

адзіны ў гісторыі рэдактар, які ўзначальваў калектыў звяздоўцаў амаль чвэрць стагоддзя, разам з рэдакцыяй паспяхова правёў нацыянальны інфармацыйна-публіцыстычны карабель праз рэвалюцыйную змену эпохі ў 1990-я гг., захаваўшы «Звязду» для грамадства як высокую каштоўнасць нацыянальнай культуры.

**«Звязда» адзначае век сваёй грамадска-публіцыстычнай дзейнасці, працягваючы распрацоўваць шлях беларускага народа ў будучыню.** «Звязда» – наш нацыянальны помнік: рэвалюцыйная газета па паскораным дэмакратычным ўладкаванні жыцця, уключэнні Беларусі ў сусветны глабальны інфармацыйны працэс, інтэлектуальнае перыядычнае выданне па асваенні беларускім народам прасторы і часу, культуралагічны інстытут кансалідацыі беларускай нацыі і **эфектыўны сродак рэалізацыі сучаснага інавацыйнага праекта – развіцця свабоднай і незалежнай Рэспублікі Беларусь.**

Екатерина Баранова

*Российский государственный социальный университет*

## МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: НЕСОВПАДЕНИЕ ТЕОРИИ С ПРАКТИКОЙ

С конца 1990-х гг. теоретики СМИ не перестают писать о том, что в начале XXI века возникла «необходимость пересмотра ряда теоретических основ, практических методов журналистской деятельности. <...> Подготовка кадров новой формации строится на освоении универсальных профессиональных навыков для работы в разных медийных средах» [8, с. 287]. Под «кадрами новой формации» исследователи понимают конвергентного журналиста, который «должен одновременно готовить материалы для передачи по различным каналам информации: через периодическую печать, телевидение, радио, интернет и мобильные СМИ» [4, с. 6]. А также «освоить блок знаний по экономике, менеджменту, маркетингу и рекламе» [4, с. 7].

То есть, теоретики журналистики говорят о необходимости подготовки кадров новой формации, предполагающей освоение универсальных профессиональных навыков.

Автор на протяжении 2009–2016 гг., беседуя с корреспондентами, редакторами, ведущими радио- и ТВ-программ, а также топ-менеджерами российских медиакомпаний (всего был проинтервьюирован 81 человек из 30 российских медиакомпаний), анализировал компетенции, которые

были или становятся актуальными, согласно мнению журналистов-практиков. Вот, к каким выводам мы пришли.

*1. Навыки видеосъемки и создания инфографики.*

В 2009–2010 гг. на волне бурного развития видеоконтента на сайтах печатных СМИ многие практики говорили о том, что журналистам газетных редакций необходимы навыки видеосъемки. В 2009 г. более половины из 20 опрошенных журналистов-практиков (в основном редакторы интернет-версий ведущих российских изданий) были уверены, что журналистам печатных СМИ необходимы дополнительные курсы по фотожурналистике, азам видеосъемки, курсы графических приложений. Однако к 2012 г. в редакциях ушли от того, чтобы журналисты сами создавали видео, отказались от многих форм подачи видеоконтента [2, с. 176]. Владение азами видеосъемки сегодня не является необходимой компетенцией при работе корреспондентом или редактором.

В некоторых российских редакциях приветствуется (но не является обязательным требованием), если журналист сам сделает к материалу статическую инфографику. Однако в большинстве редакций журналисты не занимаются подготовкой инфографики. Даже формулировкой задания для дизайнера часто занимаются специальные сотрудники, получающие задание от журналиста, готовящего материал.

*2. Умение общаться с аудиторией в соцсетях и пиарить свои материалы как новая журналистская компетенция.*

С появлением блогов, форумов на сайтах СМИ, а также возможности комментировать статьи в редакциях заговорили и о новых компетенциях у журналистов. В редакциях сегодня приветствуется, если журналист от своего имени пиарит в соцсетях материал, и он собирает больше откликов. Ведь пользователи все чаще попадают на сайт не через главную страницу – они заходят через поисковики и по ссылкам, которые им присылают друзья. В некоторых редакциях (например, в редакциях «Новой газеты», радиостанции «Эхо Москвы», телеканала «Дождь») от журналистов даже требуют, чтобы они умели привлекать подписчиков на свои странички в соцсетях и общаться с ними. Но в большинстве российских редакций продвижением материалов в соцсетях занимаются выпускающие редакторы сайта или менеджеры по соцсетям, а не журналисты.

*3. Умение работать с UGC как новая журналистская компетенция.*

Беседуя с журналистами-практиками, автор спрашивала их о том, должен ли человек, работающий с пользовательским контентом (UGC), обладать какими-то новыми навыками. Ведь теоретики говорят о том, что сегодня вырабатываются «инновационные компетенции» [3], среди

которых называется навык работы с пользовательским контентом и знание того, как привлечь аудиторию к производству контента.

В отличие от теоретиков, опрошенные нами практики не смогли назвать каких-то инновационных компетенций, необходимых для работы с UGC. В редакциях с ним обычно работают сотрудники как с профильным журналистским образованием, так и его не имеющие. Все респонденты [1] уверены, что сотрудники, работающие с UGC, должны уметь быстро оценить, что является новостью, а что – нет. Ведь в день часто приходится обрабатывать не менее ста самых разных материалов пользователей. Редактор по работе с UGC должен также уметь налаживать контакт с мобильным автором, постоянно вести с ним диалог, договариваться об использовании его контента.

*4. Юридическая грамотность как особенно важная сегодня компетенция.*

Некоторые практики, с которыми беседовала автор, полагают, что выпускникам журфаков не хватает юридической грамотности. Так, например, Владимир Таллер, президент «2ТВМ Групп», академик Российской Академии Радио (РАР), отмечает, что курсы «Право СМИ», «Основы профессиональной этики», которые читаются на факультетах журналистики «не учат студентов нести ответственность за свои слова. Выпускники не понимают, что такое юридическая чистота лингвистических формулировок. Сегодня именно нравственная составляющая выходит на первый план, и навыкам ее соблюдения надо обучать» [7].

*5. Нужно ли сегодня журналистам стремиться к соблюдению языковой нормы?*

Сегодня в условиях все возрастающего потока информации, все большего превалирования развлекательного контента, в условиях, когда критерием качества материала становится наличие большого количества «лайков» и просмотров материала пользователями информации, некоторые журналистики-практики искренне считают, что представителям СМИ не обязательно соблюдать языковую норму. Нужно общаться с аудиторией соцсетей на ее языке, а он, как известно, далек от нормы. Например, Игорь Настенко, шеф-редактор сетевого ТВ-канала «Вечерка-ТВ» говорит, что сегодня «ломаются все стереотипы, связанные с классическим телевизионным форматом. Нужно попытаться выбросить из головы все телевизионные каноны, иначе не получится и научиться работать по-новому. Нужно понять, что журналист должен обслуживать сеть, а не давать ей что-то свое. Неинтересно слушать человека, у которого в речи нет слов-паразитов. Все, что наработано

на классическом ТВ – все убирается, единственное, что остается – это то, что программу нужно вести» [6]. Похожие мысли высказывает и Андрей Дятлов, первый заместитель главного редактора, главный редактор Телерадиослужбы «Комсомольская правда»: «Главное – уметь держать аудиторию. А как журналист говорит – это не так важно» [5].

Совокупность различных факторов, связанных с отсутствием времени на подготовку и редактирование материалов, жесткой экономией бюджетных средств (например, 90 % материалов сайта **kr.ru** не проходят корректуру: в целях экономии в 2013 г. ИД «Комсомольская правда» сократил 55 % корректоров), ростом числа непрофессиональных журналистов, пришедших из блогосферы, привели к росту случаев нарушения нормы русского языка в СМИ, снижению уровня грамотности журналистов.

Как видим, суждение отечественных теоретиков о том, что современный журналист должен быть универсалом, владеть навыками создания мультимедийного контента, не находят своего подтверждения на практике, современным журналистам часто не хватает базовых журналистских компетенций.

### *Литература*

1. Баранов, Е. А. // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2016. – № 4. – С. 163–175.
2. Баранова, Е. А. Этапы развития процесса медиаконвергенции (в попытках описать глобальные изменения в развитии СМИ с 1990–2015 гг.) / Е. А. Баранова // Коммуникология. – 2016. – Т. 4. – № 2. – С. 170–193.
3. Дрок, Н. Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании / Н. Дрок // Медиаскоп. – 2011. – № 3.
4. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография / Л. П. Шестеркина и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. – Челябинск : Издательство РЕКПОЛ, 2012. – 115 с.
5. Интервью автора с Андреем Дятловым, первым заместителем главного редактора, главным редактором Телерадиослужбы «Комсомольская правда». – 2012. – 23 авг.
6. Интервью автора с Игорем Настенко, шеф-редактором «Вечерки-ТВ». – 2012. – 29 июня.
7. Интервью автора с В. Таллером, президентом 2ТВМ Групп, академиком Российской Академии Радио (РАР). – 2016 – 26 октября.
8. Уразова, С. Л. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект / С. Л. Уразова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 5. – С. 287–293.