

УДК 070(075.8)

УНИВЕРСАЛИЗМ – ЛОГИКА ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ

© 2012 Т.А. Горюнова

Академия медиаиндустрии

Поступила в редакцию 30 августа 2012 года

Аннотация: В статье рассматривается явление трансформации журналистской деятельности в связи с развитием информационных технологий. В статье также доказывается необходимость профессиональной подготовки универсального журналиста.

Ключевые слова: универсальный журналист, информационные технологии, профессиональная деятельность.

Annotation: The article describes the transformation of journalism in line with the development of IT technologies. Through the article the author clearly proves the importance of proper training of the general journalist for the professional activities.

Key words: a general journalist, IT technologies, professional activities.

Появление многих профессиональных журналистских умений и навыков продиктовано теми изменениями, которые происходили в сфере массовой информации на протяжении последнего десятилетия XX и начала XXI веков.

Из большого числа факторов, сопутствующих этим изменениям, исследователями выделяются, по крайней мере, три наиболее важных – технологический прогресс, изменение общественных институтов и пересмотр традиционных ценностей [9, 55].

Эти три силы не существуют в изоляции, они взаимосвязаны и взаимозависимы. Раскроем эту взаимосвязь со стороны развития технологий.

Какие бы они не были, – биотехнологии, информационные технологии, технологии управления и так далее, – изменяют мир, в котором мы живем. Масштаб технологического скачка, произошедшего за последние три-два десятилетия, поражает. Появившиеся в последнее время исследования свидетельствуют о том, что информационные технологии затрагивают все и всех, и сферу журналистики в первую очередь. Всего за несколько лет Интернет превратился из решения, вызывающего проблемы, в безграничные возможности развития абсолютно новой логики журналистской деятельности.

Тем не менее исследователи считают, что общество пока находится в процессе движения к смыслу новой реальности. Очевидно, что перемены не произойдут мгновенно, но они произойдут непременно.

По мнению исследователей, «инфоструктура», «электронная нервная система» рядовой

редакции или электронная (цифровая) поддержка любой организации станет важнее инфраструктуры» [9, 65].

Однако нужно понимать, что хотя парадигмальные изменения в информационно-коммуникативной сфере объективны и необходимы, явление это сложно и требует осторожного подхода. Чтобы следовать этим изменениям, журналисту необходимо быть и психологом, и организатором, и специалистом по GR и PR, принимать участие в коммуникативном менеджменте и многое другое.

Переход на цифру качественно изменяет медиа и ведет к универсализации журналистской профессии. «Иными словами, – отмечает исследователь интернет-журналистики А.А. Калмыков, – действительно необходимо формирование универсального журналиста, способного писать статьи, брать интервью, снимать видео, а затем осуществлять профессиональную предпечатную и предэфирную подготовку. К этим традиционным журналистским компетенциям необходимо также добавить широкий спектр умений и навыков технического характера, а также понимание того, каким образом формируется цифровой контент, с помощью каких средств он транслируется в информационно-коммуникативные среды и как воспринимается пользователями. Все это требует развития не только гуманитарного и психологического, но и математического, и инженерно-конструкторского мышления. Последнее особенно важно для изданий, использующих Интернет, а таковыми станут скоро все издания» [5, 32]. Представляя последний тезис дискуссионным, согласимся, что наблюдаемые процессы трансформации медиапространства существенно

изменяет традиционные «модели специалиста» в области информационно-коммуникативной деятельности.

Однако с течением времени медиапространство перестало быть только набором технических средств. Оно описано в ряде социологических работ, в частности российскими исследователями Е. Юдиной и Ф. Шарковым «как особый социальный феномен, особая социальная структура, образованная системой взаимоотношений производителей и потребителей массовой информации» [4] и является частью социального пространства. В данной цепочке связующим звеном является журналист, а основой — коммуникации.

Широкое распространение компьютерных технологий привело к появлению интернет — коммуникаций. По словам авторов учебника «Интернет-журналистика» Кохановой Л.А. и Калмыкова А.А.: «Было бы очень просто определить интернет-журналистику [6, 11] как журналистику, использующую новые технологические возможности. Однако есть веские основания предполагать, что в образе интернет-журналистики мы имеем дело с качественно новым культурным и цивилизационным феноменом.

В предисловии именно к этому изданию авторы говорят о журналистике будущего, где пересекаются на первый взгляд несовместимые профессии: «Так уж получилось, что в этой книге как бы аккумулировался опыт, накопленный в процессе научной, педагогической и организаторской работы авторов во многих, казалось бы, слабо пересекающихся областях: пресса и научная журналистика, консалтинг, дистанционное образование, экологическая психология и виртуалистика, коммуникативные технологии и теории коммуникации, PR и т.п. Вероятно, такова специфика интернет-журналистики, требующая интеграции всего спектра современного научного знания и технологий» [6, 5]. Сегодня с полной уверенностью можно говорить о правоте предположений авторов книги, которые подтвердило время. Современная журналистика, с появлением конвергентных, мультимедийных редакций, объединяет в себе несовместимые, на первый взгляд, знания и технологии.

Именно поэтому так много сейчас пишется об универсальном журналисте, который по меткому выражению профессора А. Калмыкова: «и швец, и жнец, и на дуде игрец» [5, 31].

И именно поэтому такое большое внимание за рубежом уделяется специальности «журналистика», которую можно найти практически в каждом ВУЗе Европы и США. В некоторых странах (Австралия, Новая Зеландия, частично Франция) ВУЗы готовят «бакалавра в области искусств по специальности «Журналистика», так

как эта специальность преподается на факультетах искусств. Также часто практикуется замена названия «журналист» на словосочетание «массовые коммуникации».

ВУЗов, обучающихся сразу по двум направлениям (журналистика + уклон в какую-то область) за рубежом достаточно много. Технический институт Бонн-Рейн-Зиг (Fachhochschule Bonn-Rein-Sieg) в Германии предлагает специальность «Техническая журналистика» (Technikjournalismus). Параллельно с гуманитарными дисциплинами студенты изучают информатику, физику, математику, технику автоматизированного управления и т.д., в общем, получают дополнительное техническое образование.

Университет Карлоса III в Мадриде (Universidad Carlos III de Madrid), помимо собственно журналистики (Licenciatura en Periodismo), предлагает специальности «право и журналистика» и «экономика и журналистика». На специальности «Право и журналистика» преподаются следующие дисциплины: история права, конституционное право, уголовное право, политология, философия, государственное управление, основы журналистики, история средств массовой информации в Испании и т.д. Специальность «Экономика и журналистика» подразумевает изучение таких предметов: микро— и макроэкономика, бухгалтер, статистика, международная экономика, информатика + традиционный «джентльменский набор» будущего журналиста.

В университете города Наварра (Universidad de Navarra, Испания) студенты получают двойное образование — «философия + журналистика» (Doble Licenciatura en Filosofia y Periodismo), поэтому по окончании вуза они становятся не только журналистами, но и аналитиками.

Немецкий вуз Hochschule Magdeburg-Stendal предлагает абитуриентам специальность «Журналистика / медиа-менеджмент» (Journalistik / Medienmanagement). Помимо дисциплин, непосредственно касающихся ремесла, здесь вам придется изучать политологию, маркетинг, финансы в СМИ, менеджмент в СМИ и т.д. Иначе говоря, подготовка построена таким образом, что выпускник будет журналистом и менеджером в одном лице.

Необходимы журналисты, которые должны уметь создавать информационный продукт в различных форматах, и прежде всего в том формате, в котором они работают профессионально и который наиболее подходит для освещения конкретного информационного повода.

Времена изменились, следовательно, должна поменяться и подготовка новых журналистов.

«Кросс-продвижение, использование но-

вых источников мультимедийной информации, внедрение новых бизнес-моделей, сервисов, услуг, форматов прямой рекламы и другие изменения – все это требует изменений в обучении журналистов» [11]. И именно в специалистах нового универсального типа нуждаются региональные редакции.

Так, по данным Управления Роскомнадзора по Тульской области [1] по итогам 2011 года в результате предпринятых действий снято с регистрационного учета 73 средства массовой информации, что составляет около 30 % от зарегистрированных СМИ Тульской области.

И одна из основных причин – уменьшения на треть рынка прессы в регионе – отсутствие профессиональных универсальных кадров.

На запрос о подготовке кадров по специальности «Журналистика» справочник аккредитованных ВУЗов России «Все ВУЗы России» [2] выдаёт 185 учреждений высшего образования, по специальности «Связи с общественностью» готовят 217 российский ВУЗов, «Маркетинг» – 300, «Психология» – 607, «Русский язык и литература» – 133, а вот специальности «Интернет – журналиста» или «Универсального журналиста» в перечне нет.

А именно эта специальность так необходима региональным редакциям, которые в современных условиях применяют и новые менеджерские приёмы, принципиально отличающиеся от советских и постсоветский приёмов ведения медиабизнеса.

В данном случае весьма показательна управленческая модель, известная в литературе как «тойотизм». «Истинный характер тойотизма, – отмечает в своей работе В. Касютин, – связан с отношениями между менеджментом и рабочими [7]. В этой же работе автор приводит высказывания западных специалистов СМИ К. Финка и И. Нонака по проблеме организации работы редакции. К. Финк: «В редакции, где ценятся самобытные и инициативные люди, концепция разделения труда – узкая специализация, как правило, не способствует творческому росту» [10, 108]. В качестве снижения подобных издержек он рекомендует ротацию или расширение круга обязанностей сотрудников.

И. Нонака доказывает, что «большинство знаний, накапливающихся на фирме, почерпнуто из опыта и не может быть передано рабочим

через чрезмерно формализованные процедуры управления» [3, 608].

Отсюда вывод, что эффективной будет та модель управления, где каждый член редакции вовлечён в производственный процесс от рядового менеджера по продажам до генерального директора.

Видимо поэтому профессор А. Калмыков высказывает мысль о введении термина транспрофессионализм в отношении журналистской деятельности. «...Это означает, что транспрофессионал должен быть готов выполнять функции предпринимателя и менеджера, а не только быть многосторонним техническим специалистом, способным осуществлять трансдисциплинарный синтез знаний» [5, 33].

ЛИТЕРАТУРА:

1. <http://71.rsoc.ru/news/news32189.htm>.
2. <http://abitur.nica.ru/>.
3. Nonaka (1991); Nonaka and Takeuchi (1994). Цит. по Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс / [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С. 608.
4. Бузин В.Н. Неоднородность медиaprостранства Российских регионов на примере Уральского федерального округа. – (<http://www.utmn.ru/docs/3312.pdf>). Дата обращения 6.02.2012).
5. Вестник электронных и печатных СМИ. – № 16. – М.: ИПК РТнР, 2011. – С. 29-43.
6. Калмыков А. Интернет-журналистика /А. Калмыков, Л. Коханова. – М.: Юнити-Дана, 2004.
7. Касютин В.Л. «Формы и методы государственного регулирования СМИ (на примере Российских региональных изданий)»: дисс. на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – ИПК. – М. 2011.
8. Мацур Мария. – (http://journalist-podval.narod2.ru/daidzhest/spetsialnost_zhurnalistika/zhazhda_peremen/) Дата обращения 4.06.2012).
9. Нордстрем К.А. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / Кьелл А. Нордстрем, Йонас Риддерстрале / [пер. с англ. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге], 2002.
10. Финк К. Стратегический газетный менеджмент / К. Финк. – Самара: Корпорация «Федоров», 2004.
11. Шестеркина Л.П. «Институт повышения квалификации работников ТВ и РВ. Наука. Вестник электронных и печатных СМИ. Архив журнала «Вестник», № 13» / Л.П. Шестеркина. Подготовка журналиста универсального типа в условиях конвергенции СМИ, 2011 год.

Горюнова Т.А. Академия медиаиндустрии, аспирант. Тульская медиа компания «Медиа – Траст». Директор по развитию и продвижению e-mail: gorunovata@gkpd.ru

Gorunova T.A. Academy of the Mediaindustry, aspirant., Tula media company «Media – Trust». Director of Development and Promotion. e-mail: gorunovata@gkpd.ru