



Модель профессии и журналистские роли

Нигматуллина Камилла Ренатовна
Доцент кафедры цифровых
медиакоммуникаций



Профессиональная роль - это своего рода коллективная идентичность, что показывает разницу между профессией и другими группами внутри и вне компании.



Ролевые концепции - это нормативное понимание того, что такое журналистика и что она должна делать; они имеют отношение к тому, как журналисты понимают практику журналистики и как они оправдывают ее в рамках «профессии» и перед другими участниками общества.



- Быть беспристрастным наблюдателем.
- Описывать вещи и события такими, какие они есть.
- Пристально наблюдать за политическими лидерами.
- Пристально наблюдать за представителями бизнеса.
- Формировать политическую повестку.
- Влиять на общественное мнение.
- Способствовать социальным переменам.
- Быть оппонентом правительства.
- Поддерживать национальное развитие.
- Транслировать позитивный образ политического руководства
- Поддерживать политику правительства.



- Развлекать.
- Создавать новостные материалы, способные привлечь максимально широкую аудиторию.
- Сопровождать людей советом и помогать им ориентироваться в жизни.
- Публиковать информацию, необходимую людям для принятия политических решений.
- Побуждать людей участвовать в политической жизни.
- Давать людям возможность выразить свои взгляды.
- Просвещать, образовывать аудиторию.
- Рассказывать интересные истории об окружающем мире.
- Пропагандировать терпимость и культурное разнообразие.



- нормативные идеи (то, что должны делать журналисты),
- субъективные ориентации (то, что хотят делать журналисты)
- и воспринимаемые результаты (что, по мнению журналистов, они делают на практике)

what journalists ought to do, what they want to do, what they really do in practice, and what they think they do



нейтральная и участник (Cohen 1963), гейткипер и адвокат (Janowitz), 'disseminator', 'interpreter', 'adversarial', and 'populist mobilizer (Johnstone et al. (1972), Weaver and Wilhoit (1986, 1996), 'change agents' Pintak (2014), to defend national sovereignty, preserve national unity, and foster societal development (Pintak and Nazir, 2013; Romano, 2003), 'development journalism' (Xiaoge, 2005), passive versus active and neutral versus advocate Donsbach and Patterson (2004), interventionism, power distance, and market orientation (Ханицш 2007), monitorial, facilitative, collaborative and radical (Christians et al. 2009), the preservation of social harmony and respect for leadership (Masterton, 1996; Xiaoge, 2005).



- The informational-instructive: disseminator, curator, storyteller
- The analytical-deliberative : analyst, access provider, mobilizer
- The critical-monitorial : monitor, detective, watchdog
- the advocative-radical : Adversary, advocate, missionary
- The developmental-educative : change agent, educator, mediator
- The collaborative-facilitative : facilitators, collaborator, mouthpiece



К. Мелладо (2013)

disseminator–interventionist,

loyal,

watchdog,

civic,

service

and infotainment



Для лайфстайл журналистов (Ханицш, Вос, 2017): marketer (promoting lifestyles and products, potentially serving advertisers); service provider (offering practical information and advice on services and products, but more independent than the marketer with audiences as constituents); friend (helping audiences navigate the task of identity work); connector (providing a sense of belonging and contributing to shared consciousness and identity); mood manager (contributing to emotional well-being as a provider of positive experiences); inspirator (providing inspiration for new products and lifestyles); and guide (combining the three key spaces by providing orientation for daily life, such as presenting exemplars of desired lifestyles).



Общественное служение, объективность,
автономность, оперативность, этика.

= профессиональные стандарты работы



Е.П. Прохоров (ориентация на результат):
идеологические, культурно-рекреативные
и непосредственно-организаторские.

С.Г. Корконосенко (на субъект):

Социетальный уровень: интеграция
составных элементов общества, функция
познания (самопознания);

Институциональный: пропагандистская,
агитационная и организационная.



Функции Ж для соц. институтов и групп





- Группа функций ориентации
- ГФ связи с обществом и конкретными людьми: идейной, эмоциональной, организационно-деятельной
- ГФ психологической разрядки: развлечение, релаксация, психогигиена.

На уровне журналистского сообщества: служебно-профессиональная функция (реализация знаний и навыков, исполнение должностных обязанностей и общественного долга, обеспечение средствами к существованию) и творческая (самопознание, личностная самореализация и саморазвитие в процессе создания журналистских произведений).



И.М. Дзялошинский:

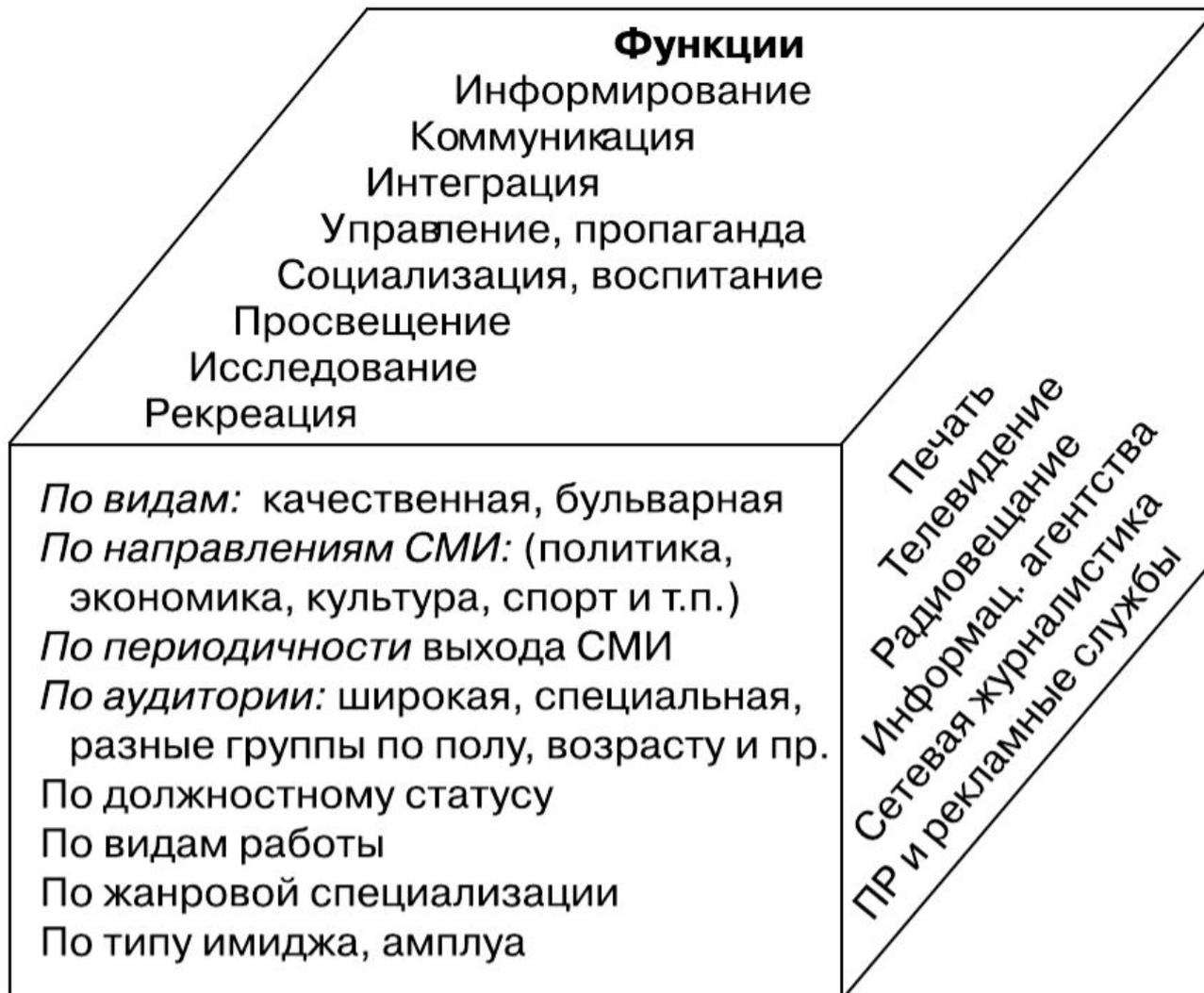
- объективный наблюдатель и аналитик,
- производитель товара под названием «информация»,
- полпред общества, призванный добиваться торжества справедливости,
- независимая личность, выражающая собственное мнение,
- политический деятель, достигающий поставленной цели путем влияния на общественное сознание.



Назначение журналистики состоит в преобразующем воздействии на практику в соответствии с актуальными интересами общества и человека и целями социального прогресса.



«Куб судьбы» от Л.Г. СвитиЧ





- авторский
- редакторский
- социально-просветительский
- технологический
- маркетинговый
- проектный
- организационный

Область деятельности: средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)



Рисунок 3.1.2. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ (БАЗОВЫЕ) РОССИЙСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ



http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf