

МЕЖКАФЕДРАЛЬНЫЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ

«Структура работы российского радиожурналиста в цифровой среде»

Состав рабочей группы:

Фомичева И.Д., *руководитель*, д.ф.н., профессор кафедры социологии массовых коммуникаций СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, (fomichira@gmail.com) – руководство проектом, разработка стратегии исследования.

Варганов С.А., к. ф.-м. н. старший научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики (sergvart@gmail.com) – экспертиза методик, обработка результатов исследования, количественный анализ, подготовка статей.

Владимирова М.Б., к.ф.н., доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, (tvmar2006@mail.ru) – проведение полевых исследований.

Вырковский А.В., *со-руководитель*, д.ф.н., доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, (a.v.vyrkovsky@gmail.com) – разработка стратегии исследования, экспертиза методик, проведение полевых исследований, обработка результатов исследования, подготовка статей.

Галкина М.Ю., к.ф.н., научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (marina.galkina@mail.ru) – экспертиза методик, проведение полевых исследований, подготовка статей и докладов.

Колесниченко А.В., к.ф.н., доцент кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (april-7@yandex.ru) -

разработка стратегии исследования, экспертиза методик, проведение полевых исследований, подготовка статей.

Образцова А.Ю., *со-руководитель*, научный сотрудник проблемной НИЛ комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (obraztsova.anastasia@gmail.com) – разработка стратегии исследования, экспертиза методик, проведение полевых исследований, обработка результатов исследования, подготовка статей и докладов.

Смирнов С.С., к.ф.н., доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (smirnov_s@rambler.ru), разработка стратегии исследования, экспертиза методик, проведение полевых исследований, подготовка статей.

Аспиранты и магистранты: **Ермошкина Т.А, Ахрамеев С., Вишнякова М., Денисова М., Черкасова А.** (задания технического характера).

Общее описание

Новые технологии оказывают колоссальное воздействие на современные средства массовой информации. Вследствие цифровизации произошли в сфере массмедиа изменения, которые можно назвать радикальными.

Известно, что современные отечественные исследования в области медиаэкономики регулярно сталкиваются с проблемой, которая носит системный характер – это нехватка достоверных релевантных данных о состоянии национальной медиаиндустрии. Конечно, ключевую роль в этом играет традиционная непрозрачность отрасли (юридическая размытость ее границ, отсутствие публичной отчетности игроков, наличие неформальных экономических отношений). Но такую общую оценку неверно по умолчанию переносить на все сегменты (субсегменты) медиарынка, поэтому в рамках данной статьи поставлена одна конкретная цель – по возможности детально проанализировать организационно-экономические особенности ведущих информационных и информационно-разговорных радиостанций

России. Эта часть радиорынка представляет особый интерес для изучения, поскольку она является площадкой для различных форм журналистского контента, включая инновационные программно-жанровые решения. На данный момент информационное и информационно-разговорное радиовещание именно как отдельный сегмент российской медиаиндустрии остается почти не изученным. Поэтому в рамках данного исследования авторами были сформулированы следующие задачи:

- Определить ключевые хозяйствующие субъекты данного сегмента радиорынка.
- Установить имущественную принадлежность предприятий-вещателей.
- Проанализировать финансовую отчетность юридических лиц.

К тому же, в рамках второго комплексного проекта в российском научном дискурсе, ориентированного на изучение процесса создания редакционного продукта, в фокусе наших научных изысканий находилась российская радиоиндустрия. Описание рабочего процесса сотрудников российских радиоредакций в современной цифровой среде отсутствует. Мы предположили, что существует статистически значимая взаимосвязь между демографическими, личными характеристиками и профессиональными характеристиками и предпочтениями редакторов и шеф-редакторов, принятой в редакции системой организации работы и культурой менеджмента и количественными и качественными особенностями их работы.

Цель исследования: изучить структуру и количественные характеристики работы журналистов и шеф-редакторов новостных радиостанций, выявить долю «конвергентной» работы в журналистских рутинах, замерить уровень психологического и физического комфорта сотрудников, определить взаимосвязь демографических, личностных и профессиональных особенностей журналистов и редакторов со спецификой их работы.

Объект исследования: деятельность федеральных редакций новостных радиостанций

Предмет исследования: работа сотрудников радиостанций

Методы исследования: Исследователями были отобраны все самые рейтинговые новостных, разговорно-информационные радиостанции (по аудитории: источник – Медиаскоп, данные последнего замера), а также сопоставимое число самых цитируемых радио (по данные последнего замера компании Медиалогия). Электронные версии этих масс-медиа отдельными СМИ не считаются – исследователи рассматривают такого рода структуры как единые СМИ.

Максимально большому числу руководителей СМИ и шеф-редакторов отделов выбранных СМИ был отправлен запрос с просьбой заполнить анкету и передать минимум 3 корреспондентам / редакторам (младшим редакторам/ продюсерам/ обозревателям) своего отдела. При отказе исследователь переходил к следующему СМИ в выборке. Выборка контролировалась: одна редакция не может делегировать более 8 респондентов.

Ход работ

В состав Рабочей группы по реализации проекта «Структура работы российского радиожурналиста в цифровой среде» вошли: Фомичева И.Д., д.ф.н., профессор кафедры социологии массовых коммуникаций, Вырковский А.В., д.ф.н., доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; Образцова А.Ю., научный сотрудник проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; Колесниченко А.В., к.ф.н., доцент кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; Вартанов С.А., к.ф.-м.н., старший научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики; Галкина М.Ю., к.ф.н., научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета

журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; Владимирова М.В., к.ф.н., доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Рабочая группа провела методологический семинар, на котором были обсуждены основные положения теории, концепция проекта и утверждены программа и план исследования, включивший в себя предварительный, полевой и обобщающий этапы.

Предварительный этап исследования был в основном завершён весной 2018 года. Он состоял из двух частей: 1. В качестве первой части данного проекта исследователи провели исследование российских информационных и информационно-разговорных радиостанций как обособленного сегмента национального радиорынка. В центре внимания находились основные организационно-экономические характеристики крупнейших по аудиторным показателям вещателей; 2. исследователи разработали инструмент эмпирического исследования: анкеты для редакторов и корреспондентов. Первая анкета включала в себя 50 вопросов, вторая – 44 вопросов.

Также во время предварительного этапа на сравнительно небольшой группе журналистов и редакторов СМИ были протестированы эпистемологические качества инструмента исследования – возможность извлечь релевантную информацию из заполненных респондентами опросников. Результаты этого теста были признаны удовлетворительными.

Полевой этап исследования, заключающийся в сборе анкет, был завершён к 01.04.2018. В рамках первой части исследователи прояснили многие организационно-экономические особенности сегмента информационных и информационно-разговорных радиостанций России, который в целом сформировался к концу 2000-х гг. В рамках второй части было получено 45 заполненных анкет от корреспондентов и 15 – от редакторов отделов / заместителей редакторов. Общее количество редакций СМИ, принявших участие в исследовании, достигло 11. С апреля 2018 года

рабочей группой велась статистическая обработка полученной информации и подготовка разнообразных научных материалов на этой основе.

Научные результаты

На настоящий момент результаты исследования «Структура работы российского радиожурналиста в цифровой среде» представлены в следующих научных материалах:

- статья «Российский журналист и его работа: исследование мотивации и удовлетворенности». А. Образцова // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, no. 3, pp. 96–111. 10.17150/2308-6203.2019.8(1).96-110¹.

- статья «Российский журналист и его работа: исследование мотивации и удовлетворенности». А. Колесниченко, И. Фомичева, А. Вырковский, М. Галкина, С. Вартанов, А. Образцова, С. Смирнов, М. Владимирова // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 3, pp. 394–417. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(3).394-417².

- статья «Основные форматы подачи информации на современных российских информационных радиостанциях». Опубликовано в журнале «Медиа альманах». / А. Колесниченко, И. Фомичева, А. Вырковский, М. Галкина, С. Вартанов, А. Образцова, С. Смирнов, М. Владимирова // *Медиа альманах*. 2018. № 5. С. 50-59³

¹ Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (по решению Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Минобрнауки РФ (Перечень ВАК), [также входит в базу данных RSCI]

² Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (по решению Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Минобрнауки РФ (Перечень ВАК), [также входит в базу данных RSCI]

³ Журнал «Медиа альманах» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (по решению Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Минобрнауки РФ (Перечень ВАК)

- статья «Организационно-экономические особенности крупнейших информационных и информационно-разговорных радиостанций России». / А. Колесниченко, И. Фомичева, А. Вырковский, М. Галкина, С. Вартанов, А. Образцова, С. Смирнов, М. Владимирова // «Медиаскоп»⁴. 2018. № 3. <http://www.mediascope.ru/2481>.

- статья «Структура работы современного радиожурналиста» / А. Колесниченко, И. Фомичева, А. Вырковский, М. Галкина, С. Вартанов, А. Образцова, С. Смирнов, М. Владимирова // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика⁵. 2018. № 6. С. 31-47.

Наряду с этим членами рабочей группы подготовила следующие научные доклады:

- «Восприятие качества медиатекстов журналистами и редакторами разных видов СМИ» для ежегодной международной научно-практической конференции «Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия», прошедшей 06-08 февраля 2019 года на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Доклад принят Программным комитетом, тезисы доклада опубликованы в сборнике Конференции;

- «Сравнительный анализ работы российского корреспондента в печатных и онлайн-СМИ и на радио» для ежегодной международной научно-практической конференции «Журналистика-2018: стан, проблемы і перспективы», прошедшей в Институте журналистики Белорусского государственного университета 15-16 ноября 2018. Доклад принят Программным комитетом, тезисы доклада опубликованы в сборнике Конференции;

⁴ Журнал «Медиаскоп» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (по решению Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Минобрнауки РФ (Перечень ВАК))

⁵ Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (по решению Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Минобрнауки РФ (Перечень ВАК)), [также входит в базу данных RSCI]

- «Main formats of news reporting on Russian news & talk radio stations» для ежегодной международной научно-практической конференции «The 10th International Media Readings in Moscow «Mass Media and Communications 2018», проходящей 25-26 февраля 2018 года на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (Тема - Digital transformations of mass media: regional, national and global aspects). Доклад принят Программным комитетом, тезисы доклада опубликованы в сборнике Конференции;

- «Молодежные проекты в сфере медиа» для Международной конференции специалистов в области СМИ, общественных отношений и информационных технологий «Дальневосточный МедиаСаммит», проходящей 6-8 июня 2018 года на Дальневосточном федеральном университете;

- «Работа радиожурналиста в цифровой среде» для Международной конференции специалистов в области СМИ, общественных отношений и информационных технологий «Дальневосточный МедиаСаммит», проходящей 6-8 июня 2018 года на Дальневосточном федеральном университете;

- «Жанровая структура работы радиожурналиста» для VII ежегодной международной научно-практической конференции Национальной ассоциации медиаисследователей, проходящей 18 мая 2018 года на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (Тема - Актуальные проблемы медиаисследований-2018). Доклад принят Программным комитетом, тезисы доклада опубликованы в сборнике Конференции;

На данном этапе исследования можно представить следующие существенные результаты исследования, обогащающие нынешний научный дискурс:

- Несмотря на несовпадения наименований электронных СМИ и их учредителей, удалось точно установить актуальный состав ключевых участников рынка, их юридическую принадлежность к медиахолдингам и относительно невысокий уровень концентрации собственности. При этом

оценка финансового положения информационных и информационно-разговорных радиостанций, к сожалению, в большинстве случаев остается невозможной, что обусловлено общей спецификой экономического развития современных российских медиа. Известная особенность российского медиарынка – несовпадение официальных наименований средств массовой информации и наименований их учредителей – к сожалению, наблюдается и у информационных и информационно-разговорных радиостанций (например, уловить, что ООО «Медиа новости» – это станция Business FM, без дополнительных сведений объективно невозможно). Такая же ситуация наблюдается по сетям – франчайзи столичных вещателей в регионах как правило являются отдельными юридическими лицами с другими наименованиями. Но куда большую проблему для структурного анализа сегмента создает отсутствие у многих станций отдельных, т.е. юридически самостоятельных предприятий- учредителей (например, для станций «Вести FM», «Маяк», «Радио Культура» и «Радио России» ею в одном лице выступает сама ВГТРК). В то же время в сегменте наблюдается полное «совпадение» учредителей СМИ и держателей лицензии на вещание, т.е. эти функции всегда выполняют одни и те же организации. изучаемый сегмент радиовещания в аналоговом режиме сейчас располагается только на ультракоротких волнах (УКВ). Это участки диапазона УКВ с модуляцией FM, а именно наиболее используемый SSIR FM (87,5 –108,0 МГц) и почти уже не используемый OIRT FM (65,9–74,0 МГц). Главным оператором эфирной связи для информационных и информационно-разговорных станций России выступает ФГУП «РТРС». Помимо аналоговых FM-частот вещатели еще точно используют проводное распространение (в отдельных населенных пунктах «Радио России», «Маяк» и некоторые другие вещатели присутствуют в сетях ФГУП «РСВО»). Кроме того, «Радио России», «Маяк» и «Вести FM» технически находятся в эксклюзивном положении, поскольку включены в состав первого цифрового мультиплекса (РТРС-1), согласно Указу Президента РФ № 715 «Об обязательных общедоступных телеканалах

и радиоканалах» от 24.06.2009. Что же касается интернета, то сегодня все станции сегмента дублируют вещание на сайтах в режиме Audio streaming.

- Анализ рутинных процессов работы радиожурналиста дает право утверждать, что основное рабочее время радиокорреспондента занято написанием текстов. Однако в общем объеме текущей работы подготовка материалов в среднем занимает чуть больше четверти стандартного восьмичасового рабочего дня – 1,8 часа. Тем не менее, нельзя говорить, что все радиокорреспонденты работают одинаково. Можно предположить, что одни сотрудники специализируются только на написании текстов, уделяя этому процессу практически весь рабочий день, другие являются «универсальными» радийщиками, занимаясь и поиском тем, и сбором информации, и написанием материала, и редактированием. «Полевая» работа в редакциях радиостанций не распространена. Личному общению и посещению мероприятий в редакциях не придают большого значения, поэтому эти временные практики находятся на последнем месте. Такое распределение рабочего времени наталкивает на выводы о работе современной радиоредакции. С одной стороны, сотрудники радиостанций в силу своей специфики нацелены на переработку «быстрых» новостей, к примеру лент информационных агентств. С другой, радио успешно адаптируется к современным технологиям, что подтверждает вариативность актов коммуникации, где сообщения в социальных сетях, переписка по емейл и телефонные звонки выигрывают по сравнению с личными встречами и интервью face-to-face. О рерайте материалов сторонних провайдеров говорит и факт, что самым популярным способом получения информации (по шкале от 1 до 10 баллов) являются сведения из других СМИ, социальных сетей. Тем не менее, в исследовании мы представляем обобщенную картину, в то время как в каждой редакции (практически каждым корреспондентом) используется широкая вариативность практик. Рабочий день редактора длится на полчаса дольше, чем у корреспондента, и соответствует менеджерским задачам: редакторы в течение дня концентрируют свое внимание на просмотре

новостных лент, чтении СМИ, координации текстов, беседах с подчиненными и редактировании текстов, что кардинально отличается от рабочих процессов корреспондентов. Как правило, и корреспонденты, и редакторы не работают удаленно. Редактор априори должен контролировать рутинные процессы на рабочем месте, а корреспонденты могут работать удаленно лишь в некоторых случаях. Сотрудники и топ-менеджеры редакций не распыляют себя на параллельную работу.

- Результаты исследования показали, что неоригинальные новости – один из самых популярных типов подачи информации на информационных и информационно-разговорных федеральных радиостанциях (чаще всего в этом жанре работают журналисты на радиостанции «Говорит Москва» – 128,33 рерайта в среднем за неделю сделали опрошенные корреспонденты, на втором месте по популярности работы в этом формате корреспонденты радиостанции МТРК «МИР» – 93,67 рерайта; наименее популярен он на радиостанции «Коммерсантъ FM», в среднем журналист в неделю делает только 0,75 рерайта в неделю и на «Радио Свобода», где опрошенные сделали 0,16 рерайта в целом за рабочую неделю). На втором месте по частоте использования – оригинальные новости на основе информационного повода (наиболее часто в этом жанре работают журналисты радиостанции «Спутник», производя в среднем 30 новостей; не используют этот тип подачи информации респонденты – журналисты из «Эхо Москвы» и МТРК «МИР»), на третьем – эксклюзивные новости (чаще в нем работают журналисты радиостанции «Спутник», в среднем производя 32,67 эксклюзивных новостей). Частота работы с тем или иным типом подачи информации обусловлена форматом радиостанции. Большинство опрошенных шеф-редакторов совмещают функции управленческую с креативной, создавая материалы в жанрах репортажа и интервью (чаще всего это происходит на «Коммерсантъ FM», но это – специфика радиостанции). Шеф-редакторы самостоятельно создают материалы в жанрах репортажа и интервью, реже производят аналитический контент.

- Анализ рутинных процессов работы радиожурналиста дает право утверждать, что основное рабочее время радиокорреспондента занято написанием текстов. Однако в общем объеме текущей работы подготовка материалов в среднем занимает чуть больше четверти стандартного восьмичасового рабочего дня – 1,8 часа. Тем не менее, нельзя говорить, что все радиокорреспонденты работают одинаково. Можно предположить, что одни сотрудники специализируются только на написании текстов, уделяя этому процессу практически весь рабочий день, другие являются «универсальными» радийщиками, занимаясь и поиском тем, и сбором информации, и написанием материала, и редактированием. «Полевая» работа в редакциях радиостанций не распространена. Личному общению и посещению мероприятий в редакциях не придают большого значения, поэтому эти временные практики находятся на последнем месте. Такое распределение рабочего времени наталкивает на выводы о работе современной радиоредакции. С одной стороны, сотрудники радиостанций в силу своей специфики нацелены на переработку «быстрых» новостей, к примеру лент информационных агентств. С другой, радио успешно адаптируется к современным технологиям, что подтверждает вариативность актов коммуникации, где сообщения в социальных сетях, переписка по емейл и телефонные звонки выигрывают по сравнению с личными встречами и интервью face-to-face. О рерайте материалов сторонних провайдеров говорит и факт, что самым популярным способом получения информации (по шкале от 1 до 10 баллов) являются сведения из других СМИ, социальных сетей. Тем не менее, в исследовании мы представляем обобщенную картину, в то время как в каждой редакции (практически каждым корреспондентом) используется широкая вариативность практик. Рабочий день редактора длится на полчаса дольше, чем у корреспондента, и соответствует менеджерским задачам: редакторы в течение дня концентрируют свое внимание на просмотре новостных лент, чтении СМИ, координации текстов, беседах с подчиненными и редактировании текстов, что кардинально отличается от

рабочих процессов корреспондентов. Как правило, и корреспонденты, и редакторы не работают удаленно. Редактор априори должен контролировать рутинные процессы на рабочем месте, а корреспонденты могут работать удаленно лишь в некоторых случаях. Сотрудники и топ-менеджеры редакций не расплывают себя на параллельную работу.

- Результаты исследования, интерпретированные с учетом ранее полученных авторами данных, свидетельствуют о том, что в отрасли радио понимание качества работы корреспондентов достаточно далеко от нормативного – — поток медиатекстов, основанных на заимствованных материалах, весьма велик. С этой точки зрения современное информационное вещание в FM-диапазоне вполне можно считать «вторичным» массмедиа – — базовым фактором при его выборе аудиторией является удобство потребления, но никак не оперативное получение эксклюзивной информации, что считается одной из важнейших задач СМИ.

Впрочем, отклонения от нормативной модели практически никак не сказываются на доле произведенных корреспондентами медиатекстов, тем или иным образом попавших в эфир – уровень забракованных заявок и «завернутых» текстов невелик. Таким образом, понятие качества работы применительно к редакциям радио, очевидно, сближается с понятием эффективности – менеджмент радиостанций осознанно выбирает модель организации труда, основанную на более простых – и, соответственно, менее ресурсоемких – рабочих операциях. Так, комплексный анализ всех аспектов работы редакций радио показал крайне высокие уровни корреляции (0,85–0,95) показателей, характеризующих склонность корреспондентов к генерированию эксклюзивных тем, и объема времени, затраченного на переписку по электронной почте, личное общение с источниками, координацию производства материалов. Это свидетельствует о том, что производство оригинальных медиатекстов неразрывно связано с существенными тратами времени и, в итоге, снижением финансовой эффективности. Впрочем, из-за ограниченности выборочной совокупности

авторам не удалось выявить четкие тенденции, связанные с разными практиками работы журналистов различных возрастов, опыта и и пр. Очевидно, это задача будущих исследований. Следует отметить, что использованный авторами исследовательский инструментарий доказал свою валидность – подобные «замеры» вполне могут проводиться в индустриальной практике, становясь, таким образом, перспективным инструментом менеджмента.

- Результаты исследования особенностей восприятия качества производимых сотрудниками исследуемых радиостанций материалов показал, что большая часть опрошенных считает их «хорошими». Нами выявлено интересное отклонение от результатов предыдущего исследования (проведенного среди сотрудников печатных и онлайн-СМИ) – журналисты информационных и разговорно-информационных радиостанций воспринимают произведенные ими материалы более критично, нежели их коллеги из печати и онлайн-сегмента. И наоборот, шеф-редакторы радиостанций более позитивно воспринимают произведенный их подчиненными материал, в то время как редакторы в печатных СМИ более критично оценивают тексты подчиненных им журналистов. Респонденты женского пола (приводятся совокупные данные по двум проведенным исследованиям) склонны давать более высокую оценку качеству материала, вышедшего в эфир, нежели респонденты мужского пола. Возрастные различия в оценке качества материала показали, что респонденты старшего возраста (от 40 лет) чаще для оценки выбирает средние показатели, в то время как самая спектичная к восприятию качества медиатекстов – группа респондентов от 30 до 40 лет. И выявлено положительное отношение большинства респондентов (приводятся совокупные данные по двум проведенным исследованиям) к тому, что качество материалов, произведенных их радиостанциями, за последнее время выросло.

- Исследование четко показало изменение мотивации с возрастом радиожурналистов. Чем старше радиожурналист, тем больше шансов, что перед нами – прагматик, приспособившийся к условиям работы в конкретной редакции, не желающий выкладываться без дополнительного вознаграждения и трезво смотрящий на свои карьерные перспективы или, точнее, на их отсутствие. Выражены различия и между мужчинами и женщинами: среди первых больше тех, кто считает себя романтиками, вторые, напротив, более склонны к работе на перспективу и более преданны профессии, готовы оставаться в ней всю жизнь. Что же касается типов журналистов, то достоверно был выявлен один тип: уставший пожилой профессионал, великолепно адаптировавшийся в редакции и удовлетворенный своей работой, однако не готовый выкладываться без соответствующего вознаграждения и не мотивированный ни карьерными перспективами, ни стремлением самореализоваться либо изменить мир. Кроме того, мотивированность среди не имеющих высшее журналистское образование выше, чем среди имеющих его. Это может означать, что пришедшие в профессию без профильного образования – это чаще всего именно журналисты по призванию. Также высока мотивированность среди начинающих журналистов, но это может быть связано как с идеалистическим восприятием профессии, так и со стремлением утвердиться в редакции. Редакционная среда воспринимается как комфортная, доверительная и низкоконкурентная. В то же время более трети корреспондентов и большинство медиаменеджеров не допускают для себя проработать в СМИ до пенсии. То есть распространено восприятие журналистики как профессии промежуточной и нестабильной. Дальнейшие исследования могут быть направлены на региональную журналистику, на выявление мотивированности и удовлетворенности сотрудников региональных радиостанций.