

З. О. Серебрякова

## ОПЫТ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ДЕЙНСТИТУЦИАЛИЗАЦИИ ИНСТИТУТА ЖУРНАЛИСТИКИ

Самарский национальный исследовательский университет им. академика С. П. Королева,  
Российская Федерация, 443086, Самара, Московское шоссе, 34

В статье описан опыт проведения качественного социологического исследования некоторых аспектов феномена дейнституциализации российской журналистики, то есть демонополизации, деконструкции и децентрации институционального порядка. В отличие от ряда смежных формальных терминов (например, *новые альтернативные медиа*) дейнституциализация журналистики содержательно указывает на весь комплекс объективных и субъективных контринституциональных тенденций в социальном институте журналистики. Дейнституциализация журналистики имеет два измерения: *внешнее и внутреннее*. Внешняя дейнституциализация — возникновение под влиянием современных коммуникативных технологий так называемой *креативной аудитории*, значительная часть которой сама производит и распространяет общественно значимый контент, что создает ситуацию «парадигмы хаоса» в коммуникациях. Это десакрализирует экспертное (профессиональное) журналистское знание и позволяет заниматься им широкому кругу «любителей». *Внутренняя дейнституциализация* — это личный (скрытый или открытый) протест профессионального журналиста против институционального принуждения журналистской организации, специфическая форма профессиональной этики, желание следовать *профессиональной миссии* и руководствоваться *существом журналистского дела*, даже если они идут вразрез с доминирующей *институциональной логикой*. В статье приводятся результаты глубинного интервью с экспертной и не экспертной группами респондентов. Автор отвечает на несколько исследовательских вопросов, среди которых: имеет ли место процесс дейнституциализации журналистики? В чем он выражается? Какие тенденции в современной журналистике выделяют представители журналистской сферы (профессиональные журналисты и блогеры) и потребители информации? Также поднимается вопрос доверия к современным источникам массовой информации и делается вывод относительно того, что в профессиональной среде и среде потребителей информации имеют место признаки тотального недоверия медиаресурсам. Библиогр. 19 назв.

*Ключевые слова:* институты, дейнституциализация, журналистика, доверие, СМИ, интервью.

Z. O. Serebryakova

### EXPERIENCE IN QUALITATIVE RESEARCH OF INSTITUTE OF JOURNALISM DEINSTITUTIONALIZATION

Samara National Research University, 34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russian Federation

This article describes the experience of qualitative social research of some aspects of the phenomenon of Russian journalism deinstitutionalization — which expresses features of institutional order demonopolization, deconstruction and decentralization. Unlike a number of related formal terms (for example, new media or alternative media), journalism deinstitutionalization points meaningfully to the whole complex of objective and subjective counter-institutional tendencies in the social institution of journalism. Journalism deinstitutionalization has two dimensions: internal and external. External deinstitutionalization occurs, under the influence of modern communication technologies, the so-called creative audience, much of which produces and distributes socially meaningful content by itself that creates a situation of “chaos paradigm” in communications. It demonopolizes expert (professional) journalistic knowledge and allows it to engage in a wide range of “amateurs”. The internal deinstitutionalization is a personal (hidden or open) protest of professional journalist against institutional coercion of journalistic organization, it's a specific form of professional ethics, the desire to follow a professional mission and being guided by the merits of the journalistic case, even if it runs counter

to the dominant institutional logic. The article gives the results of in-depth interviews with an expert and a non-expert groups of respondents. The author poses several research questions suitable for research, including: is there a process of journalism deinstitutionalization? What is its expression? What are the trends in modern journalism's isolated representatives of the journalistic sphere (professional journalists and bloggers) and information consumers? Also raised is the question of trust in modern media sources. The conclusion is that there are signs of total distrust in media resources in a professional environment and environment of information consumers. Refs 19.

*Keywords:* institutions, deinstitutionalization, journalism, media, trust, interview.

## Введение

Своеобразие новых типов коммуникации, качественно новый характер связи между создателем и потребителем журналистского материала в современном обществе ставят под сомнение «элитарность» и значимость журналистской профессии, а деформирующаяся под влиянием политических и бизнес-элит *институциональная логика* журналистских организаций создает опасность для сохранения *сущности журналистского дела* как ядра профессии. Для концептуальной фиксации описанных процессов целесообразно ввести термин «деинституциализация», означающий не отмену институционального порядка в той или иной области социальной жизни, но процесс его демонополизации, деконструкции и децентрации. В отличие от ряда смежных формальных терминов (например, *новые или альтернативные медиа*) деинституциализация журналистики содержательно указывает на весь комплекс объективных и субъективных контринституциональных тенденций в журналистской профессии.

В социологической науке практически отсутствуют эмпирические исследования деинституциализации журналистики, хотя, безусловно, сама журналистика и социальные явления, связанные с ней, не раз анализировались специалистами в сфере новых медиа. В то же время подобное исследование **актуально**, так как оно связано с современным состоянием российской журналистики: оно фиксирует те контринституциональные процессы, которые происходят с российской журналистикой здесь и сейчас.

**Цель** представленного эмпирического исследования — описать отдельные аспекты деинституциализации журналистики как социального феномена (внешние проявления деинституциализации).

**Объектом** эмпирического исследования выступили российские журналисты (представители *институциональной* журналистики — журналисты, работающие в СМИ, а также представители *деинституциональной* журналистики — топовые блогеры, не работающие в СМИ, то есть представители журналистики «за пределами классических институтов»), а также потребители массовой информации. Предметом является деинституциализация института журналистики.

## Обзор научной литературы по теме исследования

Автором статьи понятия «СМИ» и «журналистика» рассматриваются как родственные (хотя и нетождественные), однако опорным является термин «институт журналистики». О различии терминов «СМИ» и «журналистика» пишет И. Д. Фомичева, отмечая, что СМИ — это один из видов массовой коммуникации, в то

время как «рассмотрение нашего объекта как журналистики/журнализма — это медиациентристский взгляд. Он фокусируется на социальной природе, содержании данного вида деятельности, ее продуктах» [1]. Таким образом, понятие *института журналистики* будет настраивать фокус не на организационное оформление современных массмедиа, а на существо журналистского дела, содержание журналистской профессии. Подчеркнем, что само понятие *журналистской профессии*, являясь дискуссионным, довольно активно используется отечественными социологами и исследователями медиа (А.И. Черных, И.Д. Фомичева, С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутина), хотя существует и другая точка зрения (Е.П. Прохоров, Н.Э. Шишкин и др.), согласно которой журналистику следует считать совокупностью профессий — репортера, редактора, фотокорреспондента и т. д., важных для обеспечения всех ее составляющих.

Об институциональной журналистике вообще и ее частных проблемах в современную эпоху пишут В.С. Виноградский [2], И.В. Зиновьев [3], А.Г. Качкаева [4], а также зарубежные исследователи С. Вэйсборд [5], А. Гюнтер и К. Кристен [6], С. Куинн [7], Дж. В. Павлик [8], Дж. Уатсон [9] и др. Все эти исследования, безусловно, отражают актуальные проблемы российской и зарубежной журналистики, однако чаще всего в них не предпринимается попытка соединить в единый концепт *внешние и внутренние* вызовы, с которыми сталкивается журналистская профессия. Именно с этой целью автором вводится понятие *деинституциализации журналистики*. В данной работе, в отличие от ряда других [10], не ставится цель подробного соотнесения понятия *деинституциализации* с другими релевантными терминами из теории медиа, поэтому приведем лишь краткое определение терминов, которые помогут в интерпретации данных эмпирического исследования, а также обзор работ, которые помогли сформулировать эти определения.

О понятии *деинституциализации*, эвристических возможностях его применения к различным сферам социальной жизни и его философских основаниях пишут К. Дернер [11], В.Л. Лехциер [12], говоря, в частности, что это такой выбор профессионала, когда после институционального искажения «базовой деятельности» в силу тех или иных процессов, например коммерциализации медицины, сам профессионал решает продолжать работать в учреждении, но не обращать внимания на его коммерческие и бюрократические интересы, а исходить в своей работе только из сути профессии. Данный тезис помог автору вывести определение **внутреннего** проявления деинституциализации (внутренней деинституциализации) журналистики: **это личный, скрытый или открытый, протест журналиста (представителя институционального СМИ) против институционального принуждения. Это специфическая форма профессиональной этики, желание следовать профессиональной миссии и руководствоваться существом журналистского дела.**

Близкая, но не тождественная теме деинституциализации журналистики — проблематика *альтернативных медиа* — поднимается рядом западных ученых. Например, Ч. Аттоном — в работе «Альтернативные медиа» [13]. Явлению «любительства» и теории новых медиа посвящены исследования Р. Мансэлла [14], Э. Паулоса и С. Кузнецова [15], Н.В. Соколовой [16]. В сборнике «Гражданская журналистика: глобальные перспективы» под редакцией С. Алана и Э. Торсена всесторонне анализируются проявления *гражданской журналистики* [17]. Очевидно, они проблематизируют границы журналистики институциональной. С опорой на

перечисленных, а также некоторых других исследователей автором было выведено определение **внешнего** проявления деинституционализации (внешней деинституционализации) журналистики: это **возникновение под влиянием информационно-технологической революции так называемой креативной аудитории** [18], которая сама производит и распространяет журналистский контент, что создает ситуацию «парадигмы хаоса» [19] в коммуникациях. Это «десакрализирует» журналистское занятие и позволяет **заниматься им широкому кругу «любителей»**. Журналистика «за пределами» классических институтов называется автором *деинституциональной*.

### Методология и методика исследования

Использован **метод глубинного интервью**, в рамках которого анализировались ответы двух групп респондентов — журналисты (представители институциональной и деинституциональной журналистики) и потребители массовой информации. Целевая выборка — 24 человека (9 институциональных журналистов, 5 деинституциональных журналистов и 10 потребителей информации).

Критерием целевого отбора журналистов выступила их принадлежность к журналистскому занятию. Все институциональные журналисты являются профессиональными журналистами и редакторами (в возрасте от 18 лет, работающими в средствах массовой информации не менее трех лет). Информантами выступили именно **действующие** журналисты, сталкивающиеся с актуальными проблемами журналистики в рамках своей повседневной профессиональной практики. Все деинституциональные журналисты на постоянной основе ведут свой блог (страницу в социальной сети) с аудиторией не менее 1 тыс. подписчиков. К данной категории информантов были отнесены именно авторы, не работающие в СМИ, то есть, в концепции данного исследования, относящиеся к журналистике «за пределами» классического института.

Также в целевую выборку были включены рядовые потребители массовой информации, которые, не являясь агентами профессионального поля, ежедневно сталкиваются с ним и могут оценить происходящие в российской журналистике процессы «со стороны». Критериями целевого отбора здесь выступили возраст от 18 лет и ежедневное обращение к средствам массовой информации.

Выбор между групповым и индивидуальным интервью был обусловлен тем, что личное общение позволяет опросить представителей разных категорий респондентов без опасений, что на их мнении скажется чья-то точка зрения, как это бывает при проведении фокус-группы. С учетом того, что в рамках данного исследования были интересны возможные различия в интерпретациях контринституциональных процессов профессиональных (институциональных) журналистов, непрофессиональных (деинституциональных) журналистов и потребителей информации, по роду деятельности никак не связанных с журналистикой, этот фактор был особенно важен.

По характеру общения все проводимые интервью являлись очными. Они проводились с 1 февраля по 10 июня 2015 г.

**Исследовательские вопросы**, стоящие перед автором в рамках проведения глубинных интервью, были ориентированы на изучение внешних проявлений

деинституциализации (изучение внутренних проявлений деинституциализации также проводилось, однако для этого были использованы другие методы, не описанные в данной статье):

1. Каковы основания внешней деинституциализации журналистики?

2. Каковы социальные последствия внешней деинституциализации российской журналистики?

3. Различаются ли оценки описываемого процесса у институциональных и деинституциональных журналистов? Какие признаки деинституциализации журналистики в ее внешнем проявлении считаются позитивными, а какие — негативными?

4. Как позиционируют себя в блогах и социальных сетях институциональные журналисты? Имеет ли место определенное смещение идентичности (могут ли институциональные журналисты выступать как деинституциональные)?

5. По каким критериям определяется доверие тому или иному источнику информации (институциональному или деинституциональному)? Связывалась ли внешняя деинституциализация с ожиданиями аудитории получить доступ к достоверной, независимой информации?

6. Какие перспективы развития есть у российской журналистики?

Некоторые исследовательские вопросы выходят за рамки исследования деинституциализации, однако ответы на них представляют практическую значимость и помогают определить вектор развития российской журналистики. В целом же ценность эмпирического исследования заключается в том, что оно дает экспертные прогнозы развития российской журналистики и советы по изменению системы.

### Результаты исследования

Обратимся к исследованию оснований внешней деинституциализации журналистики. Первым основанием является **информационно-техническая революция**, то есть глобальное развитие информационных технологий, которые потенциально дают доступ к возможности создания и дистрибуции информационного контента любому желающему. Технологическое основание неотделимо от второго основания, **социального** — от изменения «природы потребителя», о которой, в частности, писал упомянутый ранее М. Кастельс.

Перейдем к анализу социальных последствий внешней деинституциализации российской журналистики. Первым социальным последствием является **проблема конкуренции** между представителями институциональных СМИ и деинституциональных журналистов. Ее признание или непризнание соответствует признанию или непризнанию факта **потери монополии** институциональных СМИ на дистрибуцию глобального контента, на формирование информационной картины мира. Первая точка зрения на описываемую конкуренцию (ее высказывают представители институциональной журналистики) — **деинституциональная журналистика не угрожает институциональным СМИ**. Институциональные СМИ будут заниматься дистрибуцией контента независимо от насыщенности новостного фона, в то время как деинституциональная журналистика существует, пока к ней есть интерес самих авторов блогов и социальных сетей: «Журналист ежедневно расска-

зывает людям о том, что важно именно сегодня. Любитель никогда не будет этим заниматься, он пишет, когда ему «охота» [м., 29 лет, редактор интернет-портала, г. Казань]. Кроме того, институциональные СМИ нацелены на формирование информационной картины дня (подчеркнем слово «картины»), что также дает им преимущество перед журналистикой *хорошо информированного гражданина*: «*Читать 100–500 блогов ежедневно — физически невозможно*» [м., 28 лет, главный редактор интернет-портала, г. Тольятти].

Вторая точка зрения — **конкуренция присутствует. Попытка не заметить, проигнорировать ее еще больше отрывает институциональные СМИ от современных технологий создания и распространения контента** (а также форм этого контента), востребованных аудиторией. То есть институт окончательно теряет возможность вернуть себе монополию на глобальную дистрибуцию контента, во всяком случае в интернете: «*Увы, традиционные СМИ не могут больше конкурировать с интернетом по оперативности. И не только в ней. Наши рекламные агенты не умеют продавать рекламу в интернете. Часто они вообще боятся подходить к компьютеру. Если я начну рассказывать своему руководителю отдела рекламы про социальные сети, она может задремать*» [м., 33 года, главный редактор газеты, г. Самара].

Второе социальное последствие внешней деинституционализации — **процесс адаптации институциональных СМИ к новой информационной реальности, их попытка перенять способы и технологии** создания контента в интернете, востребованные аудиторией (которые уже успешно использует деинституциональная журналистика). Это последствие напрямую связано с предыдущим, а именно, с признанием факта конкуренции между двумя анализируемыми видами журналистики.

Третье социальное последствие — возникшая **проблема авторства контента** (и связанная с ней проблема значимости самого авторства), обусловленная возможностью неограниченного тиражирования информации: «*Все сейчас активно пользуются чужим материалом. В интернете доказать авторство становится невозможно*» [ж., 19 лет, блогер, г. Челябинск].

Четвертое социальное последствие (также связанное с принятием описанного факта конкуренции) — **снижение доверия к журналистскому образованию**. Большинство информантов не отрицали необходимость обучения журналистике. Они лишь говорили о необходимости трансформировать систему обучения, так как нынешняя система самовоспроизводства института журналистики в России перестала работать должным образом: «*Журналистское образование не нужно именно в нынешнем виде. При выборе кандидата на работу я сейчас скорее сделаю выбор в пользу человека с нежурналистским образованием*» [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара].

Проанализируем оценки институциональных и деинституциональных журналистов внешней деинституционализации журналистики. Непосредственно внешнему проявлению деинституционализации (развитию нового типа журналистики) дается **позитивная** оценка. **Отчасти негативная** оценка относится не к самой деинституционализации журналистики, а к ее социальному последствию — факту конкуренции. При этом **негативность** связана с осознанием потери институциональной журналистикой монополии на глобальную дистрибуцию контента.

В рамках глубинных интервью **негативно было оценено** такое последствие внешней деинституционализации, как **усложнение процедуры поиска контента** (такая точка зрения высказана информантом-потребителем информационного контента): *«Теперь нужно на порядок больше времени для поиска чего-то действительно полезного»* [м., 26 лет, ученый-физик, г. Самара]. Негативно в одном из транскриптов оценивается отсутствие контроля журналистики «за пределами» института — в той связи, что часть авторов может безнаказанно нарушать профессиональную или социальную этику: *«У таких авторов часто просто нет морально-этических ценностей»* [м., 28 лет, редактор интернет-портала, г. Самара].

Перейдем к вопросу самопозиционирования в блогах и социальных сетях журналистов. Выяснилось, что представители деинституциональной журналистики позиционируют себя по большей части как ньюсмейкеры (источники новостных поводов) и, в меньшей степени, как «простые» пользователи, практикующие повседневное общение в социальных сетях.

Институциональные журналисты позиционируют себя в блогах и социальных сетях с трех позиций: 1) как журналисты определенного институционального СМИ, 2) как источники новостных поводов, 3) как «простые» пользователи, практикующие повседневное общение в социальных сетях. При этом позиционирование себя журналистом определенного институционального СМИ упоминалось почти всеми респондентами: *«Веду личные страницы. Позиционирую себя как сотрудник СМИ, что не исключает использования страницы для личного общения. Такое гибридное позиционирование»* [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара].

Таким образом, некоторые институциональные журналисты ведут блоги и социальные сети, чтобы выступать в них как источник новостных поводов (что соответствует позиционированию представителей деинституциональной журналистики). Однако в данном случае вряд ли можно говорить о смещении идентичности, потому что эта роль **второстепенная**, она развивается на фоне ведущей роли профессионала, журналиста определенного институционального СМИ — в отличие от позиционирования деинституциональных журналистов, где эта роль является ключевой.

Обратимся к вопросу формирования доверия к тому или иному источнику информации. В рамках глубинных интервью был выявлен такой фактор формирования доверия к институциональному СМИ, как его **репутация**: *«Степень доверия у меня больше к тем СМИ, в которых работают опытные журналисты с хорошей школой, — “Коммерсант”, “Ведомости”, РБК, “Форбс”»* [ж., 29 лет, главный редактор журнала, г. Нижний Новгород]. *«СМИ могут врать аудитории сколько угодно долго, но доверие потеряют только тогда, когда вскроется эта ложь»* [м., 29 лет, главный редактор интернет-портала, г. Казань].

Массовость ответов информантов, которые говорят, что репутация — «единственный оставшийся» фактор формирования доверия, позволяет зафиксировать (лишь качественно, но не количественно) снижение доверия к институциональным СМИ. Это прямым образом подтвердилось еще в двух транскриптах глубинных интервью: *«Очевидна потеря доверия к журналистскому сообществу»* [м., 28 лет, главный редактор интернет-портала, г. Тольятти].

Проведенный анализ подтвердил гипотезу о том, что деинституциональная журналистика связывалась с ожиданиями аудитории (точнее, некоторой ее части)

в отношении доступа к достоверному контенту. Однако анализ большого числа транскриптов интервью показал, что эти **ожидания не оправдались**. В частности, выявлены такие практики потребления информационного контента, как полный отказ от обращения к российским источникам и **переход к чтению немодерируемых ресурсов** на иностранных языках. Многие информанты упоминали, что основной критерий доверия к той или иной информации в настоящее время — **анализ нескольких источников** (условно его можно назвать «триангулятивный подход»): *«Я не буду доверять “Первому каналу”, потому что они продуцируют одну точку зрения, а я знаю, что их как минимум две. Но я могу посмотреть новости на “Первом канале”, потом почитать прозападное издание и еще какой-нибудь более-менее независимый источник... И с большой степенью вероятности сделать свой вывод, отличный от вывода всех перечисленных СМИ»* [м., 44 года, банкир, г. Москва]. Стоит подчеркнуть, что о таком подходе рассказывали не только представители институциональных СМИ и блогеры, но и простые потребители информации.

Несмотря на практику анализа нескольких источников («триангулятивный подход»), некоторые информанты все равно не доверяют им, что подтверждает возникновение у определенной (критически настроенной) части общества тотального недоверия ко всем видам источников: *«Я уже никому не доверяю, просто принимаю информацию к сведению»* [м., 31 год, блогер-тысячник, г. Самара]. *«Это полная утрата доверия ко всем источникам, кроме собственных глаз, хотя и они ошибаются»* [м., 29 лет, главный редактор радиостанции, г. Самара].

Обратимся к исследовательскому вопросу о перспективах развития российской журналистики. В интервью описывались две основные перспективы развития: на базе существующего института (в терминах автора это будет означать **реинституционализацию существующего института**) и на базе деинституциональной журналистики (что будет означать **институционализацию деинституциональной журналистики**). О первой модели говорится в транскриптах четырех интервью, например: *«Современное СМИ скоро должно будет функционировать как совокупность блогеров и журналистов, которые работают на одной площадке»* [м., 44 года, банкир, г. Москва]. О второй модели говорится в транскриптах пяти интервью, например: *«Власть всегда была заинтересована в контроле над СМИ. Впрочем, интернет ведь не имеет ограничений?»* [м., 28 лет, редактор интернет-портала, г. Самара].

Стоит отметить, что в транскриптах нескольких интервью зафиксирован и третий прогностический миф, связанный с **неоправдавшимися надеждами на деинституционализацию журналистики**, с ситуацией тотального недоверия ко всем видам источников. Он звучит следующим образом: информационная война, которая наблюдается в настоящее время, в итоге приведет общество к трансформации ценностей и социальных ориентиров, **«деградации» как институциональной, так и деинституциональной журналистики**. Информационная картина мира будет формироваться путем публикации фактоидов, произойдет полный отрыв обеих журналистик от **существа журналистского дела**: *«Впереди новый тоталитаризм. Ничего, всегда есть общее болото, в котором все не так, как надо, — и отдельные редакции, личности, заметки, которые оправдывают существование профессии»* [ж., 29 лет, редактор интернет-портала, г. Москва].

## Выводы и обсуждение результатов

В рамках исследования выявлены два основания деинституционализации журналистики — технологическое и социальное. Технологическое связано с неограниченными возможностями дистрибуции контента, а также с возможностью современных гаджетов (телефонов, видеорегистраторов и т.п.) фиксировать события. Социальным основанием является *претензия на глобальную дистрибуцию информационного контента*.

Социальными последствиями внешней деинституционализации являются:

- Конкуренция между двумя видами журналистики (институциональной и деинституциональной) за ограниченные ресурсы потребителей контента. Есть две точки зрения на то, кто выигрывает в этой конкуренции (институциональные СМИ или деинституциональная журналистика). Среди преимуществ институциональной журналистики перед деинституциональной называются: дистрибуция контента, независимо от яркости и насыщенности новостного фона, возможность сформировать информационную картину мира (предоставить потребителю только наиболее значимый контент). Среди преимуществ деинституциональной журналистики называются оперативность и гибкость (более активное следование за актуальными тенденциями создания и распространения контента).
- Процесс адаптации институциональных СМИ к новой информационной реальности, их попытка перенять способы и технологии создания контента в интернете, востребованные аудиторией (которые уже успешно использует деинституциональная журналистика). Это последствие напрямую связано с предыдущим, а именно, с признанием факта конкуренции между двумя анализируемыми видами журналистики.
- Возникшая проблема авторства контента (и связанная с ней проблема значимости самого авторства), обусловленная возможностью неограниченного тиражирования информации.
- Снижение доверия к журналистскому образованию (которое не успевает изменяться вслед за актуальными тенденциями в журналистике), что также связано с принятием факта конкуренции между институциональными СМИ и журналистикой *хорошо информированного гражданина*.

Внешнему проявлению деинституционализации в основном дается позитивная оценка. Отчасти негативная оценка в документах относится не к самой деинституционализации журналистики, а к ее социальному последствию — факту конкуренции между институциональными СМИ и деинституциональной журналистикой.

Негативная оценка внешней деинституционализации также связана с затруднением поиска действительно полезной информации и отсутствием у многих деинституциональных авторов нормативных и ценностных ориентиров (что способствует активному проникновению в сеть оскорбительных или просто ложных суждений).

В вопросах собственного позиционирования в социальных сетях профессиональные журналисты придерживаются нескольких позиций — они используют социальные сети для личного общения, а также позиционируют себя в них как а) журналисты определенного институционального СМИ, б) самостоятельные

источники новостных поводов (что характерно для деинституциональных журналистов). Однако в данном случае вряд ли можно говорить о смещении идентичности, потому что эта роль второстепенная, она развивается на фоне ведущей роли профессионала, журналиста определенного институционального СМИ — в отличие от позиционирования деинституциональных журналистов, где эта роль является ключевой. Если бы роль источника новостных поводов превалировала, можно было бы предположить, что в институциональном СМИ (где работает журналист и где он, по идее, может реализовывать свои профессиональные потенциалы) *профессиональные ожидания* (термин Э. Хьюза) журналиста не оправдываются. То есть это бы служило проявлением внутренней деинституционализации.

В проведенном исследовании нашла отражение надежда на деинституционализацию российской журналистики как доступ к достоверному контенту. Зафиксировано снижение доверия к институциональным СМИ. Причина возникновения этой надежды связана с процессами давления власти на журналистику, отрывом институциональных СМИ от существа журналистского дела. В то же время ожидания доступа к достоверному контенту не оправдались. Среди потребителей информации распространен так называемый «триангулятивный подход», когда они анализируют несколько источников и только после этого делают собственный вывод о ситуации. Также *одним из немногих оставшихся* факторов формирования доверия называется репутация (того или иного источника).

Выявлены три основные перспективы (более точным будет понятие *прогностические мифы*) развития института журналистики. Первая перспектива связана с возможностью возвращения нынешнего института к *существу журналистского дела*, к его трансформации с учетом новых требований и необходимости возвращения к основным функциям журналистики. Данный прогностический миф можно назвать *реинституционализацией института журналистики*.

Вторая перспектива связана с *институционализацией деинституциональной журналистики*, то есть с формированием нового института на базе журналистики, который сейчас находится «за пределами» института. Третий прогностический миф связан с апокалипсическим разрушением обеих журналистик (и институциональной, и деинституциональной) под давлением власти на *существо дела*. Само появление этого мифа подтверждает зафиксированную ранее ситуацию неоправдавшихся надежд на деинституционализацию журналистики, ситуацию тотального недоверия ко всем видам источников.

## Литература

1. Фомичева И. Д. СМИ среди средств социальной коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 1. С. 60–72.
2. Виноградский В. С. Публицистический диалог — надежный ресурс публичности и эффективности современных средств массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 2. С. 183–193.
3. Зиновьев И. В. Журналистика в информационном обществе: технологические итоги и творческие перспективы // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 1 (98). С. 14–20.
4. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М.: Аспект-пресс, 2010. 200 с.
5. Waisbord S. Watchdog journalism in South America: News, accountability, and democracy. New York: Columbia University Press, 2000. 282 p.

6. Christen C. T., Gunther A. C. The influence of mass media and other culprits on the projection of personal opinion // *Communication Research*. 2003. Vol. 30 (4). P. 414–431.
7. Quinn S. *Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting*. New York: Peter Lang, 2005. 256 p.
8. Pavlic J. V. *New Media Journalism // 21<sup>st</sup> Century Communication. A Reference Handbook*. Vol. 1&2 / ed. by W.F. Eadie. New York: Columbia University Press, 2009. P. 643–651.
9. Watson J. *Media communication: An introduction to theory and process*. London: Palgrave Macmillan, 2008. 328 p.
10. Серебрякова З. О. О понятии деинституционализации журналистики. Журналистика и теория медиа // *Коммуникология*. 2016. Т. 4, № 1. С. 151–159.
11. Дернер К. Хороший врач: учебник основной позиции врача / пер. И. Я. Сапожниковой и Э. Л. Гушанского, под ред. М. В. Козырева. М.: Алетейя, 2006. 544 с.
12. Лехциер В. Л. «Простой смертный» или «Человек с улицы» // *Вестник Самарской гуманитарной академии*. Сер.: Философия. Филология. 2010. № 2. С. 101–108.
13. Atton Ch., Hamilton J. F. *Alternative journalism*. London: Sage, 2008. 192 p.
14. Mansell R. Collective action, institutionalism, and the internet // *Journal of Economic Issues*. 2006. Vol. 40 (2). P. 297–305.
15. Kuznetsov S., Paulos E. Rise of the Expert Amateur: DIY Projects, Communities, and Cultures // *Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries*. New York: ACM, 2010, P. 295–304.
16. Соколова Н. В. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография. Самара: Самар. ун-т, 2009. 204 с.
17. Citizen journalism: Global perspectives / eds S. Allan, E. Thorsen. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2009. 277 p.
18. Кастельс М. Власть коммуникации / пер. Н. М. Тылевич, под ред. А. И. Черных. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
19. McNair B. *Cultural Chaos: journalism, news and power in a globalised world*. London: Routledge, 2006. 248 p.

**Для цитирования:** Серебрякова З. О. Опыт качественного исследования деинституционализации института журналистики // *Вестник СПбГУ*. Серия 12. Социология. 2016. Вып. 3. С. 48–59. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.304

## References

1. Fomicheva I. D. SMI sredi sredstv sotsial'noi kommunikatsii [Media among the means of social communication]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10: Zhurnalistika [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism]*, 2012, no. 1, pp. 60–72. (In Russian)
2. Vinogradskii V. S. Publitsisticheskii dialog — nadezhnyi resurs publichnosti i effektivnosti sovremennykh sredstv massovoi informatsii [Journalistic dialogue — a reliable resource of publicity and efficiency of modern media]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Theory and practice of journalism]*, 2015, vol. 4, no. 2, pp. 183–193. (In Russian)
3. Zinov'ev I. V. Zhurnalistika v informatsionnom obshchestve: tekhnologicheskie itogi i tvorcheskije perspektivy [Journalism in the information society: the results of the technological and creative perspectives]. *Izvestiia Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1: Problemy obrazovaniia, nauki i kul'tury [Journal of Siberian Federal University. Series 1: Problems of education, science and culture]*, 2012, no. 1 (98), pp. 14–20. (In Russian)
4. *Zhurnalistika i konvergentsiia: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchaiutsia v mul'timediinye [Journalism and convergence: why and how traditional media become in multimedia]*. Ed. by A. G. Kachkaeva. Moscow, Aspekt-press, 2010. 200 p. (In Russian)
5. Waisbord S. *Watchdog journalism in South America: News, accountability, and democracy*. New York, Columbia University Press, 2000. 282 p.
6. Christen C. T., Gunther A. C. The influence of mass media and other culprits on the projection of personal opinion. *Communication Research*, 2003, vol. 30 (4), pp. 414–431.
7. Quinn S. *Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting*. New York, Peter Lang Publ., 2005. 256 p.
8. Pavlic J. V. *New Media Journalism. 21<sup>st</sup> Century Communication. A Reference Handbook*. Vol. 1&2. Ed. by W. F. Eadie. New York, Columbia University Press, 2009, pp. 643–651.

9. Watson J. *Media communication: An introduction to theory and process*. London, Palgrave Macmillan Publ., 2008. 328 p.
10. Serebriakova Z. O. O poniatii deinstututsializatsii zhurnalistiki. Zhurnalistika i teoriia media [On the concept of journalism deinstitutionalization. Journalism and media theory]. *Kommunikologiya* [Communication], 2016, vol. 4, no. 1, pp. 151–159. (In Russian)
11. Derner K. *Khoroshii vrach: uchebnik osnovnoi pozitsii vracha* [Good doctor. Tutorial basic positions of the doctor]. Transl. by I. Ia. Sapozhnikova and E. L. Gushanskogii, ed. by M. V. Kozyrev. Moscow, Aleteia Publ., 2006. 544 p. (In Russian)
12. Lekhtsier V. L. «Prostoi smertnyi» ili «Chelovek s ulitsy» [«Mere mortal» or «Man on the street»]. *Vestnik Samarskoi gumanitarnoi akademii. Ser.: Filosofii. Filologii* [Vestnik of Samara humanitarian Academy. Series: Philosophy. Philology], 2010, no. 2, pp. 101–108. (In Russian)
13. Atton Ch., Hamilton J. F. *Alternative journalism*. London, Sage Publ., 2008. 192 p.
14. Mansell R. Collective action, institutionalism, and the internet. *Journal of Economic Issues*, 2006, vol. 40 (2), pp. 297–305.
15. Kuznetsov S., Paulos E. Rise of the Expert Amateur: DIY Projects, Communities, and Cultures. *Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries*. New York, ACM Publ., 2010, pp. 295–304.
16. Sokolova N. V. *Populiarnaia kul'tura Web 2.0: k kartografii sovremennogo medialandshafta: monografiia* [Popular culture Web 2.0: mapping modern media landscape: monograph]. Samara, Samara University, 2009. 204 p. (In Russian)
17. *Citizen journalism: Global perspectives*. Eds S. Allan, E. Thorsen. New York, Peter Lang Publishing, Inc., 2009. 277 p.
18. Kasteľs M. *Vlast' kommunikatsii* [Power of communication]. Transl. by N. M. Tylevich, ed. by A. I. Chernykh. Moscow, Izdatel'skii dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2016. 564 p. (In Russian)
19. McNair B. *Cultural Chaos: journalism, news and power in a globalised world*. London, Routledge, 2006. 248 p.
- For citation:** Serebryakova Z. O. Experience in qualitative research of institute of journalism deinstitutionalization. *Vestnik SPbSU. Series 12. Sociology*, 2016, issue 3, pp. 48–59.  
DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.304

Статья поступила в редакцию 3 июня 2016 г.;  
рекомендована в печать 1 июля 2016 г.

#### Контактная информация:

Серебрякова Зинаида Олеговна — аспирант; zserebryakova@yandex.ru  
Serebryakova Zinaida Ol. — Postgraduate; zserebryakova@yandex.ru