]. Но также требуется развитие духовно-нравственных качеств в рамках формирования демократических институтов в российском обществе [Там же].

О концепции «гибридной медиасистемы» (Э. Чедвик) в своей работе говорит и А.Ю. Колянов. Различные формы медиа (печатные СМИ, радио, телевидение, Интернет) в настоящее время объединяются и функционируют одновременно. Гибридность является одним из эффектов конвергентности журналистики и порождает, по мнению автора, ряд дисфункций: «информационное загрязнение», цифровое неравенство, коммерциализация контента. Современному журналисту в подобных условиях достаточно сложно самоидентифицироваться, «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» [3, с. 69]. Зачастую у современных журналистов наблюдается внутренний конфликт, кризис профессиональной идентификации, причина которого состоит в осознании выхода из традиции, существовавшей десятки лет, в транспрофессиональности деятельности и гибридизации СМИ. Размываются критерии оценки эффективности журналистики, оценки как качества журналистского текста в частности, так и работы журналиста в целом. То, что прежде считалось сильной стороной журналиста, отходит на второй план, социальный запрос предусматривает в настоящее время развитие новых компетенций, главным образом, связанных с цифровизацией медиапространства.

В этой связи следует отметить, что формирование профессиональной идентичности — процесс сложный и многоплановый, многое зависит и от субъекта данного процесса, но нельзя снимать ответственности за ее формирование с педагогов, журналистов-практиков, представителей государственных институтов. Так, Н.Я. Макарова выделяет шесть стадий развития профессиональной идентичности начинающего журналиста:

- 1) активизация и тревожное ожидание,
- 2) зависимость и идентификация,
- 3) деятельность и продолжающаяся зависимость,
- 4) принятие самостоятельности,
- 5) идентичность и независимость,
- 6) спокойствие и коллегиальность [5, с. 198–200].

Как видим, основная цель медиапедагогики — содействовать формированию профессиональной идентичности обучающихся, переводить журналиста в «автономное плавание», когда субъект медиапространства способен самостоятельно оценивать преимущества и угрозы цифровизации СМИ, видеть свое место в медиаполе, системно создавать медиaproдукты в соответствии с собственными интенциями и видением мира. К сожалению, (о чем мы будем говорить ниже) далеко не всегда к подобного рода социокультурным изменениям и адекватной ответной реакции готовы сами студенты, что затрудняет их текстовотворчество (ключевым аспектом которого является свобода самовыражения), мешает их дальнейшей профессионализации.

Выпускники, начинающие журналисты зачастую плохо осознают важность перемен, произошедших в СМИ в цифровую эпоху, а также те, с одной стороны, возможности, а с другой — угрозы, которые эти перемены несут. Исследователи А.В. Колесниченко, А.В. Вырковский, М.Ю. Галкина и др. подтверждают данный тезис и отмечают расхождение «между заявленным уровнем инновационности и фактическим положением дел, обусловленным инерцией и нежеланием журналистов менять ритм работы и брать на себя дополнительные обязанности, а также межпоколенческими конфликтами в редакциях» [2, с. 53]. Данные конфликты, информационное воздействие на молодежь, недооценка угроз цифровизации порождают определенное напряжение в обществе и, в частности, в журналистской среде. В этой связи, как мы полагаем, необходимы четкие ориентиры, критерии оценки уровня сформированности профессиональной идентификации, по кото-

рым журналист может и должен фиксировать собственное состояние, выявлять проблемы и находить способы их решения.

Так, например, исследователь А.С. Кулакова установила, что профессиональная самоидентификация журналистов определяется тремя ключевыми позициями: «стремление к свободе слова, открытости (публичности) и доступности информации» [4, с. 23]. В данном случае речь идет прежде всего о свободе слова, об отсутствии жестких рамок в процессе самовыражения и саморазвития журналиста. Безусловно, возможность получать, перерабатывать и доносить до читателя информацию без жестких цензурных ограничений является основой для успешной профессиональной и творческой самореализации любого журналиста. При этом исследователь установила, что важнейшую роль в формировании зрелой профессиональной позиции играет высшее журналистское образование. В данном случае именно вузы должны стать ареалом креативного переосмысления действительности, дискуссий и свободного профессионального общения. Однако здесь неизменно возникает вопрос о границах свободы. Вопрос этот в условиях информационных войн и цифровизации СМИ (манипулирование сознанием, дипфейки и др.) является отнюдь не праздным. И ответ на него в науке, применительно к профессиональной идентификации журналиста, пока, как мы полагаем, не найден.

Говоря о роли информационных технологий в медиaprостранстве, А.С. Кулакова убеждена, что они не только не тормозят профессиональное развитие журналиста, но, напротив, остаются «основным условием реализации социально значимых функций журналистики. Доступность новых форматов коммуникации широким слоям аудитории, появление социальных сетей и личных интернет-СМИ (блогов) содействуют распространению эталонов журналистской идентичности в обществе, приводят к росту количества журналистов за счет активных участников интернет-коммуникации, установки и ценности которых в значительной степени сближаются с установками журналистов, работающих в профессиональных СМИ» [Там же, с. 12–13]. Высказывание это является, на наш взгляд, дискуссионным, поскольку автор не учитывает существенные угрозы цифровизации СМИ, имеющие деструктивный характер по отношению к профессиональной идентичности начинающего журналиста. Кроме того, не будем забывать о конкуренции со стороны общественных журналистов, которые являются порождением этой социокультурной трансформации, а также — ИИ, который как любой инструмент можно использовать не только во благо.

С целью, в том числе, и выявления особенностей профессиональной идентичности журналистов УрФО в 2023–2024 гг. нами было проведено анкетирование (стандартизированное интервью) среди субъектов (акторов) медиaprостранства округа. В опросе приняли участие 375 человек. Возраст: от 18 до 60 лет, студенты и преподаватели вузов округа, практикующие журналисты. В анкете было 28 вопросов. В связи с заявленной темой нас интересуют следующие. Вопрос № 7 был сформулирован так: «Какие проблемы практической журналистской деятельности Вы считаете наиболее актуальными?». Респондентам было предложено 15 вариантов, включая «Что-то другое» и «Затрудняюсь ответить». Можно было выбрать 3 варианта или указать свой. Вопрос был задан с целью определить уровень саморефлексии акторов медиaprостранства и, собственно, те препятствия, которые имеются на пути успешной профессиональной идентификации и самореализации. Респонденты выделили в числе насущных проблем следующие: «Гласность и доступ к информации»; «Профессиональная этика журналиста»; «Большой объем информации»; «Понижение роли СМИ в обществе»; «Взаимодействие властных структур и представителей СМИ», «Законодательство по СМИ».

Как видим, проблемы выделены традиционные. Акторов медиaprостранства по-прежнему, как и в прошлом веке волнуют проблемы отношений с властью, определенные ограничения свободы слова, соблюдение «Закона о СМИ», а также — этических норм. Мы не можем утверждать, что такие аспекты, как «Цифровизация СМИ», «Манипуляции общественным

сознанием со стороны СМИ», «Конкуренция со стороны «гражданских журналистов», «Конвергентные процессы в журналистике» совершенно выпали из поля зрения респондентов, однако они не являются, судя по опросу, ключевыми для специалистов в области медиа, что, конечно, не может не вызывать тревогу.

Также здесь отметим, что респонденты оставили без внимания следующие проблемы: «Отсутствие достаточных компетенций у современных профессиональных журналистов», «Отсутствие возможности повышать квалификацию», «Напряженные отношения внутри редакции». Практикующие журналисты убеждены, что их профессиональных компетенций достаточно, чтобы быть конкурентоспособными на рынке информационных услуг.

В этой связи логично привести ответы на вопрос № 12 «Можете назвать свои конкурентные преимущества как профессионала на медиарынке?». И здесь респонденты демонстрировали достаточно традиционные взгляды на профессию и собственную профессиональную идентификацию. Перечислим частотные варианты: ответственность, креативность / творчество, коммуникация, пунктуальность, компетентность, образованность, вежливость. Цифровые компетенции были проигнорированы. Эти ответы коррелируют (в смысле традиционности подхода) с ответами на вопрос № 15 «Пожалуйста, назовите характеристики, отличительные черты, качества журналиста-профессионала (не менее 5). Были названы следующие: ответственность, независимость, талант, оригинальность, аполитичность (имелось в виду отсутствие ангажированности властью), профессионал, гражданин, грамотный человек, креативность.

Приходится констатировать, что субъекты медиапространства часто не осознают коренных изменений, происходящих в области СМИ, а точнее, тех последствий, которые они несут. Продолжая работать в традиционной парадигме, профессиональные журналисты могут проиграть в конкурентной борьбе гражданским журналистам. Игнорирование цифровых инструментов также снижает конкурентный потенциал первых. В этой связи отечественное медиаобразование должно пересмотреть свою позицию по отношению к образу «идеального журналиста» и построить образовательный процесс с учетом новых социокультурных трансформаций. Практикующим журналистам, вероятно, следует скорректировать свои взгляды на цифровизацию СМИ и конвергенцию жанров, активнее включаться в процесс использования цифровых инструментов в рамках медиаполя УрФО.

Понимая, что нынешние студенты-журналисты уже завтра включатся в работу в рамках медиапространства нашего региона, в марте 2023 года в мы предложили группе Б-2211 (2 курс) написать по предложенному плану эссе¹ на тему «Легко ли быть молодым журналистом?». Цель ставилась прежняя — на основе анализа эссе студентов-журналистов определить основные параметры их профессиональной идентификации. Опорный план творческой работы включал такие ключевые позиции, как «Современные изменения, произошедшие в журналистике»; «Основные трудности, с которыми сталкивается журналист»; «Какими компетенциями должен владеть начинающий журналист?». По сути, студентам предлагалось описать собственный портрет профессиональной идентификации на основе рефлексии относительно тех трансформаций, который наблюдаются в медиапространстве.

Анализ творческих работ показал, что студенты называют основные изменения в медиапространстве, готовы на них реагировать, хотя угрозы цифровизации СМИ ими глубоко не осознаны. Вот несколько отрывков из эссе обучающихся. «В настоящее время журналисту приходится работать с большими объемами данных. Если раньше, чтобы добыть нужную информацию, нужно было прилагать усилия, то сейчас перед нами другая проблема — проверить ее на истинность, отсеять ненужную, сообщить аудитории только подлинные факты. Это получается не всегда, но от этого зависит имидж редакции и издания» (П.В.).

¹ Подобный инструмент достаточно активно применяется в социологии журналистики. См., например, исследование Олешко В.Ф., Олешко Е.В., Мухина О.С. Проблема самоидентификации студентов-журналистов цифровой эпохи // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 135-157.

«Сегодня корреспондент должен уметь не только писать статьи, но и создавать мультимедийный контент, работать с видео— и аудиоматериалами. Кроме того, скорость передачи новостей стала намного выше, что требует от журналистов оперативности и гибкости» (Л.П.). «В современных условиях журналисту необходимо адаптироваться к изменениям, происходящим в СМИ. Цифровизация и конвергенция сделали доступ к информации более легким, но порой негативно влияют на содержание материалов» (Ю.П.).

В качестве трудностей, которые нужно преодолевать журналисту в своей профессиональной деятельности, студенты называют верификацию информации, работу с большими объемами данных, проблему повышения квалификации и обмена передовым опытом с другими журналистами, соблюдение журналистской этики, объективное, честное освещение событий, ангажированность, отношения с властью. Цифровые инструменты студенты журналисты готовы использовать в своей работе и считают, что с этим в будущей профессиональной деятельности у них проблем не возникнет.

Интерес для нас представляет та часть эссе, в которой студенты говорят о необходимых профессиональных компетенциях: «Современный журналист должен быть креативным, то есть не только находить нужную информацию, но и творчески ее перерабатывать. Но и этого недостаточно. Сейчас очень важно интересно подать материал, так, чтобы заинтересовать аудиторию» (К.Т.). «...нужны креативность, аналитическое мышление и, конечно, коммуникабельность, умение разговаривать с людьми. Еще нужны ответственность, пунктуальность, выполнение заданий к намеченному сроку (по крайней мере, этого от нас требовали на практике). Наверное, нужно быть хорошо образованным, разбираться во многих вопросах: в спорте, политике, экономике, то есть обладать высоким уровнем эрудиции, уметь быстро переключаться с одного вида деятельности на другой» (О.Т.). «Нужно уметь работать в разных жанрах» (О.К.). «Для меня важно соблюдать журналистскую этику, сохранить себя, то есть быть честным перед своей аудиторией и перед самим собой. А профессиональные качества можно приобрести с опытом. Но они не будут иметь никакого смысла, если журналист потеряет себя как личность» (Н.Л.). «Важно быть наблюдательным, объективным, любопытным, гибким и адаптивным, быть независимой стороной в распространении информации, транслировать различные точки зрения на события» (В.Т.).

Полученные данные коррелируют с выводами, сделанными нами на основе анкетирования. Студенты, как правило, называют традиционные компетенции: креативность, аналитическое и критическое мышление, эрудиция, адаптивность, навыки коммуникации, журналистская этика, объективность, любопытство, настойчивость.

Следует отметить, что студенты-журналисты СурГПУ имеют высокий уровень мотивации, готовы применять полученные знания, умения и навыки в практической сфере. Тем не менее, вопросы, которые возникли в результате обработки данных эссе, остаются.

ВЫВОДЫ. Итак, анализ ответов на вопросы № 7, 15 и 28 анкеты, а также анализ эссе студентов-журналистов второго курса СурГПУ позволил сделать ряд выводов. Респонденты и авторы эссе видят те изменения, которые происходят в СМИ: отмечаются цифровизация, конвергенция жанров, виртуализация медиапространства. Однако этим изменениям не уделяется достаточного внимания. Студенты и практикующие журналисты считают, что обладают достаточным набором компетенций, чтобы использовать преимущества цифровизации и противостоять ее угрозам в своей работе. Журналисты зачастую игнорируют названные угрозы, продолжая мыслить в рамках традиционной парадигмы. В этой связи отечественное медиаобразование должно скорректировать свои подходы к обучению, выстроить учебные курсы и производственные практики так, чтобы учесть социальный запрос и те трансформации, которые происходят в журналистике. Профессиональная самоидентификация современных журналистов не всегда объективно отражает место специалиста в современном медиапространстве, часто формируется без учета угроз и преимуществ, которые несет цифровизация СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каманина Е.В. Профессиональная идентификация современных журналистов: теоретические основы и реальные практики // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2019. № 3. С. 81–91.
2. Колесниченко А.В., Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Образцова А.Ю., Вартаков С.А. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 51–71.
3. Колянов А.Ю. Профессиональная идентичность журналиста в условиях гибридной медиасистемы // Дискурс. 2020. Том 6. № 4. С. 62–72.
4. Кулакова А.С. Новые технологии как фактор формирования профессиональной идентичности современного журналиста: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10. Воронеж, 2019. 27 с.
5. Макарова Н.Я. Стадии формирования профессиональной идентичности журналиста // Медиапространство многополярного мира: сборник научных статей. Москва, РУДН, 13 апреля 2017 г. М.: РУДН, 2017. 599 с.
6. Олешко В.Ф. Структура и компоненты профессиональной идентичности журналиста // СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. С. 85–158.
7. Перинская Н.А. Профессиональная идентичность // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 2. С. 209–211.

REFERENCES

1. Kamanina E.V. *Professional'naya identifikatsiya sovremennykh zhurnalistov: teoreticheskie osnovy i real'nye praktiki* [Professional identification of modern journalists: theoretical foundations and real practices] // Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2019. № 3. S.81–91. (In Russian).
2. Kolesnichenko A.V., Vyrkovskij A.V., Galkina M.Yu., Obrazcova A.Yu., Vartanov S.A. *Transformatsiya zhurnalistской raboty pod vliyaniem novykh tekhnologij: poisk informatsii, zhanry mediatekstov, redakcionnaya kul'tura* [Transformation of journalistic work under the influence of new technologies: information search, genres of media texts, editorial culture] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10: Zhurnalistika. 2017. № 5. S. 51–71. (In Russian).
3. Kolyanov A. Yu. *Professional'naya identichnost' zhurnalista v usloviyakh gibridnoj mediasistemy* [Professional identity of a journalist in a hybrid media system] // Diskurs. 2020. Tom 6. № 4. S. 62–72. (In Russian).
4. Kulakova A.S. *Novye tekhnologii kak faktor formirovaniya professional'noj identichnosti sovremennogo zhurnalista* [New technologies as a factor in the formation of professional identity of a modern journalist]: avtoreferat dis. ... kandidata filologicheskikh nauk: 10.01.10. Voronezh, 2019. 27 s. (In Russian).
5. Makarova N. Ya. *Stadii formirovaniya professional'noj identichnosti zhurnalista* [Stages of formation of a journalist's professional identity] // Mediaprostranstvo mnogopolyarnogo mira: sbornik nauchnykh statej. Moskva, RUDN, 13 aprelya 2017 g. M.: RUDN, 2017. 599 s. (In Russian).
6. Oleshko V.F. *Struktura i komponenty professional'noj identichnosti zhurnalista* [The structure and components of a journalist's professional identity] // SMI kak mediator kommunikativno-kul'turnoj pamyati. Ekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 2020. S. 85–158. (In Russian).
7. Perinskaya N.A. *Professional'naya identichnost'* [Professional identity] // Znanie. Ponimanie. Umenie. 2018. № 2. S. 209–211. (In Russian).