

Секция «11.10 Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

## Профессиональные кумиры молодых журналистов на примере РОО ТО «ЮНПРЕСС»

Научный руководитель – Кожемякин Александр Витальевич

*Филиппова София Ивановна*

*Студент (бакалавр)*

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте  
Российской Федерации, Институт общественных наук, Москва, Россия

*E-mail: sofya\_filippova\_05@mail.ru*

Процесс профессионального самоопределения в журналистике невозможен без ориентации на образцы и авторитеты. Фигура кумира выполняет особенно важную функцию. Ведь он не только вдохновляет, но и транслирует профессиональные нормы. Как отмечает исследователь И. М. Дзялошинский, «СМИ как социальный институт задают журналистике нормативные установки, правила профессионального поведения» [1, с.3], и именно фигуры конкретных журналистов становятся проводниками этих норм. В условиях цифровой трансформации, когда традиционные лидеры мнений конкурируют с блогерами и инфлюенсерами за внимание аудитории, изучение предпочтений начинающих журналистов позволяет понять векторы развития будущего медиаполя.

Одной из площадок, где юные журналисты получают первый профессиональный опыт, является портал Детского творческого объединения «ЮНПРЕСС». Организация имеет зарегистрированное СМИ, проводит образовательные мероприятия по всей России и ежегодно проводит набор активистов для получения пресс-карт, дающих доступ к освещению событий федерального уровня. Именно процедура собеседования на пресс-карты стала эмпирической базой данного исследования.

В рамках собеседования участникам предлагалось назвать «своего любимого журналиста, за которым следишь, читаешь или смотришь» или, если с первым вопросом возникали затруднения, «журналиста, которого знаешь». В опросе приняли участие 50 человек, он проводился в ходе собеседований в период с сентября 2025 по февраль 2026 года.

Рассмотрим распределение ответов респондентов: Павел Зарубин — 14 человек (28%), Владимир Познер — 8 человек (16%), Дарья Златопольская — 8 человек (16%), Маргарита Симоньян — 5 человек (10%), Екатерина Андреева — 5 человек (10%). Другие журналисты (в том числе региональные корреспонденты, ведущие телеграм-каналов, блогеры) — 10 человек (20%).

Большинство респондентов (84%) отмечали, что не просто пассивно наблюдают за работой кумиров, но и анализируют их приёмы, манеру общения с героями и способы подачи информации. 68% опрошенных заявили, что стараются «примерять» на себя стиль интервью или подачи новостей своего кумира при подготовке собственных материалов. Этот процесс «примерки» можно интерпретировать через призму концепции И. Д. Фомичевой, которая писала об изменении роли журналиста в современном обществе: он нужен общественности не как трибун и просветитель, а как организатор (модератор) форума [2, с.85]. Юные журналисты, наблюдая за техникой интервью Владимира Познера или манерой ведения репортажей Павла Зарубина, осваивают коммуникативные и организаторские навыки, позволяющие выстраивать диалог с аудиторией.

Таким образом, доминирующей частью кумиров юных журналистов являются представители федеральных телеканалов (ВГТРК, Первый канал), что указывает на ориентацию начинающих авторов на традиционные медиа. Отдельного внимания заслуживает тот факт, что в процессе собеседований респонденты нередко демонстрировали смешение

профессиональных категорий: при ответе на вопрос о кумирах-журналистах некоторые участники начинали обсуждать популярных блогеров и инфлюенсеров, хотя в финальный список вошли исключительно представители традиционных СМИ. Этот феномен отражает глобальную тенденцию размытия границ между журналистикой и смежными сферами.

В дальнейшем данные исследования могут быть использованы для формирования пула спикеров и почетных гостей на образовательных форумах и слётах юных журналистов.

#### Источники и литература

- 1) Дзялошинский Иосиф Михайлович СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия // Медиаскоп. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-i-obschestvennye-instituty-perspektivy-vzaimodeystviya> (дата обращения: 02.03.2026).
- 2) Фомичева И. Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс, 2007.