

СОЦИОЛОГИЯ ПРОФЕССИЙ

КОНТРОЛЬ И ЭТИКА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ

*Байтимерова Светлана Ильгизовна, Богомазова Людмила Вадимовна,
Григорьева Евгения Александровна, Казун Анастасия Дмитриевна**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия

Цитирование: Байтимерова С.И., Богомазова Л.В., Григорьева Е.А., Казун А.Д. (2018) Контроль и этика в профессиональной деятельности экономических журналистов. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 21(1): 136–160. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.1.6>

Аннотация. Рассмотрена профессиональная деятельность экономических журналистов в России в условиях неблагоприятной институциональной среды. Являясь особой профессиональной группой с точки зрения как требуемых навыков, так и роли в обществе, в ходе своей работы экономические журналисты нередко сталкиваются с рядом трудностей. Данный факт подтверждается как реальными инцидентами (увольнение редакций ведущих российских СМИ), так и данными международной статистики. В 2016 г. Россия занимала 148 место по индексу свободы прессы. Непотъемлемый элемент деятельности журналистов — профессиональный контроль, который, согласно Э. Эбботу, может осуществляться на трех уровнях: внешнем, внутреннем и индивидуальном. Анализируется профессиональный контроль в деятельности журналистов в современной России. Эмпирическая база исследования включает 18 интервью с экономическими журналистами, под которыми понимаются сотрудники отделов редакции «Экономика», «Финансы» печатных и интернет-изданий из разных федеральных округов РФ. Интервью свидетельствуют о недостаточной эффективности внешнего уровня контроля, несмотря на его всесторонность. Что касается собственных ценностных установок журналиста, то они приобретают важность в условиях возникновения нравственного выбора, с которым нередко сталкивается профессиональное сообщество. В ситуации, когда внешний контроль не обеспечивает должного регулирования деятельности журналистов, а индивидуальные нормы и ценности сотрудников СМИ испытывают значительное влияние внешних факторов, особое значение приобретает организационная культура конкретных изданий (внутренний контроль). Редакции осуществляют регулирование деятельности своих сотрудников, создавая внутриорганизационные этические кодексы, а также способствуя коммуникации и обмену опытом.

Ключевые слова: журналисты, СМИ, этика, организационная среда, государственное регулирование, профессионализм.

* Автор для связи. E-mail: adkazun@hse.ru

Введение

Средства массовой информации оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения, в особенности при отсутствии у потребителя информации личного опыта взаимодействия с проблемой (McCombs, Graber, Weaver 1981). К вопросам, понимание которых в большей степени формируется в ходе публичной дискуссии, а не за счет личного опыта, можно отнести многие проблемы, связанные с экономикой. Например, взгляды людей на рынок деривативов или вступление России в ВТО (Барсукова, Коробкова 2014) подвергаются значительному влиянию СМИ. Впрочем, к аналогичным выводам можно прийти, рассматривая другой экономический вопрос, на первый взгляд, более связанный с личным опытом, — безработицу (Ju 2014). Исследователи отмечают, что если оценка индивидуального положения на рынке труда действительно формируется как следствие личного опыта, то представления относительно уровня безработицы в стране в целом скорее связаны с дискуссией в СМИ (Mutz 1992). Таким образом, СМИ формируют понимание безработицы как социальной проблемы, привлекая к ней внимание и выдвигая требования по изменению ситуации (Spector, Kitsuse 1987), тогда как личные экономические ожидания, которые далеко не всегда согласуются с экспертными оценками экономики страны, в большей степени определяются опытом (Boomgaarden et al. 2011). Следовательно, даже по тем экономическим вопросам, относительно которых население имеет опыт, дискуссия в СМИ оказывает влияние на общественное мнение, которое, в свою очередь, может отразиться на экономическом (Uhl 2012) и политическом (Lipset 1993) поведении граждан.

В некоторых случаях экономические новости могут выступать в качестве «самосбывающихся пророчеств» (*self-fulfilling prophecies*) (Merton 1948; Salyer, Sheffrin 1998). Экономика не только зависит от технологического развития, политической ситуации и качества институтов, значение имеет также вера людей в ее стабильность. Таким образом, сообщение о проблемах какого-либо банка может заставить людей забрать из него вклады, тем самым послужив по крайней мере одной из причин его краха. Деловые новости могут оказывать влияние на волатильность фондовых рынков (Marron et al. 2010), экономический оптимизм граждан приводит к росту расходов и принятию больших долговых обязательств, а ожидание повышения цен на товар способно увеличить спрос (Curtin 1982). Кроме того, общественное мнение об экономической ситуации в стране может оказывать существенное влияние на электоральное поведение (Hansford, Gomez 2015; Rogers 2014), подчас даже большее, чем реальные значения экономических индикаторов (Lipset 1993). Экономические настроения и ожидания, в свою очередь,

формируются под влиянием как реальной ситуации, так и ее медиаобраза, делая публичное обсуждение экономики особенно значимым.

Мировой финансовый кризис 2008 г. продемонстрировал, что не всегда экономические вопросы корректно освещаются в СМИ (Kalogeropoulos et al. 2014; Manning 2013). Журналистов критиковали за неспособность заранее заметить угрожающие тенденции и предсказать возможный спад, а также за избирательность при подборе проблем для освещения (Tett 2009). Причины того, что сотрудники СМИ не всегда способны обеспечить эффективный мониторинг ситуации, могут быть различны: недостаточные знания в области экономики (Manning 2013), низкая заинтересованность читателей в информации такого рода (и необходимость в упрощении контента /Holbrook, Garand 1996; Fürsich 2002; Turner 1993/), влияние PR-служб крупных корпораций (Thompson 2013) и т.д. Таким образом, оптимистичные представления Г. Лассуэлла (Lasswell 1948) о роли СМИ как средства информирования населения о возможных угрозах и переменах оказались под вопросом.

Помимо проблем, связанных с освещением экономических вопросов, российские СМИ также сталкиваются с другими серьезными трудностями. Так, в последние годы под давлением произошли кадровые перестановки в редакциях ряда изданий*, существенно изменившие их информационную повестку (Fredheim 2016). Разумеется, само по себе увольнение журналистов не может быть расценено как попытка давления на СМИ. Причиной таких действий может стать стремление повысить качество контента, нарушения, допущенные журналистом, и т.д. Однако в ситуации, когда кадровые перестановки выглядят политически мотивированными, а влияние государства на СМИ является высоким (Gehlbach 2010), происходящее может быть интерпретировано как результат неблагоприятных институциональных условий. Следует также отметить, что индекс свободы прессы характеризует ситуацию в России как неблагоприятную (Индекс свободы прессы для России), а опросы общественного мнения показывают, что только 38 % респондентов верят в объективность новостей об экономической ситуации в стране (Исследование ВЦИОМ, 2017). Таким образом, можно предположить, что российские журналисты сталкиваются с дополнительными трудностями. Вероятно, наиболее сильное давление испытывают сотрудники СМИ, освещающие политические вопросы. Однако отделить экономику от политики нередко бывает сложно. Например, санкции западных стран, направленные против России, и введенное в ответ на них продовольственное эмбарго по существу являются экономическими событиями,

* Примерами могут служить увольнение главного редактора Лента.Ру в 2014 г. (Дорогим читателям от дорогой редакции 2014), увольнение журналистов РБК в 2016 г. (Болецкая 2016).

но имеют и высокое политическое значение. Таким образом, экономические журналисты также могут испытывать давление при освещении тех или иных вопросов.

Влияние, которое экономические дискуссии могут оказывать на поведение людей, а также значительное число проблем, возникающих при освещении вопросов такого рода, делают особенно актуальным изучение профессиональной этики экономических журналистов.

Журналисты как профессиональная группа

Понимание профессионализма существенно меняется со временем. Одним из наиболее серьезных преобразований рассматриваемой исследовательской области стало существенное расширение списка видов деятельности, которые могут быть причислены к профессиональным. Если традиционно к этой категории относили представителей права, медицины и церкви* (Parsons 1968), то сейчас список пополнили менеджеры (Абрамов, 2005), инженеры, программисты (Бессуднов 2009) и т.д. Изучается процесс профессионализации отдельных видов деятельности, таких как социальная работа (Ярская-Смирнова 2001), государственная служба (Антонова 2016) и родительство (Чернова, Шпаковская 2016). Подобное расширение эмпирического объекта данной области научного знания только повышает актуальность дискуссии о критериях, на основании которых деятельность может быть определена как профессиональная.

Прежде всего многие исследователи отмечают, что профессиональная деятельность требует специальных знаний и подготовки (Barber 1963; Ядов 1977: 103). Кроме того, значимыми оказываются следующие параметры (Hall 1968): ориентация на профессиональную организацию, вера в общественную службу и саморегулирование своей профессиональной деятельности, независимость. Вместе с тем не все эти критерии в полной мере применимы к журналистам. В отличие от классического понимания профессиональной деятельности, журналистика не требует обязательного наличия профильного образования, а автономия сотрудников СМИ ограничена редакционной политикой (Aldridge, Evetts 2003). В то же время профессиональная деятельность журналистов связана с достаточно большой свободой действий и самостоятельностью в написании статей (Skovsgaard et al. 2013). Предполагается, что, несмотря на ограничивающее влияние организационной культуры, существующих в редакции формальных и неформальных правил, журналист должен быть независимым от третьих лиц (рекламодателей, политиков и т.д.). Однако данное требование также не всегда выполняется в реально-

* Остальные виды деятельности относились к категории *occupation*, а не *profession*.

сти (см., напр.: Gehlbach 2010). Тем не менее исследования профессиональной деятельности журналистов достаточно распространены. Неполное соответствие выделенным ранее критериям профессионализма не является основанием для отказа рассматривать работу сотрудников СМИ в этом ключе. Напротив, исследователи признают, что данные критерии должны учитывать особенности конкретного рода деятельности и могут быть адаптированы к различным эмпирическим объектам (Bennet, Hokenstad 1973).

Методология

Настоящее исследование основывается на материалах 18 интервью с экономическими журналистами (табл. 1)^{*}. Одним из критериев отбора стал профессиональный стаж информанта, который должен был быть не менее двух лет, поскольку журналисты, имеющие опыт работы, сильнее ощущают свою принадлежность к профессиональному сообществу (Представления журналистов 2017). Кроме того, для получения всестороннего описания объекта исследования были отобраны журналисты, работающие в изданиях различной информационной направленности (деловые, общественно-политические), в разных регионах. В то же время наибольшее число информантов работают в Москве, так как именно в столице расположено большинство редакций крупнейших российских печатных изданий. В исследовании использована неслучайная выборка «снежный ком» с несколькими входными точками в разных СМИ. Рекрутинг информантов производился с помощью обращения по электронной почте, указанной на сайте редакции, и в социальных сетях. Следует также отметить, что в некоторых печатных изданиях (например, в газете «Известия») существует запрет на интервью для сотрудников. Таким образом, журналисты, работающие в отдельных газетах, были недостижимы в рамках настоящего исследования.

Опыт работы информантов в журналистике варьируется от двух до 27 лет, каждый второй участник исследования имеет профессиональный стаж более десяти лет (из них четверо работают в данной сфере более 20 лет). Изучение мнений информантов с разным профессиональным опытом представляется особенно важным, поскольку отдельные исследования показывают, что этика журналистов может зависеть от этого параметра (см., напр.: Reinardy, Moore 2007). Продолжительность каждого интервью составляла от 27 минут до двух часов.

Основное ограничение настоящего исследования связано с высокой сензитивностью вопросов этики и профессионального контроля. Вероятно,

^{*} К экономическим журналистам были отнесены сотрудники отделов редакции «Экономика», «Финансы», «Бизнес» различных печатных и интернет-изданий.

при отборе информантов возникают смещения в направлении журналистов, которые считают свою профессиональную деятельность соответствующей этическим нормам, тогда как «неэтичные» журналисты могут чаще отказываться от участия в исследовании. Такое смещение выборки типично при изучении профессиональных сообществ (Kazun, Yakovlev 2017). Следует учитывать также, что на отдельные вопросы информанты могут давать социально одобряемые ответы. Отчасти подобные ограничения снимаются через формулирование отдельных вопросов в терминах ситуации в сообществе в целом, а не личного опыта. Предполагается, что информантам проще признать этические нарушения, совершаемые коллегами, чем собственные.

Таблица 1

Данные об информантах

| № | Пол | Возраст | Тип издания* | Город |
|----|------|---------|---|-----------------|
| 1 | муж. | 55 | Общественно-политическая газета | Уфа |
| 2 | муж. | 41 | Новостное интернет-издание | Москва |
| 3 | жен. | 28 | Информационно-аналитический портал | Москва |
| 4 | жен. | 24 | Деловая газета | Москва |
| 5 | муж. | 30 | Деловая газета | Москва |
| 6 | муж. | 53 | Деловая газета | Москва |
| 7 | муж. | 41 | Общественно-политическая газета | Салехард |
| 8 | муж. | 47 | Деловые газеты, информационные порталы (внештатный журналист) | Нижний Новгород |
| 9 | жен. | 28 | Деловая газета | Москва |
| 10 | муж. | 25 | Деловая газета | Санкт-Петербург |
| 11 | жен. | 23 | Общественно-политическая газета | Москва |
| 12 | муж. | 27 | Информационно-аналитическое издание | Иркутск |
| 13 | жен. | 31 | Информационное агентство | Краснодар |
| 14 | жен. | 31 | Деловая газета | Москва |
| 15 | муж. | 35 | Общественно-политический портал | Москва |
| 16 | муж. | 33 | Информационно-аналитический портал | Москва |
| 17 | жен. | 26 | Информационно-аналитический портал | Москва |
| 18 | муж. | 45 | Общественно-политическая газета | Санкт-Петербург |

* Названия изданий не указаны с целью обеспечения конфиденциальности персональных данных информантов.

Результаты

Значительная роль, которую играют экономические журналисты в обществе, делает особенно важным соблюдение ими профессиональных норм и контроль над их деятельностью. В работе мы будем считать эффективным контролем над деятельностью журналистов меры, способствующие выполнению рассматриваемой социальной группой своих профессиональных функций: представление объективной, достоверной и полной информации в общественных интересах. Эти меры могут формировать стандарты профессиональной деятельности, способствовать разрешению конфликта интересов, а также предполагать санкции за нарушения норм. Вслед за Э. Эбботтом (Abbott 1983) мы будем рассматривать три уровня профессионального контроля: внешний, внутренний и индивидуальный. В идеале контроль должен осуществляться на всех трех уровнях. Однако реальность оказывается сложнее, на что и обращают внимание информанты.

Внешний контроль в профессиональной деятельности журналистов: решение или проблема?

К внешнему контролю в сфере журналистики можно отнести действия государства и профессиональных ассоциаций, устанавливающих формальные правила осуществления деятельности (законы и кодексы). Однако информанты отмечают, что регулирование со стороны данных акторов как минимум спорный вопрос, может в большей степени создавать проблемы, чем решать их. В действительности государственное регулирование СМИ — явление амбивалентное: с одной стороны, оно может решать проблему провалов рынка, с другой — ограничивать свободу освещения тех или иных сюжетов (Djankov, McIlesh, Nenova, Shleifer 2003). Государство может как регулировать деятельность журналистов в интересах общества, так и продвигать таким способом собственные интересы. Подобный дуализм и отмечает информантами.

С одной стороны, избыточное государственное регулирование может ассоциироваться с цензурой и вмешательством в творческий процесс, негативно отражающихся на качестве размещаемого контента.

Всюду, куда влазит государство, начинаются появления искусственных и ненужных запретов и при этом не появляются нужных и интересных сообщений (информант 15, М, Москва).

Изначально журналисты — это творческие люди, и навязанные рамки <...> мешают творчеству (информант 13, Ж, Краснодар).

Наиболее остро проблема избыточного государственного регулирования встает в связи с высокой зависимостью СМИ от государственного

финансирования. Не имея возможности полностью финансировать свою деятельность за счет денег, взимаемых за подписку, издания вынуждены опираться на государственные субсидии и контракты или привлекать рекламодателей (Pasti 2005).

Традиционные СМИ становятся все более зависимы от субсидируемых государством, например тарифов на подписку и все прочие беды (информант 14, Ж, Москва).

Подобная модель финансирования может ограничивать свободу СМИ. Отдельные исследования позволяют сделать вывод о том, что государственные контракты не могут считаться эффективным инструментом для сглаживания провалов рынка и повышения качества освещения ряда вопросов, которые оказываются на обочине дискуссии в ситуации, когда СМИ руководствуются только коммерческой логикой (Довбыш, Гудова 2016). В реальности подобная система финансирования СМИ приводит к увеличению числа информационных сообщений о деятельности власти. Таким образом, государственные органы выступают не только в качестве регулятора деятельности СМИ, действующего в общественных интересах, но и как группа интересов, добывающаяся желаемого медиаобраза событий и проблем (Казун, Казун 2017). Соответственно, данная форма внешнего контроля профессиональной деятельности журналистов не всегда реализуется эффективно. Тем не менее государственное регулирование СМИ необходимо, по крайней мере при освещении таких вопросов, как *тема детских и подростковых самоубийств (информант 8, М, Нижний Новгород).*

В ситуации, когда государство не всегда успешно в осуществлении внешнего контроля деятельности журналистов, данную функцию могут взять на себя профессиональные ассоциации, разрабатывающие этические кодексы (см., напр.: Кодекс этических норм 1996). Информанты отмечают значимость саморегулирования и ориентации на профессиональное сообщество как одних из основных критериев отнесения деятельности к категории профессиональной (Hall 1968).

Мне кажется, что должен быть орган какой-то профессиональный, контролируемый не государством, а именно журналистской средой (информант 12, М, Иркутск)

При этом подобный способ регулирования СМИ возможен только при наличии сильных ассоциаций. В России подобные объединения журналистов не обладают достаточным влиянием и авторитетом, что объясняет ограниченное влияние профессиональных кодексов (Волкова 2010). Единая

система правил не всегда оказывается востребованной, на первое место могут выходить этические кодексы, принятые в каждой конкретной редакции.

Ну, я знаю свой кодекс, своей газеты, это самое важное (информант 4, Ж, Москва).

Оказывает свое влияние и отсутствие у многих журналистов профессионального образования (Представления журналистов 2017), так как отчасти этические нормы должны усваиваться в университете. Информанты, имеющие непрофильное образование, могут не знать кодексы журналистов, если их не ознакомили с подобными документами на рабочем месте.

Честно говоря, я не знаю никаких кодексов журналистов. Наверное, когда на журфаке учат, видимо, журналистам эти кодексы преподают (информант 1, М, Уфа).

Значимой является и проблема актуализации этических норм (Keith, Schwalbe, Silcock 2006). Если стандарты осуществления профессиональной деятельности воспринимаются как устаревшие и неправильные, то в условиях отсутствия формальных санкций за их неисполнение журналисты могут отказываться от соблюдения данных норм.

Профессиональное сообщество у нас предпочитает диалог в формате «медиаасрач». <...> Пообсуждает это <нарушение этики> в Facebook, но так, как это, например, возможно в американской и британской журналистике, когда для журналиста нарушение этического кодекса — это в определенном роде либо волчий билет, либо переход в другую лигу — у нас так не работает, вообще не работает (информант 15, Ж, Москва)

В целом можно сделать вывод, что внешний контроль деятельности журналистов не только решает имеющиеся проблемы, но и создает новые. Государственное регулирование, являясь необходимым, тем не менее может ограничивать свободу СМИ. Ситуацию усугубляет высокая зависимость СМИ от государственного финансирования (или от рекламодателей), что подтверждает представления Т. Маршалла о коммерции и политике как «естественных врагах» профессионализма (Маршалл 2010: 117). Вместе с тем профессиональное сообщество не всегда может решать какие-либо проблемы самостоятельно, например прибегая к помощи профессиональных ассоциаций. Если деловые ассоциации в России могут способствовать защите бизнеса от государственного давления (Duvanova 2013), то профессиональные объединения журналистов не решают данную проблему. Кроме

того, разрабатываемые ими этические кодексы могут быть недостаточно современными, малоизвестными и, соответственно, представляться необязательными для соблюдения.

Внутренний контроль: бытие определяет сознание?

Поскольку внешний контроль не всегда оказывается эффективен в профессиональной деятельности экономических журналистов, а с необходимостью единого этического кодекса согласны не все информанты, можно предположить, что понимание нормы и ее нарушения часто конструируются внутри отдельных организаций (Sigelman 1973), которые могут влиять на деятельность своих сотрудников формальным и неформальным образом. Так, редакции становятся площадкой для обсуждения различных вопросов и выработки смыслов (Weick, Sutcliffe, Obstfeld 2005).

Вот мы обсуждаем, кто-то что-то принес, я принесла новость — новость это, не новость, важно это, не важно, что это может значить (информант 14, Ж, Москва).

Так получаешь некую обратную связь, вообще выясняешь у людей, что спрашивать, куда бежать (информант 15, М, Москва).

При этом организационные нормы необязательно результат коллективного определения: различные СМИ могут разрабатывать внутренние этические кодексы. Подобный документ, принятый в издании, предлагается для ознакомления новым сотрудникам и обязателен для исполнения. Нарушение внутренних правил (вне зависимости от их соответствия или несоответствия внешним правилам) может повлечь за собой как формальные, так и неформальные санкции. Причем характер санкций со стороны организации определяется контекстуально: положением самого нарушителя, тяжестью его деяния, редакционной политикой или даже *в зависимости от плохого настроения главного редактора (информант 15, М, Москва)*. В случаях, когда выбирается неформальный способ воздействия, последствия для нарушителя могут быть минимальными или вообще отсутствовать, тогда как серьезные нарушения могут повлечь за собой даже увольнение.

Если ты корреспондент, который не следует этическим стандартам, ему скажет редактор: «Ты что, дурак что ли?». И всё (информант 10, М, Санкт-Петербург).

В случае, если будет установлено, что человек написал заказную статью, его увольт. Здесь не бывает других последствий. Могут еще оштрафовать (информант 15, М, Москва).

Важно отметить, что в само понятие нарушения вкладываются различные смыслы, а формальные нормы, закрепленные в кодексе организации, не всегда достаточно гибкие, чтобы применяться в любой ситуации. Именно наличие неформально вырабатываемых правил профессиональной деятельности позволяет наилучшим образом адаптироваться к меняющимся условиям, повышая тем самым устойчивость организации.

Ситуации настолько разные, что в книжке все это не пропишешь. Тебе легче посоветоваться со своими старшими коллегами (информант 4, Ж, Москва).

Соответственно, важно не только наличие в издании формального свода правил, но и *здоровая обстановка* (информант 11, Ж, Москва) в коллективе. В ситуации, когда последнее условие не выполняется, можно говорить о профессиональном цинизме, когда этические нормы оказываются для журналиста менее значимыми, чем правила, принятые в издании, где он работает (Pihl-Thingvad 2015; Nord 2007). Причем с позиции участника отдельные нарушения этики могут не казаться чем-то предосудительным, так как фактически подкреплены соответствующим поведением коллег и одновременно отсутствием санкций. Формирование у журналистов профессионального цинизма в ходе социализации косвенно подтверждает исследование, демонстрирующее, что на начальных этапах получения высшего образования по журналистике студенты обладают более высокими этическими стандартами, чем после получения журналистского образования (Reinardy, Moore 2007). Таким образом, данная проблема характерна не только для России.

Но если это в редакции норма, ну, как бы, что стесняться (информант 15, М, Москва).

При этом отдельные действия, которые представляются журналисту неэтичными и негативно влияющими на его репутацию, могут совершаться анонимно. В данном случае журналист сознательно идет на нарушение профессиональных норм, однако стремится избежать последствий, руководствуясь личными интересами, а не пониманием общественного блага.

Тоже случалось делать всякие контрипропаганды, но чаще не под своим именем. Потому что кто-то дорожит своим именем, кто-то нет (информант 6, М, Москва).

Подобные действия — следствие монетарного конфликта интересов, ситуации, в которой журналист вынужден выбирать между получением при-

были и объективностью (McAdams 1986), редакторским и коммерческим вознаграждением (Singer 2015). Отчасти внутренний контроль, осуществляющийся на уровне организации, должен влиять на поведение журналиста в ситуации этического выбора.

Нам нельзя ездить в пресс-туры. Именно нашей редакции. Нам нельзя принимать подарки дороже 100 долларов. Поэтому очень часто многие компании желают задобрить журналистов, возят их по пресс-турам в разные страны, дарят подарки дорогие, мультиварки какие-нибудь, еще что-то. Но нам нельзя. Мы можем принять букет цветов на 8 марта, и компании часто присылают цветы, условно говоря. Но что-то больше нам не дарят, потому что знают, что нельзя. Но если привезли, то потом отправляешь письмом: спасибо, но у нас как бы нельзя (информант 4, Ж, Москва).

Тем не менее отношение к подобным запретам у журналистов может быть довольно скептическим. Сама формулировка запрета вызывает вопросы. Влияют ли такие «подношения» в целом на объективность журналиста? Как была установлена максимальная цена подарка, который можно принять? Как определить его стоимость?

Многие журналисты с радостью, да и мы с радостью принимаем кучу новогодних подарков, но на нас это никак не влияет. Если нам банк присылает какой-то торт на 23 февраля или на 8 марта — это не значит, что мы что-то бежим тут же писать про него, как-то хорошо о нем отзовемся (информант 16, М, Москва).

Как и в случае с едиными этическими кодексами, предлагаемыми профессиональными ассоциациями, нормы, выработанные редакциями отдельных изданий, вызывают вопросы и могут восприниматься неоднозначно. Тем не менее в ситуации, когда внешний контроль деятельности журналистов осуществляется неэффективно, организации становятся значимым актором, регулирующим деятельность экономических журналистов.

Индивидуальный контроль: миф или реальность?

Было бы неправильно рассматривать деятельность журналиста лишь как реакцию на определенные стимулы. Принимая решения в ситуации конфликта интересов, профессионал не только взвешивает риски (в том числе репутационные) и возможный выигрыш, но и нередко сталкивается с ограничивающим влиянием своей системы ценностей (Voakes 1997), представлений о должном и недопустимом исполнении своих обязанностей. Одним из основных элементов профессиональной этики журналистов является

объективность и честность по отношению к читателю* (Plaisance, Skewes 2003; Skovsgaard, Albæk, Bro, de Vreese 2013).

Должно получиться «объективистско». Должны быть по возможности аргументы и какие-то контраргументы. Позиция одной стороны и позиция другой стороны (информант 11, Ж, Москва).

Естественно, я стараюсь освещать тему с трех-четырёх сторон, это классика журналистики. К сожалению, сейчас в журналистике очень много пропаганды, односторонней информации. Мне кажется, что это нечестно по отношению к читателям, зрителям (информант 8, М, Нижний Новгород).

Информанты отмечают, что журналист должен быть честным как в тексте, так и в заголовке к нему. Причем высказываются мнения, что ответственность журналиста, работающего в печатных СМИ, в данном случае выше, чем у сотрудника электронного издания, так как в этом случае газету человек купил (информант 11, Ж, Москва), а в интернете контент часто предоставляется бесплатно.

Следует отметить единодушие информантов в определении объективного освещения событий в СМИ. Информанты подчеркивают, что «честный» материал должен отражать различные позиции. Вместе с тем объективность также может пониматься как использование фактов, прозрачность данных и избегание личного мнения (Hiles, Hinnant 2014), что также нашло отражение в собранных в рамках нашего исследования интервью. Прозрачность данных обеспечивается за счет использования авторитетных источников и указания на них ссылок в самой статье. Информанты полагают, что, готовя материал к публикации, важно опираться на достоверную информацию и избегать выражения собственного мнения.

Мы используем либо официальные сайты министерств, ведомств и компаний, ту информацию, в правдивости и качестве которой можем быть уверены (информант 3, Ж, Москва).

Даже если журналист придерживается какой-то стороны конфликта или ситуации, то пусть оставляет свое мнение при себе (информант 13, Ж, Краснодар).

Если использование чрезмерно ярких, не отражающих основное содержание статьи заголовков может заслужить осуждение профессионального сообщества, упрощение контента считается не только нормальным, но и желательным.

* Фактически информанты не разделяют понятия «объективность» и «честность». Быть объективным — значит быть честным с читателем. И наоборот.

Да, наш главный редактор говорит, чтобы мы писали так, чтобы его пожилая мама понимала то, о чем мы пишем. Простой и понятный язык используется (информант 16, М, Москва).

Отчасти выбор такой формы подачи материала может объясняться рыночной логикой: если аудитории не будут понятны и интересны публикуемые материалы, она уйдет к конкурентам. Однако зачастую ориентация на аудиторию приводит к примитивизации контента, что осуждается профессиональным сообществом. Следует отметить, что, рассуждая о проблемах освещения сложных экономических вопросов, информанты в большей степени высказывают беспокойство экономической грамотностью читателей, чем компетенциями своих коллег. Упрощение информации, которое может привести к ее искажению, чаще объясняется потребностями аудитории, а не уровнем подготовки самих журналистов. Возможно, это является следствием сензитивности исследовательского вопроса.

Приходится подстраиваться под массовые интересы. И скатывание в эту массовость, деградацию и отупение печально (информант 11, Ж, Москва).

Низкая финансовая грамотность, не низкая, а нулевая, я бы сказал, делает самым востребованным форматом экономической журналистики формат «Комсомольской правды», в которой объясняют бабушкам на пальцах, что такое продуктовый минимум (информант 15, М, Москва).

Несмотря на то что избегание узкоспециальных терминов, описание экономических процессов простым и понятным языком — нормальная практика, чрезмерное заигрывание с аудиторией приводит к снижению информативности контента, что лишает журналистику ее социальной функции.

В этом смысле журналисты — псы демократии. Не надо переступать границу, черту. Если через нее переступили, журналист имеет полное право об этом написать, невзирая на их мнение (информант 8, М, Нижний Новгород).

Роль экономического журналиста, по моему мнению, состоит в том, чтобы разъяснить читателю, то есть потребителю, вот это экономическое регулирование (информант 14, Ж, Москва).

Таким образом, помимо объективности и доступности изложения информации, информанты считают необходимым не только развлекать, но и просвещать своих читателей. С этой точки зрения простое следование

рыночной логике и предложение аудитории того, на что она предъявляет спрос, не является в полном смысле этичным и профессиональным, поскольку может повлечь за собой неблагоприятный отбор контента (Зверева 2009). Результатом подобной деятельности становится неоправданно высокое внимание к скандальным событиям. Так, Всемирная торговая организация (ВТО) привлекала наибольшее внимание мировых СМИ не в моменты, когда были приняты значимые решения, а после протестов антиглобалистов (Swinnen, Francken 2006), а Международный валютный фонд (МВФ) вызвал наибольший интерес после скандала с Д. Стросс-Каном (Казун 2014). Однако социальная ответственность журналиста предполагает, что он не руководствуется только формулой “If it bleeds, it leads”*, а стремится адекватно передавать важную информацию в интересах общества и демократии.

Впрочем, нельзя считать ценности журналистов независимыми от внешних факторов. Так, учебный курс по этике может повлиять на взгляды будущих журналистов, хотя такой эффект и будет ограниченным (Plaisance 2006). Таким образом, система ценностей формируется в ходе получения профильного образования и профессиональной социализации и может корректироваться в дальнейшем. Вероятно, представления журналиста относительно его роли в обществе (Mellado, Dalen 2014) могут повлиять на то, в каком именно издании он предпочтет работать. Между тем организационная культура может отчасти трансформировать ценности сотрудников, оказывая на них как положительное, так и отрицательное влияние.

Мне очень хорошо вкололи в голову, что можно, что нельзя (информант 17, Ж, Москва).

Это <материал с положительным отзывом о человеке по просьбе редактора>, конечно, нарушение этики, любой догмы, всех существующих в журналистике догм. <...> Но я работал в таких местах, где этого не прятали, было очень прозрачно, поэтому меня этот цинизм вполне устраивал (информант 15, М, Москва).

В целом ценности российских журналистов, которые удалось выявить в ходе интервью, хорошо соотносятся с ценностями их зарубежных коллег.

Заключение

По мнению информантов, внешний контроль профессиональной деятельности экономических журналистов осуществляется недостаточно эффективно. Так, государственные органы, регулируя деятельность СМИ, могут действовать не в интересах общества, а в собственных, тогда как про-

* «Если где-то проливается кровь, то эта новость будет первой».

фессиональные ассоциации журналистов, которые могли бы занять место внешнего по отношению к отдельным редакциям контролирующего органа, не обладают достаточным влиянием и авторитетом. Этические кодексы становятся объектом критики, поскольку нуждаются в актуализации и не могут ответить на все вопросы, с которыми журналист сталкивается в профессиональной деятельности. Например, появление новых медиа существенно изменило профессиональную деятельность журналистов (Шомова 2016), при этом мало отразившись на содержании кодексов. Кроме того, не все информанты знакомы с положениями этих кодексов и ориентируются на них. Вместе с тем отсутствие единых правил профессиональной деятельности журналистов и четкого понимания того, кто именно ответственен за контроль их соблюдения, одна из причин нарушения этических норм (Luengo 2016).

В ситуации, когда внешний контроль не обеспечивает должного регулирования деятельности журналистов, а индивидуальные нормы и ценности сотрудников СМИ испытывают значительное влияние внешних факторов, особое значение приобретает организационная культура конкретных изданий (внутренний контроль). Редакции регулируют деятельность своих сотрудников, создавая внутриорганизационные этические кодексы, а также способствуя коммуникации и обмену опытом. Последнее также важно для формирования стандартов профессиональной деятельности. Формальные правила, устанавливаемые организациями, не способны регулировать все аспекты профессиональной деятельности и нуждаются в постоянной корректировке. Чрезмерно жесткая регламентация деятельности журналистов могла бы лишить их возможности оперативно реагировать на изменения внешних условий. Поэтому формальные правила нуждаются в неформальном дополнении — «здоровой обстановке» и коллективно разделяемых представлениях о должном. Кроме того, для эффективной работы формальных правил необходимы их легитимность, общественная поддержка, которые могут быть результатом неформальной коммуникации сотрудников редакции.

Таким образом, в настоящее время профессиональный контроль деятельности журналистов в значительной степени осуществляется на уровне отдельных организаций. Однако в дальнейшем полезным могло бы оказаться развитие ассоциаций и увеличение их роли для профессионального сообщества.

Литература

Абрамов Р.Н. (2005) Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации. *Журнал исследований социальной политики*, 3(3): 327–347.

Антонова В.К. (2016) Особенности профессионализации госслужащих в условиях современных российских реформ. *Социологические исследования*, 2: 76–82.

Барсукова С.Ю., Коробкова А.Д. (2014) Вступление России в ВТО в зеркале российских печатных СМИ. *Экономическая социология*, 15(4): 20–44.

Бессуднов А.Р. (2009) Социально-профессиональный статус в современной России. *Мир России*, 2: 89–115.

Довбыш О.С., Гудова Е.А. (2016) Государственные информационные контракты и их значение для медиарынков российских регионов. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, 6: 156–174.

Зверева В. (2009) Российское ТВ: теория и практика. Телевидение понижающего стандарта. *Искусство кино*, 1: .

Казун А.Д., Казун А.П. (2017) Когда беда приходит не одна: освещение трех трагедий в российских СМИ. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 139(3): 128–146.

Казун А.Д. (2014). Отношение населения к вступлению России в ВТО. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 124(6): 98–111.

Маршалл Т.Х. (2010) Новейшая история профессионализма в связи с социальной структурой и социальной политикой. *Журнал исследований социальной политики*, 8(1): 105–124.

Чернова Ж.В., Шпаковская Л.Л. (2016) Профессионализация родительства: между экспертным и обыденным знанием. *Журнал исследований социальной политики*, 14(4): 521–534.

Шомова С.А. (2016) Новые медиа и «новая этика»: к вопросу о ценностных трансформациях журналистской профессии. *Медиаальманах*, 4: 12–20.

Ядов В.А. (ред.) (1977) Социально-психологический портрет инженера. М.: Мысль.

Ярская-Смирнова Е.Р. (2001) Профессионализация социальной работы в России. *Социологические исследования*, 5: 86–95.

Abbott A. (1983) Professional Ethics. *American Journal of Sociology*, 88(5): 855–885.

Aldridge M., Evetts J. (2003) Rethinking the concept of professionalism: The case of journalism. *British Journal of Sociology*, 54(4): 547–564.

Barber B. (1963) Some Problems in the Sociology of the Professions. *Daedalus*, 92(4): 669–688.

Bennet W.S., Hokenstad M.C. (1973) Full-time People Workers and Conceptions of the Professional. In Halmos P. (ed.). *Sociological Review Monograph*. UK: University of Keele: 21–45

Boomgaarden H., van Spanje J., Vliegenthart R., de Vreese C. (2011) Covering the Crisis: Media Coverage of the Economic Crisis and Citizens' Economic Expectations. *Acta Politica*, 46(4): 353–379.

Curtin R. (1982) Indicators of Consumer Behavior: The University of Michigan Surveys of Consumers. *Public Opinion Quarterly*, 46(3): 340–352.

Djankov S., McIesh C., Nenova T., Shleifer A. (2003) Who Owns the Media? *Journal of Law and Economics*, 46: 341–382.

Durkheim E. (1992) *Professional Ethics and Civic Morals*. L.: Routledge.

Duvanova D. (2013) *Building Business in Post-Communist Russia, Eastern Europe, and Eurasia: Collective Goods, Selective Incentives, and Predatory States*. N.Y.: Cambridge University Press.

Fredheim R. (2017) The Loyal Editor Effect: Russian Online Journalism after Independence. *Post-Soviet Affairs*, 33(1): 34–48.

Fürsich E. (2002) Nation, Capitalism, Myth: Covering News of Economic Globalization. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(2): 353–373.

Gehlbach S. (2010) Reflections on Putin and the Media. *Post-Soviet Affairs*, 26(1): 77–87.

Hall R. (1968) Professionalization and Bureaucratization. *American Sociological Review*, 33(1): 92–104.

Hansford T., Gomez B. (2015) Reevaluating the Sociotropic Economic Voting Hypothesis. *Electoral Studies*, 39: 15–25.

Hiles S.S., Hinnant A. (2014) Climate change in the newsroom: Journalists' evolving standards of objectivity when covering global warming. *Science Communication*, 36: 428–453.

Holbrook T., Garand J. (1996) Homo Economist? Economic Information and Economic Voting. *Political Research Quarterly*, 49(2): 351–375.

Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy. *Asian Journal of Communication*, 24(5): 441–455.

Kalogeropoulos A. et al. (2014) Are Watchdogs Doing Their Business? Media Coverage of Economic News. *Journalism*, 16(8): 993–1009.

Kazun A., Yakovlev A. (2017) Who demands collective action in an imperfect institutional environment? A case study of the profession of advocates in Russia. *Journal of Eurasian Studies*, 8(1): 60–71

Keith S., Schwalbe C. B., Silcock W. B. (2006) Images in Ethics Codes in an Era of Violence and Tragedy. *Journal of Mass Media Ethics*: 21(4): 245–264.

Lasswell H. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. N.Y.: Harper and Brothers.

Lipset S.M. (1993) The Significance of the 1992 Election. *PS: Political Science and Politics*, 7.

Luengo M. (2016) Evaluating organisational ethics in Spanish news media. *Journalism*, 10: 1–21.

Manning P. (2013) Financial Journalism, News Sources and the Banking Crisis. *Journalism*, 14(2): 173–89.

Marron M., Sarabia-Panol Z., Sison M., Rao S., Niekamp R. (2010) The Scorecard on Reporting of the Global Financial Crisis. *Journalism Studies*, 11(2): 270–283.

- McAdams K.C. (1986) Non-Monetary Conflicts of Interest for Newspaper Journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 63: 700–727.
- McCombs M., Graber D., Weaver D. (1981) *Media agenda-setting in the presidential election*. N.Y.: Praeger Scientific.
- Mellado C., Dalen A.V. (2014) Between Rhetoric and Practice: Explaining the gap between role conception and performance in journalism. *Journalism Studies*, 14(6): 859–878.
- Merton R.K. (1948) The Self-Fulfilling Prophecy. *The Antioch Review*, 8(2): 193–210.
- Mutz D. (1992) Mass Media and the Depoliticization of Personal Experiences. *American Journal of Political Science*, 36: 483–508.
- Nord L.W. (2007). Investigative journalism in Sweden: A not so noticeable noble art. *Journalism*, 8(5): 517–521.
- Parsons T. (1968) Professions. In Sills D. (ed.). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. N.Y.: The Macmillan Company & The Free Press.
- Pasti S. (2005) Two Generations of Contemporary Russian Journalists. *European Journal of Communication*, 20(1): 89–115.
- Pihl-Thingvad S. (2015) Professional ideals and daily practice in journalism. *Journalism*, 16(3): 392–411.
- Plaisance P.L. (2006) An Assessment of Media Ethics Education: Course Content and the Values and Ethical Ideologies of Media Ethics Student. *Journalism & Mass Communication Educator*, 61(4): 378–396.
- Plaisance P.L., Skewes E.A. (2003) Personal and professional dimensions of news work: exploring the link between journalists' values and roles. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80: 833–848.
- Reinardy S., Moore J. (2007) When Do Journalists Learn about Ethics? An Examination of Introductory and Graduating Students' Ethical Perceptions. *Journalism & Mass Communication Educator*, 62(2): 161–175.
- Rogers J. (2014) A Communitropic Theory of Economic Voting. *Electoral Studies*, 36: 107–116.
- Salyer K., Sheffrin S. (1998) Spotting Sunspots: Some Evidence in Support of Models with Self-Fulfilling Prophecies. *Journal of Monetary Economics*, 42(3): 511–523.
- Sigelman L. (1973) Reporting the News: An Organizational Analysis. *American Journal of Sociology*, 79(1): 132–151.
- Singer J.B. (2015) Out of Bounds: Professional Norms as Boundary Markers. *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. N.Y.: Routledge: 21–26.
- Skovsgaard M., Albæk E., Bro P., De Vreese C. (2013) A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity norm. *Journalism*, 14(1): 22–42.
- Spector M., Kitsuse J.I. (1987) *Constructing Social Problems*. N.Y.: Aldine de Gruyter.

Swinnen J., Francken N. (2006) Summits, Riots and Media Attention: The Political Economy of Information on Trade and Globalisation. *World Economy*, 29(5): 637–654.

Tett G. (2009) Icebergs and Ideologies: How Information Flows Fuelled the Financial Crisis. *Anthropology News*, 50(7): 6–7.

Thompson P. (2013) Invested Interests? Reflexivity, Representation and Reporting in Financial Markets. *Journalism*, 14(2): 208–227.

Turner G. (1993) *Nation, Culture, Text: Australian Cultural and Media Studies*. N.Y.: Routledge.

Uhl M. (2012) And Action: TV Sentiment and the US Consumer. *Applied Economics Letters*, 19: 1029–1034.

Voakes P.S. (1997) Social influences on journalists' decision making in ethical situations. *Journal of Mass Media Ethics*, 12: 18–35.

Weick K.E., Sutcliffe K.M., Obstfeld D. (2005) Organizing and the Process of Sensemaking. *Organization Science*, 16(4): 409–421

Интернет-источники

Болецкая К. (2016) *Из РБК ушли шеф-редактор, главные редакторы сайта и газеты* [<https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/05/13/640942-rbk-ushli>] (дата обращения: 11.06.2017).

Волкова Н. (2010) *Профсоюзы в России: неэффективное наследие* [http://www.bbc.com/russian/russia/2010/05/100504_russ] (дата обращения: 11.06.2017).

Индекс свободы прессы для России [<https://rsf.org/en/russia>] (дата обращения: 11.06.2017).

Исследование ВЦИОМ «Медиапотребление сегодня: пять основных фактов» (2017) [<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116026>] (дата обращения:

Кодекс этических норм Общества профессиональных журналистов // Общественная коллегия по жалобам на прессу. [<http://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/1901-kodeks-eticheskikh-norm-obshchestva-professionalnykh-zhurnalistov>] (дата обращения: 13.09.2017).

Дорогим читателям от дорогой редакции. *Новостное интернет-издание Лента.Ру.* (2014). [<https://lenta.ru/info/posts/statement/>] (дата обращения: 11.06.2017).

Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. *ЦИРКОН.* [http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf] (дата обращения: 11.06.2017).

CONTROL AND ETHICS IN PROFESSIONAL ACTIVITY OF ECONOMIC JOURNALISTS

*Svetlana Baytimerova, Lyudmila Bogomazova,
Evgenia Grigoryeva, Anastasia Kazun**

National Research University Higher School of Economics (HSE), Moscow, Russia

Citation: Baytimerova S., Bogomazova L., Grigoryeva E., Kazun A. (2018) Kontrol' i etika v professional'noy deyatelnosti ekonomicheskikh zhurnalistov [Control and ethics in professional activity of economic journalists]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 21(1): 136–160 (in Russian). <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.1.6>

Abstract: The present paper reviews professional activity of economic journalists in Russia in unfavorable institutional environment. As a special professional group, both in terms of required skills and role in society, economic journalists often face a number of difficulties in the course of their career. This idea could be confirmed by real incidents (dismissal of the editorial staff of the leading Russian media) and international statistics. In 2016, Russia ranked 148th in the World Press Freedom Index. An integral part of the activity of journalists is professional regulation, which was reviewed on three levels — external, internal and individual, identified by A. Abbott. The functioning of such control in the professional activity of journalists is the general purpose of the study. The empirical research basis is 18 semi-structured interviews with “economic journalists” — employees of the “Economics” and “Finance” editorial departments of printed and Internet media from different federal districts of the Russian Federation. From the findings of the research, it can be concluded that the external level of regulation effectiveness is insufficient despite its total interference. Journalists’ own values acquire importance in case of the moral choice that the professional community often encounters. As the external control does not always ensure proper regulation and individual norms of journalists are affected by external factors, the organizational culture of particular media companies becomes especially important. Media organizations regulate the work process of their employees by creating internal ethical codes and building an environment where journalists can communicate and exchange experience with each other.

Keywords: journalists, media, professional ethics, organizational environment, state regulation, professionalism.

References

Abbott A. (1983) Professional Ethics. *American Journal of Sociology*, 88(5): 855–885.

Abramov R.N. (2005) Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' kak primer organizatsionnogo izomorfizma v usloviyakh globalizatsii [Corporate Social Responsibility as an Example of Organizational Isomorphism under the Conditions of Globalization]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 3(3): 327–347 (in Russian).

* Corresponding Author. E-mail: adkazun@hse.ru

Aldridge M., Evetts J. (2003) Rethinking the concept of professionalism: The case of journalism. *British Journal of Sociology*, 54(4): 547–564.

Antonova V.K. (2016) Osobennosti professionalizatsii gossluzhashchikh v usloviyakh sovremennykh rossiyskikh reform [Civil servants' professionalization specifics in the context of current reforms in Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 2: 76–82 (in Russian).

Barber B. (1963) Some Problems in the Sociology of the Professions. *Daedalus*, 92(4): 669–688.

Barsukova S., Korobkova A. (2014) Vstuplenie Rossii v VTO v zerkale rossiyskikh pechatnykh SMI [Russia's accession to the WTO in the mirror Russian print media]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Journal of Economic Sociology], 15(4): 20–44 (in Russian).

Bennet W.S., Hokenstad M.C. (1973) Full-time People Workers and Conceptions of the Professional. In: *Sociological Review Monograph*, Halmos P. (ed.). UK: University of Keele: 21–45.

Bessudnov A.P. (2009) Sotsial'no-professional'nyy status v sovremennoy Rossii [Occupational Status in Contemporary Russia]. *Mir Rossii* [Universe of Russia], 2: 89–115 (in Russian).

Boomgaarden H., van Spanje J., Vliegthart R., de Vreese C. (2011) Covering the Crisis: Media Coverage of the Economic Crisis and Citizens' Economic Expectations. *Acta Politica*, 46(4): 353–379.

Chernova Z., Shpakovskaya L. (2016) Professionalizatsiya roditel'stva: mezhdru ekspertnym i obydenным znanieм [The Professionalization of Parenthood: Between Common Sense and Expert Knowledge]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 14(4): 521–534 (in Russian).

Curtin R. (1982) Indicators of Consumer Behavior: The University of Michigan Surveys of Consumers. *Public Opinion Quarterly*, 46(3): 340–352.

Djankov S., McIlesh C., Nenova T., Shleifer A. (2003) Who Owns the Media? *Journal of Law and Economics*, 46: 341–382.

Dovysh O.S., Gudova E.A. (2016) Gosudarstvennye informatsionnye kontrakty i ikh znachenie dlya mediarynkov rossiyskikh regionov [Government information contracts and their importance for Russian regional media markets]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], 6: 156–174 (in Russian).

Durkheim E. (1992) *Professional Ethics and Civic Morals*. London: Routledge.

Duvanova D. (2013) *Building Business in Post-Communist Russia, Eastern Europe, and Eurasia: Collective Goods, Selective Incentives, and Predatory States*. New York: Cambridge University Press.

Fredheim R. (2017) The Loyal Editor Effect: Russian Online Journalism after Independence. *Post-Soviet Affairs*, 33(1): 34–48.

Fürsich E. (2002) Nation, Capitalism, Myth: Covering News of Economic Globalization. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(2): 353–373.

Gehlbach S. (2010) Reflections on Putin and the Media. *Post-Soviet Affairs*, 26(1): 77–87.

Hall R. (1968) Professionalization and Bureaucratization. *American Sociological Review*, 33(1): 92–104.

Hansford T., Gomez B. (2015) Reevaluating the Sociotropic Economic Voting Hypothesis. *Electoral Studies*, 39: 15–25.

- Hiles S.S., Hinnant A. (2014) Climate change in the newsroom: Journalists' evolving standards of objectivity when covering global warming. *Science Communication*, 36: 428–453.
- Holbrook T., Garand J. (1996) Homo Economicus? Economic Information and Economic Voting. *Political Research Quarterly*, 49(2): 351–375.
- Iarskaia-Smirnova E.R. (2001) Professionalizatsiya sotsial'noy raboty v Rossii [Professionalization of social work in Russia]. *Sotsiologicheskije issledovaniya* [Sociological Studies], 5: 86–95 (in Russian).
- Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy. *Asian Journal of Communication*, 24(5): 441–455.
- Kalogeropoulos A. et al. (2014) Are Watchdogs Doing Their Business? Media Coverage of Economic News. *Journalism*, 16(8): 993–1009.
- Kazun A.D., Kazun A.P. (2017) Kogda beda prikhodit ne odna: osveshchenie trekh tragediy v rossiyskikh SMI [When trouble does not come alone: coverage of three tragedies in Russian media]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], 139(3): 128–146 (in Russian).
- Kazun A.D. (2014) Otnoshenie naseleniya k vstupleniyu Rossii v VTO [Public attitude towards Russia's accession to the WTO]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], 124(6): 98–111 (in Russian).
- Kazun A., Yakovlev A. (2017) Who demands collective action in an imperfect institutional environment? A case study of the profession of advocates in Russia. *Journal of Eurasian Studies*, 8(1): 60–71
- Keith S., Schwalbe C. B., Silcock W. B. (2006) Images in Ethics Codes in an Era of Violence and Tragedy. *Journal of Mass Media Ethics*: 21(4): 245–264.
- Lasswell H. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Brothers.
- Lipset S.M. (1993) The Significance of the 1992 Election. *PS: Political Science and Politics*, 7.
- Luengo M. (2016) Evaluating organisational ethics in Spanish news media. *Journalism*, 10: 1–21.
- Manning P. (2013) Financial Journalism, News Sources and the Banking Crisis. *Journalism*, 14(2): 173–189.
- Marshall T. (2010) Noveyshaya istoriya professionalizma v svyazi s sotsial'noy strukturoy i sotsial'noy politikoy [The Recent History of Professionalism with regard to Social Structure and Social Policy]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 8(1): 105–124 (in Russian).
- Marron M., Sarabia-Panol Z., Sison M., Rao S., Niekamp R. (2010) The Scorecard on Reporting of the Global Financial Crisis. *Journalism Studies*, 11(2): 270–283.
- McAdams K.C. (1986) Non-Monetary Conflicts of Interest for Newspaper Journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 63: 700–727.
- McCombs M., Graber D., Weaver D. (1981) *Media agenda-setting in the presidential election*. New York: Praeger Scientific.
- Mellado C., Dalen A.V. (2014) Between Rhetoric and Practice: Explaining the gap between role conception and performance in journalism. *Journalism Studies*, 14(6): 859–878.
- Merton R.K. (1948) The Self-Fulfilling Prophecy. *The Antioch Review*, 8(2): 193–210.

- Mutz D. (1992) Mass Media and the Depoliticization of Personal Experiences. *American Journal of Political Science*, 36: 483–508.
- Nord L.W. (2007). Investigative journalism in Sweden: A not so noticeable noble art. *Journalism*, 8(5): 517–521.
- Parsons T. (1968) Professions In: Sills D. (ed.). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: The Macmillan Company & The Free Press.
- Pasti S. (2005) Two Generations of Contemporary Russian Journalists. *European Journal of Communication*, 20(1): 89–115.
- Pihl-Thingvad S. (2015) Professional ideals and daily practice in journalism. *Journalism*, 16(3): 392–411.
- Plaisance P.L. (2006) An Assessment of Media Ethics Education: Course Content and the Values and Ethical Ideologies of Media Ethics Student. *Journalism & Mass Communication Educator*, 61(4): 378–396.
- Plaisance P.L., Skewes E.A. (2003) Personal and professional dimensions of news work: exploring the link between journalists' values and roles. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80: 833–848.
- Reinardy S., Moore J. (2007) When Do Journalists Learn about Ethics? An Examination of Introductory and Graduating Students' Ethical Perceptions. *Journalism & Mass Communication Educator*, 62(2): 161–175.
- Rogers J. (2014) A Communitropic Theory of Economic Voting. *Electoral Studies*, 36: 107–116.
- Salyer K., Sheffrin S. (1998) Spotting Sunspots: Some Evidence in Support of Models with Self-Fulfilling Prophecies. *Journal of Monetary Economics*, 42(3): 511–523.
- Sigelman L. (1973) Reporting the News: An Organizational Analysis. *American Journal of Sociology*, 79(1): 132–151.
- Shomova S.A. (2016) Novye media i “novaya etika”: k voprosu o tsennostnykh transformatsiyakh zhurnalistskoy professii [New Media and “New Ethics”: towards Value Transformations of the Journalism Profession]. *Mediaal'manakh* [Mediaalmanah], 4: 12–20 (in Russian).
- Singer J.B. (2015) Out of Bounds: Professional Norms as Boundary Markers. In: *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. New York: Routledge. P. 21–26.
- Skovsgaard M., Albæk E., Bro P., De Vreese C. (2013) A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity norm. *Journalism*, 14(1): 22–42.
- Spector M., Kitsuse J.I. (1987) *Constructing Social Problems*. New York: Aldine de Gruyter.
- Swinnen J., Francken N. (2006) Summits, Riots and Media Attention: The Political Economy of Information on Trade and Globalisation. *World Economy*, 29(5): 637–654.
- Tett G. (2009) Icebergs and Ideologies: How Information Flows Fuelled the Financial Crisis. *Anthropology News*, 50(7): 6–7.
- Thompson P. (2013) Invested Interests? Reflexivity, Representation and Reporting in Financial Markets. *Journalism*, 14(2): 208–227.
- Turner G. (1993) *Nation, Culture, Text: Australian Cultural and Media Studies*. New York, NY: Routledge.
- Uhl M. (2012) And Action: TV Sentiment and the US Consumer. *Applied Economics Letters*, 19: 1029–1034.
- Voakes P.S. (1997) Social influences on journalists' decision making in ethical situations. *Journal of Mass Media Ethics*, 12: 18–35.

Weick K.E., Sutcliffe K.M., Obstfeld D. (2005) Organizing and the Process of Sensemaking. *Organization Science*, 16(4): 409–421.

Yadov V.A. (ed.) (1977). *Sotsial'no-psikhologicheskiiy portret inzhenera* [Socio-psychological portrait of an engineer]. M.: Mysl' (in Russian).

Zvereva V. (2009) Rossiyskoe TV: teoriya i praktika. *Televidenie ponizhayushchego standarta* [Russian TV: theory and practice. Television of the lower standard]. *Iskusstvo kino* [Art of cinema], 1 (in Russian).