



**ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
И ВЫЗОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ
JOURNALISTIC EDUCATION AND CHALLENGES OF PROFESSIONAL
ENVIRONMENT**

**К. Р. Нигматуллина
K. R. Nigmatullina**

*Санкт-Петербургский государственный университет, Россия, 199034,
г. Санкт-Петербург, наб. Университетская, 7-9*

Saint Petersburg, 7-9, Universitetskaya embankment, Saint Petersburg, 199034, Russia

Ключевые слова: журналистское образование, компетенции, медиатренды

Keywords: journalism education, competencies, media trends

Аннотация: Дискуссия о соответствии профессиональных и образовательных стандартов в журналистике стала актуальной в последние годы в связи с ускоряющимся темпом изменений в самой профессии. Автор выделяет несколько ключевых вызовов современной медиасреды, на которые необходимо оперативное реагирование академической среды: размывание границ профессии, размывание жанровых границ, объединение творческих и технических задач, необходимость медиаизмерений и трансформация работы с аудиторией.

Resume. Discussion on correspondence of professional and academic standards in journalism has become urgent in recent years due to the accelerating pace of change in the profession itself. The author identifies several key challenges of modern media environment, that need quick response in the academic environment: blurring of the profession, blurring of genre boundaries, combining creative and technical tasks, strong need in media studies and the transformation of interaction with the audience.

Основной вызов профессии журналиста последних лет – это невостребованность самой специальности на рынке. Это обусловлено как экономическим фактором (одно из самых масштабных сокращений журналистов в редакциях и исчезновения самих СМИ наблюдалось с 2014 года по настоящее время)¹⁹⁹, так и коммуникационной средой – конкуренцию журналистам составляют и непрофессиональные производители информации, и новые технологии, позволяющие агрегировать контент. Вместе с тем количество желающих получить профессию журналиста остается примерно стабильным в относительном выражении. А это значит, что в течение четырех лет обучения необходимо подготовить будущего бакалавра к тому, что требования к профессионалу на рынке могут кардинально измениться.

Размывание границ профессии. В 2014 году студенты специализации «периодическая печать» СПбГУ подготовили мини-исследование вакансий для журналистов, которые предлагает рынок труда в Санкт-Петербурге. Среди стандартных требований можно было встретить и такие, как выполнение роли скрытого агента влияния в интернет-среде, создание «красивых» писем для рассылок, написание «вкусных» или «продающих» текстов. Все больше вакансий описывают несуществующего специалиста под названием «журналист-копирайтер-пиарщик», в то время как в образовательном процессе эти три специальности выделены в самостоятельные направления обучения.

Среди причин этой ситуации можно назвать нестабильный баланс между специалистами, имеющими профильное образование и без такового. Другой микро-опрос, проведенный студентами в редакциях 20 петербургских СМИ показал, что в среднем две трети сотрудников редакции имеют непрофильное образование, а 65% опрошенных утверждают, что не считают наличие журналистского образования обязательным для успешной работы в отрасли. Из предложенного списка современных компетенций журналиста респонденты выбрали ответ «все перечисленное»: методы поиска информации, работа с базами данных и статистический анализ, продвинутый пользователь компьютером, издательских программ и Интернета,

¹⁹⁹ С 2013 года штат газеты «Спорт-Экспресс» был сокращен более чем на 100 человек, то есть на треть (<http://www.rbc.ru/rbcfreeneews/5522cd719a7947710bea221a>); ВГТРК в течение 2015 года увольняет 460 сотрудников Дирекции спортивных программ (<http://siliconrus.com/2015/07/vgtrk-sportbox/>); примерно 10% сотрудников ТАСС ищут новую работу (<http://www.gazeta.ru/business/2015/01/23/6385481.shtml>); общий прогноз говорит о том, что в 2015 году редакции сократят свои штаты в среднем на 20-25% (<http://www.8hours.ru/articles/usloviya-truda/proizvodstvo/smi-zhdut-sokrasheniya>).



подготовка материалов для разных форматов (текст, фото, видео, аудио), основы продвижения в медиабизнесе. Если отбросить самый популярный ответ, то главной по значимости компетенцией оказались «методы поиска информации». На вопрос, чем руководствуются ваши сотрудники при освещении сложных тем, требующих правовой и этической подготовки журналиста, большинство выбрало ответ «указаниями редактора» (40%) и «собственными профессиональными знаниями или опытом» (30%).

В Европе к проблеме размывания границ профессий обратились достаточно давно. Европейская ассоциация преподавателей журналистики (ЕЖТА), образованная в 1990 году, сформулировала десять основных журналистских компетенций и приняла их в виде Тартусской декларации в 2006 году²⁰⁰. В России обсуждение компетенций интересует образовательные институты пока только в связи с необходимостью соответствовать стандартам Министерства образования, в то время как расхождение между представлениями работодателей и преподавателей о стандартах профессии становится критичным. По инициативе Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ встречи представителей медиабизнеса всего Северо-Запада и университета проходят регулярно на площадке ТАСС. Эти дискуссии показывают в том числе и проблему отсутствия единого языка для обсуждения профессиональных стандартов. В то время как образовательные стандарты являются весьма подробными описаниями знаний, умений и навыков, требования работодателей остаются также весьма размытыми и носят фундаментально-гуманитарный, но не узкопрофессиональный характер. Самые распространенные требования – хорошо писать и иметь широкий кругозор. Такое положение дел связано, в том числе, и с тем, что в профессии по-прежнему работает большое количество людей без профильного образования, а также при приеме на работу наличие диплома о журналистском образовании не является ключевым требованием. Идея необязательности его наличия постоянно поддерживается известными журналистами в публичных выступлениях²⁰¹.

Вместе с долговременными дискуссиями существует необходимость регулярного осмысления журналистской практики и ее соответствия образовательной политике в контексте изменения самой медиасреды, а не изменения мнений о ней. Мы выделили ряд вопросов, которые представляются актуальными на текущий момент.

Размывание жанровых границ. Журналистика запоздало вступила в эпоху литературного постмодернизма, переосмыслив классическую систему жанров. Вслед за практиками преподаватели стали говорить не о заметках и репортажах, а об «историях», «информационных молекулах», «длинных текстах» (лонгридах). В основном это было обусловлено двумя факторами: становлением журналистских текстов в условиях Интернет-среды и постепенным снижением интереса аудитории к печати. При этом наблюдается и обратный эффект – в традиционные форматы проникли жанровые особенности текстов Интернет-среды.

Понятие «сторителлинга» (storytelling – рассказывание истории) стало ключевым для современной отечественной журналистики, для которой вызовом стал выход из борьбы за оперативность. В условиях, когда социальные сети опережают СМИ в поиске информационного повода, ценным журналистским продуктом становятся: эксклюзивный факт, эксклюзивное экспертное мнение, доступно написанная история. «История» включает в себя практически любой жанр, где на первый план выходит человек как участник события или жертва обстоятельств. С литературной точки зрения также необходимо наличие фабулы, героев, обязательной кульминации с развязкой. С технической точки зрения история может включать не только текстовые фрагменты, но и все форматы мультимедиа.

С понятием сторителлинга также тесно связан феномен «объясняющей журналистики» (explanatory journalism), в котором ключевой задачей журналиста является пояснение случившегося события или возникшей проблемы. Все более популярными становятся рубрики изданий, которые проливают свет на, казалось бы, привычные вещи. Так, Интернет-издание «The village» в разделе «Как все устроено» рассказывает о представителях различных

²⁰⁰ Дрок Н. Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании // «Медиаскоп». №3, 2011. [URL]: <http://www.mediascope.ru/node/859>

²⁰¹ «Журфак дает какие-то гуманитарные знания. Но мне кажется, гораздо более действенная история – когда человек вначале приобретает базу, научную, гуманитарную или экономическую, учится азам аналитики, а потом уходит на специализацию в медиа, а не готовится с первого курса к некоей миссии, которая на самом деле просто профессия. К миссии-то они готовы, а вот к профессии часто нет». (Дарья Варламова. «Журналистика – не миссия, а профессия»: Галина Тимченко об образовании и будущем медиа» // <http://theoryandpractice.ru/posts/8703-timchenko-interview>)



профессий, социальных институтах и проблемах²⁰². Классические шесть журналистских вопросов в итоге слились в единое «что это такое?» (альтернативы – как это работает, как это устроено и т.п.) Другим примером объясняющей журналистики можно считать проект «карточки» в издании «Медуза» (копия проекта американского сайта Vox), которые поясняют любые феномены - от причин ослабления рубля до правильного приготовления шашлыков²⁰³. Бурное развитие инфографики также связано с потребностью аудитории получить большие объемы сложной информации в максимально удобном и понятном виде. При этом «объясняющая журналистика» никак не связана с тем, что издание ориентируется на массового потребителя с невысоким уровнем образования. Причина только в экономии самого ценного ресурса аудитории – времени.

В то время как журналисты успели увлечься, разочароваться и снова увлечься «лонгридами» (длинными текстами), в академической среде до сих пор продолжается дискуссия о правомерности употребления данного термина. Очевидно, что более актуальным является осмысление данного феномена вне зависимости от наименования, поскольку СМИ заинтересованы в журналистах, имеющих навыки написания подобных текстов. Всеволод Пуля, главный редактор издания «Russia beyond the headlines»²⁰⁴, расшифровывает «лонгриды» как «материалы длинной формы с широким использованием мультимедиа» и «идеальной эволюцией формата журнальной статьи в интернете»²⁰⁵. Тем не менее, в «лонгридах» можно увидеть признаки не только статьи, но репортажа, очерка или расследования. Издание Slon.ru в 2014 году составило рейтинг лучших лонгридов года, и примечательно, что на первом месте оказалось большое интервью.

Вне зависимости от позиции преподавателей по вопросу, являются ли названные феномены чем-то принципиально новым в журналистской практике или это возвращение уже известных форм работы, студентам необходимо постоянно включаться в актуальные профессиональные дискуссии.

Объединение творческих и технических задач. Формулируя запросы к современным журналистам, руководители СМИ все чаще в числе навыков называют вещи, требующие не только журналистской подготовки. Например, Тина Бережная (советник генерального директора RT, МИА Россия Сегодня) выделяет 10 ключевых требований к профессионалу: 1) умение писать материал для любого вида СМИ; 2) умение «наговорить» текст; 3) снимать видео; 4) смонтировать снятое видео; 5) умение работать в кадре; 6) быть автором для социальных сетей; 7) умение продвигать свои посты в соцсетях; 8) умение профессионально общаться с аудиторией в соцсетях; 9) умение работать с данными; 10) продвижение собственного бренда²⁰⁶. Это только часть требований, которые включают в себя технические аспекты. В целом их можно распределить на следующие группы: технологии производства контента на различных носителях (съемка, монтаж, верстка и т.д.), технологии упаковки (программное обеспечение), технологии распространения контента (в том числе программирование), технологии создания контента (статистическая обработка больших данных, визуализация). К сожалению, не всегда в рамках образовательной программы в высшем учебном заведении возможна отработка всех существующих на текущий момент технологий, однако эта задача легко решается в рамках краткосрочных мастер-классов от ведущих специалистов отрасли как вне учебной программы, так и в рамках текущих занятий. Помимо этого, отработка конкретных технологий ведется в рамках производственной практики. Например, в редакции «Делового Петербурга» журналисты пользуются специальным программным обеспечением для предварительной верстки текста на полосе через шаблон, а в редакциях Интернет-СМИ журналисты часто самостоятельно занимаются выкладкой и версткой своих материалов на сайте через специальную платформу.

Достаточно сложным в профессиональной и, тем более, академической среде является вопрос о необходимости владения навыками программирования. В зарубежных вузах

²⁰² Характерный пример лида в таких текстах: «The Village познакомился с супругой состоятельного человека и узнал, как живут семьи долларовых миллионеров» (<http://www.the-village.ru/village/city/howtobe>)

²⁰³ Примечательно, что Интернет-издания начали раскрывать кухню создания своих проектов. Так, на «Медузе» были опубликованы карточки о том, как делать карточки (<https://medium.com/meduza-how-it-works/%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B8-2cb5991a8cc6>)

²⁰⁴ Для «лонгридов» на сайте существует специальный раздел - http://rbth.com/long_reads

²⁰⁵ Всеволод Пуля. Как создать мультимедийный лонгрид. [URL]: <http://mediatoolbox.ru/longread/>

²⁰⁶ Из выступления на общероссийском молодежном форуме «Таврида 2015», 28.08.2015.



устоялась практика, когда в рамках факультетов (институтов) журналистики и массовых коммуникаций обучают веб-разработчиков или веб-дизайнеров²⁰⁷. В российской практике пока существуют робкие попытки встроить непосредственно технические аспекты в преподавание журналистики. Так, студенты Томского государственного университета под руководством Василия Вершинина создали айпад-журнал «10 пунктов», который получил даже международную известность²⁰⁸.

Следующий этап углубления знаний в области программирования – это уже не просто использование доступных приложений, а непосредственное написание кода. Например, медиафилософ Михаил Куртов еще с 2012 года пропагандирует идею о том, что «отличительная черта новых, цифровых медиа – это не столько способность к симуляции (или «ремедиации»), сколько программируемость, то есть возможность создавать медиа, которые никогда раньше не существовали и физически существовать не могли»²⁰⁹. То есть журналист не только производит контент для канала коммуникации, но способен самостоятельно создать принципиально новое средство распространения информации. При этом необязательно уметь писать код, достаточно владеть навыком чтения кода (как устроено средство массовой информации).

Еще одна область знаний, которая становится необходимой журналисту, то есть гуманитарную, – это основы статистики и статистической обработки большого объема данных. В Санкт-Петербургском государственном университете в рамках магистратуры для всех профилей введен предмет «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях», который включает в себя модуль по изучению программного обеспечения для статистической обработки данных. В то же время в рамках 12-часового модуля возможно только беглое знакомство как со статистикой, так и с программным продуктом. Кроме того, в рамках магистратуры предмет носит больше исследовательский характер. Если же говорить о журналистской практике, то обработка данных позволяет журналисту перейти от использования вторичных данных статистики к первичным, то есть принципиально новой эксклюзивной информации. Однако в рамках занятий в бакалавриате разговор об обработке данных носит чаще обзорный характер.

Медиаизмерения и работа с аудиторией. Не только в западных, но и в крупных российских редакциях на самом видном месте расположены экраны со статистикой посещения ресурса СМИ в Интернете онлайн. Редактор оперативно реагирует на изменения трафика и подстраивает работу редакции под него. Если раньше на редколлегиях лучшие материалы номера отбирали сами сотрудники редакции, то теперь повышенные гонорары выписываются тем журналистам, чьи тексты собирают больше просмотров и увеличивают посещаемость ресурса.

Умелый анализ потребностей и реакции аудитории стал неотъемлемой частью повседневной профессиональной жизни, однако в рамках образовательной программы работа с аудиторией предстает исключительно в свете социологических подходов и абстрактных моделей. В то же время в школе журналистики Университета Джорджии (штат Джорджия, США) уже готовят отдельных специалистов по медиаизмерениям, которые очень востребованы на рынке. Очевидно, что работа с аудиторией становится важным навыком для каждого конкретного журналиста, поскольку в условиях персонифицированной журналистики каждый выстраивает собственный бренд и привлекает свою целевую аудиторию, которая автоматически становится аудиторией всего СМИ. Измерение аудитории необходимо не только для ее последующей «продажи» рекламодателям, но и для понимания редакцией, для кого работает СМИ и как развиваться дальше. В технологическом плане интерес представляют и новые программные продукты, работающие с измерением аудитории социальных сетей.

Работа с аудиторией предполагает не только ответы на рефлексию по поводу опубликованных материалов, но, главным образом, инициирование дискуссии, создание пользовательского контента, поиск информационных поводов в сообщениях читателей, социальную мобилизацию и содействие гражданской активности населения. Такая работа требует специфических знаний и навыков, без которых журналист не сможет быть

²⁰⁷ Впрочем, даже в западном профессиональном сообществе не сложилось единой позиции о необходимости навыка программирования. (Мария Садовская-Комлач. Нужно ли обучать журналистов программированию? 01.10.2014. [URL:] <http://mediakritika.by/article/2532/nuzhno-li-obuchat-zhurnalystov-programmirovaniyu>)

²⁰⁸ Елена Поданева, «Не для печати». 01.08.2014. [URL:] <http://siburbia.ru/social/versiya-ne-dlya-pechati/>

²⁰⁹ Михаил Куртов, «Новых медиа не было». 14.11.2012. [URL:] <http://archives.colta.ru/docs/9182>



конкурентоспособным. С отдельными российскими вузами уже сотрудничают крупнейшие агентства медиаизмерений, которые готовят кадры для себя²¹⁰.

Очевидно, что быстро меняющаяся профессиональная реальность не может находить мгновенный отклик в академической среде в силу многих факторов. Тем не менее, оперативная реакция на вызовы медиарынка возможна в различных форматах проведения занятий по учебному плану и дополнительно. В качестве таких апробированных форматов можно выделить: исследование студентами рынка вакансий, живое или онлайн общение с экспертами, стимулирование студентов к участию в профессиональных форумах и конкурсах, отработка реальных заданий редакций в рамках занятий, экскурсии в редакции и длительные стажировки.

²¹⁰ «С некоторыми вузами мы сотрудничаем, ведем преподавательскую работу, читаем лекции и проводим практические занятия. Многим вузам мы предоставляем свои данные и программное обеспечение, чтобы студенты еще в процессе учебы могли «пощупать» живые данные». (Из интервью со специалистом компании TNS // Профессия: медиаисследователь в контексте российской истории медиаизмерений. [URL:] <https://mediajobs.ru/career/professiya-mediaissledovatel-v-kontekste-rossijskoj-ist>