

## СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТА В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ РЕДАКЦИИ: УНИВЕРСАЛ ИЛИ «УЗКИЙ ПРОФИЛЬ»?

*Е. Д. Корниевская*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
katviocor@mail.com*

*Научный руководитель – А. Д. Потребин, кандидат филологических наук,  
доцент*

В статье показана значимость появления новых универсальных специальностей для цифровой журналистики, которые решают проблему регулярной смены или поиска кадров.

Для анализа и сравнения были взяты три примера вакансий с сайта для поиска работы, учитывая требования и обязанности.

**Ключевые слова:** мультимедийная редакция; редактор; интернет-версия; новостная лента; видеоматериал; требования к персоналу.

## SPECIALIZATION OF A JOURNALIST IN MULTIMEDIA EDITORIAL: UNIVERSAL OR «NARROW PROFILE»?

*E. D. Kornievskaya*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: E. D. Kornievskaya (katviocor@mail.com)*

*Research advisor – A. V. Potrebina, candidate of Philology, associate professor*

The article shows the importance of the emergence of new universal specialties for digital journalism, which solve the problem of regular shifts or personnel search.

For analysis and comparison, three examples of vacancies from the job search site were taken, taking into account the requirements and responsibilities.

**Key words:** multimedia edition; editor; Internet version; news feed; video material; personnel requirements.

Мультимедийная журналистика требует подготовки публикаций, сочетающих текстовые, фото-, видео-, аудиоматериалы, интерактивную инфографику, слайд-шоу. Для мультимедийного контента требуются как новые технологии и оборудование, так и специалисты с широким спектром должностных обязанностей. Регулярное обновление или пополнение штата сотрудниками узкой специализации экономически не выгодно.

Положительно сказывается интеграция направлений, которая приводит к исчезновению узких специализаций. На медиарынке приветствуются сочетания компетенций, охватывающие ряд смежных направлений. С развитием мультимедиа на базе интернет-платформ в редакциях появляются новые должности: редактор интернет-версии, редактор новостной ленты, редактор видеоматериалов [1]. Фотовидеокорреспонденты используют гибридную технику и мобильные комплекты для быстрой перегонки или монтажа отснятого материала, но и понимают всю необходимость в сборе деталей для текстовой части репортажа. Видеорежиссеров еще не так давно можно было встретить только в «РИА Новости», а сегодня они необходимы почти всем конвергентным СМИ для съемки видеоколонок или организации ток-шоу. Таким образом, от универсального журналиста требуется умение оперативно собирать данные для инфографики, подготовить аудиофайлы, иллюстрации, сделать видеомонтаж и обработку информации.

Современные тенденции формируют запрос на компетенции в дизайне и программировании, на навыки художников-инфографиков, флеш-программистов, аниматоров. Редакторы создают, проверяют и составляют информацию для мультимедийных продуктов, режиссируют истории в рамках сторителлинга. Следить за согласованностью сотрудников и корректировать работу для перспективной обратной связи с целевой аудиторией стоит именно мультимедийному редактору.

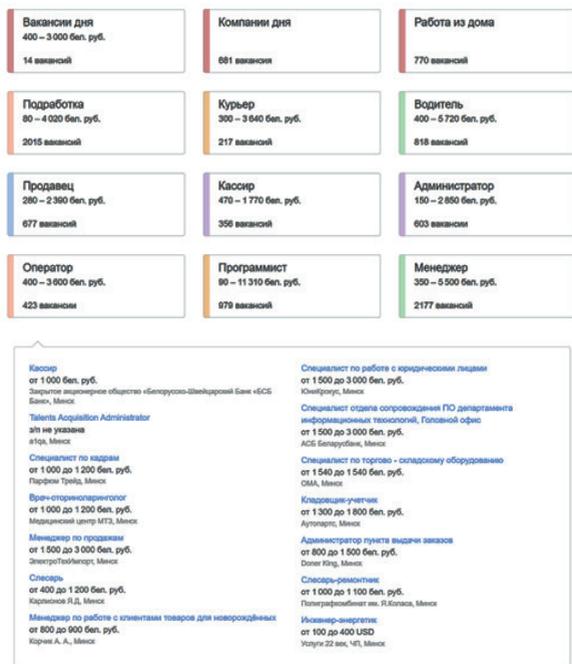
Обеспечением лояльности аудитории к СМИ, ее изучением для успешного продвижения занимается трафик-менеджер, его профессия появилась на пересечении редакторской и маркетинговой деятельности. Он занимается коммуникацией с существующими партнерами и привлечением новых на условиях долгосрочного сотрудничества, увеличением объема трафика по текущим офферам, выполнением ежемесячных планов с контролем взаиморасчетов и сверок, а также отслеживает тренды на рынке с мониторингом деятельности конкурентов и участием в профильных мероприятиях (конференциях, митапах, выставках). Ключевыми навыками для такого специалиста являются познания в интернет-рекламе, Google Analytics, Яндекс.Метрика, Traffic Analysis и опыт работы с мобильными iOS приложениями от трех лет. Важно владение английским языком на уровне не ниже Upper Intermediate (B2), глубокое понимание партнерского маркетинга, модели привлечения трафика и развитые коммуникативные навыки.

С другой стороны, сохраняются и чистые журналистские специализации, такие как онлайн-комментатор, ведущий репортаж в режиме онлайн чаще в спортивной журналистике, или редактор пользовательского контента, отбирающий информацию, поступившую от аудитории. Они самодостаточны и не требуют дополнительных знаний для того, чтобы остаться в отрасли.

Однако реконструкция профессионального коллектива редакции через введение новых штатных единиц не может оперативно привести к положительным изменениям. Рациональным шагом будет переподготовка персонала, где к основной базе гуманитарного образования добавятся инновационные знания, основанные на ИКТ. Журналистское образование прежде всего фундаментальное и широкое [3]. Спрос сегодня есть именно на журналистов с обновленными компетенциями, хотя и не всегда универсальными.

Сайт для поиска работы «Rabota.by» (ООО «ВСЯ РАБОТА») существует с 2020 года, предлагая различные сферы деятельности от инвестиций и маркетинга до инсталляции и дизайна. На портале зарегистрировано более 22 тыс. вакансий, около 97 тыс. компаний и размещено более 2 млн резюме. Имеется возможность настраивать фильтры по регионам, дате обновления, графику, заработной плате и другим критериям. Предлагается подписка на рассылку новых вакансий с учетом указанных предпочтений, а также доступна синхронизация с социальными сетями и почтой. Можно бесплатно скачать приложения, где размещаются полезные тематические статьи для соискателей.

У сайта есть привлекающий внимание раздел «Вакансии дня», который позволяет оценить, как и уровень оплаты труда, так и рейтинг собственной вакансии (рисунок).



В проведенном нами анализе были проверены новые для медиаотрасли вакансии. Для того, чтобы оценить ширину выбора вакансии узкие критерии не устанавливались: уровень дохода «не имеет значения», регион в Беларуси не указан, но рассматривается все в границах страны.

Если такая профессия, как «аниматор», открылась в двух десятках вакансий, то о должностях художников-инфографиков, флеш-программистов, онлайн-комментаторов были ответы «по запросу ничего не найдено».

По запросу «**редактор интернет-версии**» высветилась одна вакансия, которую представляет журнал «Юрист» и его интернет-версия на сайте jurist.by. Помимо высшего юридического образования, в требования входит опыт коммерческой деятельности в качестве корпоративного юриста, что может иметь отношение к специфике конкретной организации. Опыт работы имеет значение (от 3 до 6 лет), приветствуется творческое мышление, умение работать с текстом и владение организаторскими способностями. В обязанности входит подготовка печатных и электронных материалов по определенным тематикам с соблюдением объемов и периодичности. Предлагается заработная плата от 1200 белорусских рублей, но она зависит от объема выполняемой работы и детально может обсуждаться на собеседовании.

Следующая должность **редактора новостной ленты** была локализована в географическом пространстве городом Минском, были найдены 2 вакансии. Обе представлены информационным ресурсом «Смартпресс», который является независимой частной медийной структурой [2]. Медиа-ресурс разместил вакансии со сменным графиком работы и отличающимися размерами заработных плат выше 1500 белорусских рублей, если выбрать расписание не в выходные дни месяца. Функционал сотрудника включает поиск инфоповодов, обработку и написание новостных материалов. Требуется опыт работы в новостях, оперативность, грамотность и быстрая обучаемость. Опыт работы в целом имеет значение (от 3 до 6 лет). Подчеркивается, что предлагаются условия работы в стабильной компании с официальным трудоустройством.

При поиске по запросу «**редактор видеоматериалов**» подходящих и свободных вакансий не оказалось. Должность видеомонтажера в рекламной компании связана с несколько иной сферой, с маркетинговой коммуникацией, где на первый план выходит работа по разработке сайтов, маркетингу в социальных сетях или даже бизнес-аналитике. В обязанности входит знание на отлично программ After Effects, Adobe Photoshop, Adobe Premiere or Final cut pro, Pixelmator Pro. Создание медиаконтента для онлайн-платформ, таких как TikTok, Instagram, YouTube предполагает знания монтажа, композитинга, трекинга и цветокоррекции. Приветствуется умение монтировать рекламные видео из готовых материалов, создавать

анимацию и титры. От специалиста требуется следить за тенденциями и инновациями в моушн-дизайне.

Итак, эти специальности не особенные и не исключительные, поэтому искать онлайн их можно и нужно. Но тот факт, что они названы новыми, часть организаций приняла и отметила в выставленных вакансиях. Наличие спроса и само развитие мультимедийных редакций должно, на наш взгляд, стимулировать и систему образования к введению новых профилей, дисциплин специализации и факультативов для обучающихся. Тогда сведения о полученных знаниях и о новых специальных навыках могут активнее появляться в резюме, а далее подтверждаться успешными проектами, рожденными за рабочими столами персонала редакций.

На наш взгляд, иные попытки возродить должный авторитет профессии журналиста и, говоря шире, работника редакции СМИ, не будут успешными. А вот внимание аудитории и интерес рекламодателей такие организационные и кадровые меры для обеспечения мультимедийности несомненно укрепят. И это может послужить и ростом доходов редакций, и ростом авторитета профессии.

### **Библиографические ссылки**

1. *Свитич Л. Г.* Введение в специальность: Профессия: журналист: учеб. пособие для студентов вузов. М., 2011. 255 с.
2. Официальный сайт «Смартпресс» [Электронный ресурс]. URL: <https://smartpress.by/about/> (дата обращения: 20.12.2022).
3. Сейчас журналистика находится в депрессии: непонятно, зачем она существует [Электронный ресурс]. URL: <https://zavarka914.blog/2016/06/09/vyrkovskiy/> (дата обращения: 22.12.2022).