

УДК 070:37

СЕМИНАР КАК ИСТОЧНИКОВЕДЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

© 2013 Л.А. Коханова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 12 июля 2013 года

Аннотация: В статье раскрываются особенности применения метода полужормализованного интервью как технологии исследования современного состояния региональной журналистики в рамках учебных семинаров с журналистами-практиками. При этом показано, что профессиональный функционал журналистов-практиков не ограничивает применение предлагаемого метода.

Ключевые слова: медийная отрасль, семинар, образовательный семинар, журналист-практик, региональная журналистика.

Abstract: The article reveals specific methods of interview-as a technology for the research in region journalism. The professional methods are not restricted only by this very practice.

Key words: media industry, seminar, education seminar, practice journalist, region journalism.

В последние годы не доставало комплексных исследований региональных средств массовой информации. Вся информация о том, что происходит в недрах журналистского сообщества, какие тенденции зреют, какие векторы определяют их развитие, представлена отрывочно в научных статьях и диссертациях, в публикациях профильных изданий. Но и эта отрывочная информация не всегда датирована сегодняшним днем, так как до защиты диссертации или выхода статьи в свет проходит достаточно времени. Явно, что недостаток этой самой последней информации испытывают не только представители власти, медийного сообщества, но и преподаватели вузов, преподающие цикл предметов по журналистике. Обучая студентов на отделениях и факультетах журналистики российских университетов, они понимают, что сегодня мало знакомить с историей отрасли — необходимо учить прогнозированию ее развития. Для этого важно вести постоянный мониторинг состояния отрасли на всех уровнях: федеральном, региональном и местном, т. е. от центрального издания до многотиражной газеты, от государственных телеканалов и радиостанций до частных с малым охватом аудитории информационных структур. И, конечно, следует постоянно изучать сетевое пространство, динамично развивающееся в нашей стране и активно вбирающее в себя традиционную журналистику на уровне конвергентных процессов.

Собственно, эти требования к учебному процессу предопределены самой спецификой университета как флагмана высшей школы. «До сих пор считается, — пишет доцент А. Л. Дмитриевский, — что университетское образование (в отличие от узкоспециального институтского) обще-универсально: он призвано дать студенту целостное представление о мире, которое он в дальнейшем уже сможет реализовать в конкретной (по своему выбору) сфере профессиональной деятельности. Более того, в любом уставе университета записано, что одна из главных его задач — формирование личности студента, а не обучение ремеслу. Вследствие этого главным действующим лицом в университете выступает Ученый — человек, профессионально занимающийся научным познанием в той или иной области науки. Научное познание имеет множество методов и форм, но все они, с известными оговорками, сводятся к одной универсалии: проведению ИССЛЕДОВАНИЯ» [2, 4].

Однако вряд ли студент сможет овладеть исследовательскими навыками, если сам педагог не имеет возможности в силу разных причин вести постоянно научную работу и совмещать ее с преподаванием. Чтобы должным образом научить этому студента, он должен владеть в достаточном количестве реальной информацией о происходящем в отрасли сегодня и сейчас. Изучения научной литературы, чтения профессиональной периодики явно для этого недостаточно.

Но, оказывается, из любой ситуации можно найти выход. Вузовскому преподавателю в этом

© Л.А. Коханова, 2013

случае может помочь именно его педагогическая деятельность. Именно его, как правило, достаточно часто приглашают провести тот или иной учебный семинар для журналистов-практиков в рамках повышения их квалификации. Автору данной статьи как профессору московского вуза в течение двух последних лет пришлось участвовать в таких образовательных семинарах для журналистов-практиков в Волгограде, Липецке, Чебоксарах, Ханты-Мансийске, Салехарде и Сыктывкаре.

Каждый семинар с журналистами-практиками имеет конкретную тему, которая, как правило, совпадает с научными и педагогическими интересами преподавателя, который его ведет. Тема вами заданного исследования в рамках этого семинара может совпадать с ней полностью, а может лишь соприкоснуться с ней, стать исходной точкой для получения нужной вам информации. В любом случае исходить следует из той информации, которой владеет профессиональная аудитория, с которой вы работаете. Но в любом случае – это информация о состоянии медийной отрасли в данном регионе, области, городе, о том или ином сегменте СМИ, который представляет ваша аудитория.

Конечно, эта информация во многом зависит от специализации тех, с кем вы работаете: с главными редакторами печатных СМИ, руководителями телевизионных или радиоканалов, ответственными секретарями, менеджерами медиа, специальными корреспондентами, руководителями рекламных служб и т. д. В зависимости от своей профессиональной деятельности они обладают определенными знаниями о состоянии медийной отрасли, тенденциях ее развития. Это дает возможность конкретизировать тему заданного исследования, более четко сформулировать задаваемые вопросы.

Следует заметить, что такое анкетирование имеет двойное назначение. Предлагая вопросы аудитории, вы тем самым осуществляете постоянную обратную связь с ней, которая позволяет корректировать вашу работу в течение семинара, ориентируясь постоянно на запросы ваших слушателей и отвечая на них по ходу занятий. Некоторые педагоги боятся этого постоянного мониторинга своей работы, так как могут получить нелицеприятную оценку ее. Собственный опыт убеждает, что не стоит бояться критических замечаний. Наоборот, делать их предметом обсуждения, учитывать их при формулировании последующих вопросов аудитории. В таком случае вузовский преподаватель повышает и свою педагогическую квалификацию, которая позволяет ему быть интересным студенческой аудитории.

Поэтому весьма важны методы сбора информации и последующей ее обработки, в результате которой готовится научная работа: статья или монография, или этот материал используется во время педагогической деятельности, органично входит в контекст лекционного или семинарского материала.

Как показывает практика, во время каждого из проведенных семинаров, задавшись целью получить информацию о состоянии отрасли данного региона или конкретного города, был использован метод полужоформализованного интервью. Он очень удобен именно в условиях проведения семинара, когда вы имеете возможность общаться с аудиторией в течение нескольких дней. Тем более что, по мнению специалистов, «полужоформализованное интервью апеллирует к естественному ходу мыслей респондента, поощряя его свободно высказываться по предложенной теме... Вопросы имели общие формулировки, чтобы спровоцировать оригинальные ответы, минимально обуславливая их конкретизацией области поиска ответа» [1, 30].

Далее, при анализе данных, которые были получены в результате ряда опросов во время проведения названных выше семинаров, мы использовали метод кодирования, т. е. организовывали полученный исходный материал в концептуальные категории. Это позволило сформулировать ряд тем, например, «Понимание терминов», «Будущее телевидения», «Развитие СМИ», «Личная судьба в профессии» и т. д. Это давало возможность сгруппировать материал, который затем был использован при анализе данных.

Затем обратились к методу осевого кодирования, тем самым мы «фокусировались на самих данных и приписывали кодовые значения темам» [3, 103]. Например, когда слушателями семинара были сотрудники телевизионной компании, реально было получить информацию о состоянии регионального телевидения. Для этого правомерно было поделить предмет исследования на следующие части: технологические процессы, в частности «дигитализация» или «цифровизация»; создание видеоконтента; формы подачи видеоматериалов; профессиональная составляющая и т. д.

С помощью метода согласия мы сфокусировали внимание на том, что является общим для всех исследуемых нами примеров, т. е. вычленили главную мысль, которая важна для всех опрашиваемых. При этом совершенно неважна степень этой выраженности. Это позволило нам прийти к выводу, что практически все участвующие в опросах сотрудники регионального телеканала в большей или меньшей степени озабочены поиском ответа на вечный вопрос – быть или казаться

в профессии. Одни предпочитают работать творчески, другие считают необходимым отработать какое-то время, чтобы уйти куда-либо, что даст выигрыш в оплате труда, времени для себя и т. д.

Во время проведения и других семинаров постоянно возникала тема «Личная судьба в профессии». С начала 1990 г. журналистика претерпела несколько кадровых смен. Уходило старое поколение, пришла молодежь. В регионах этот процесс шел много медленнее. И сегодня, судя по аудитории на семинарах, руководят местными изданиями и телевизионными редакциями в основном люди предпенсионного и пенсионного возраста. Молодых руководителей немного. Если они и есть, то, как правило, издают частные издания, создают свои радиoprogramмы, так как это сегмент СМИ не требует больших капитальных вложений.

Среди корреспондентов и печатных, и электронных СМИ молодежи больше. Но она менее профессиональна, так как не имеет профильного журналистского образования и обучается профессии в процессе работы в редакции. Так, в Салехарде функционирует несколько газет и журналов, есть две телекомпании. В одной из них трудится более 500 человек, в другой – около 100 сотрудников. Практически нигде нет выпускников факультетов или отделений журналистики, которых в вузах России насчитывается почти полторы сотни. Такая же приблизительно картина в Ханты-Мансийске. В Волгограде провели исследование, чтобы выяснить, выпускники каких вузов идут в журналистику. На первых позициях историки, политологи, социологи. Выпускники, которые по диплому значатся журналистами, далеко не на первых позициях по стремлению трудоустроиться в редакции любого СМИ.

В данном случае мы не ставим целью данной статьи выяснять причины сложившейся ситуации. Вопросов много: почему вузы готовят специалистов, не очень востребованных отраслью? Почему сами выпускники выбирают журналистику как свою профессию и поступают в вузы по этой специальности, а потом не спешат в ней реализовываться?

Приятным исключением стало знакомство с липецкими журналистами. Следует заметить, что телеканалы «Липецкое время» и «Липецкое время – регион», которые, по сути, есть единое целое, так как у них даже один главный редактор телевидения Наталья Калугина, очень молоды по профессиональному составу. В основном это недавние выпускники факультетов журналистики близлежащих к Липецку вузов. Есть среди них те, кто окончил Санкт-Петербургский университет. Но больше выпускников Воронежского государственного университета. Его окончили

специальный корреспондент отдела тематических программ редакции телеканалов Елена Сухачева, корреспондент этого же отдела Ольга Звягина, специальный корреспондент отдела информационно-аналитических программ редакции телеканала Ольга Бугакова и др. Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина окончил Руслан Харсиев.

Есть в составе творческого коллектива редакции и липчане, но в основном это выпускники педагогического университета. Так, Татьяна Федорова окончила Липецкий государственный университет, получив квалификацию «Учитель физики и математики». Но это не помешало ей стать автором и ведущей программы о старшем поколении «Старая гвардия», затем познавательной программы для детей «Хочу все знать», в настоящее время ежегодного проекта «Голоса молодости». По штатному расписанию она сегодня специальный корреспондент информационно-аналитической программы «Новости».

За несколько лет работы телеканала появились и свои мэтры. Так Александр Панов, который работает над программами «Страна спортивная» и «Завалинка», один из самых узнаваемых журналистов в городе и области. Свой новый проект «Клеевое место» он предложил для обсуждения на семинаре. На очередном выпуске программы его творческая группа отработывала профессиональные приемы организации материала. О том, как им удалось это сделать, рассказывалось в главке «Проект «Клеевое место»: Хобби – двигатель прогресса».

Интересные проекты задумывает и реализует специальный корреспондент отдела тематических программ редакции телеканалов Марина Карасик. Следует отметить, что эти работы замечены общественностью и не раз отмечены на региональных и федеральных конкурсах. Она лауреат региональной журналистской премии имени Вермишева. Ее авторская программа «Служу закону» дважды становилась победителем Всероссийского конкурса МВД «Щит и перо», победителем Всероссийского конкурса УФСИН. Программа «Формула счастья» побеждала в конкурсе Совета Федерации «Семья – душа России» и во Всероссийском конкурсе «Семья России». Сюжеты и программы М. Карасик становились лауреатами международного конкурса документальных фильмов «Детективфест» и Всероссийский конкурсов «Про образование» и «Мир права».

Вполне логично, что тема «Личная судьба в профессии» могла в такой аудитории получить свое дальнейшее развитие, а мы как исследователи получить новую значимую информацию. В данном случае этот пример интересен тем, что позволяет привлечь внимание к формулированию иссле-

довательского вопроса. Обычно даже опытные профессионалы этим пренебрегают, что приводит к печальным последствиям. Кстати, навык задавать вопрос обязателен для журналиста, в каком бы СМИ он не работал. Хороший вопрос – это, как правило, и хороший результат, т. е. качественная статья или великолепно отснятый телесюжет.

В этой конкретной ситуации – во время семинара в Липецке, имея дело с профессиональной аудиторией, которой был предложен конкурс на лучший вопрос, не хотелось пользоваться и нам самим стандартными вопросами. Лучше было бы ориентироваться на вопросы, побуждающие к углубленному изучению предмета исследования, усилить «теоретическую чувствительность» и тем самым дать более существенные результаты по окончании исследования¹.

При проведении семинара на телеканале «Липецкое время», как, впрочем, и во время работы с журналистами других регионов мы перед собой не ставили такой задачи – сформулировать теорию или концепцию, отражающие нынешнее развитие медийного поля страны. Но все-таки хотелось бы понять, что происходит внутри профессии, кто в нее приходит и надолго ли в ней задерживается. Именно этот посыл и стал основой для формулирования исследовательских вопросов, на основании ответов на которые можно делать определенные выводы.

Так как речь идет о технологии исследования в рамках учебных семинаров с журналистами-практиками, то проиллюстрируем данные положения конкретными примерами. Так, во время проведения семинара в Липецке в числе прочих вопросов были заданы приведенные ниже вопросы и на них соответственно получены ответы, которые даны поименно.

Вопросы: Каким вы видите себя через год, через пять, через десять лет? Будете ли вы в профессии или выберете другой вид деятельности, но не журналистику?

Ответы:

Наталья Калугина: «Через три года хотелось бы видеть себя в окружении журналистов с горящими от нетерпения глазами и желанием сделать гениальный сюжет. А вот через пять лет хотелось бы начать писать книгу».

Андрей Щелоков: «И через год, и через три, и через пять – по-прежнему в журналистике. Год и три еще возможно в новостной службе. Через пять – со своей программой».

Елена Лексина: «За пять лет хотелось бы найти устойчивый компромисс между административными обязанностями и возможностью творческого самовыражения. Десятилетие неизбежно внесет свои коррективы – рабочее место дома, свободный график и дистанционный контроль».

Анастасия Пытьева: «Через год я овладею ремеслом журналиста. Научусь писать красочно и лаконично. Пойму, как в любой, даже не в интересной новости найти «изюминку» и сумею ее вкусно подать. Через три года я найду тему, которой захочу заниматься подробно и осознанно. Но уже сегодня я хочу помогать малообеспеченным семьям или больным детям, которые нуждаются в дорогом лечении. Через пять лет моя жизнь должна кардинально измениться. И пока не знаю как».

Марина Карасик: «Через год – так как мне поручили сейчас делать не «Формулу счастья», а «Живую деревню», и весь год я буду заниматься именно этим, – хотелось бы достичь – ну, конечно, не совершенства, к нему можно только стремиться но, во всяком случае, делать эти программы более профессионально».

Алексей Новиков: «Хотелось бы видеть себя журналистом, выполняющим поставленные редактором задачи быстро и профессионально».

Цель настоящего опроса – получить набор разных суждений о себе в профессии – была достигнута. Но для того, чтобы картина была более полной, в данной ситуации можно обратиться к опыту петербургских ученых и их теории решения изобретательских задач (ТРИЗ), которые впоследствии весьма успешно использовали медийные специалисты. Суть их состоит в разработке методики «многоэкранного «сильного» мышления», которая предполагает определение «надсистемы» для обозначенной нами темы или «системы» – «объективно детерминирующего состояния изучаемой темы процесса, явления, феномена» [2, 22].

Такой «надстоящей» системой в нашем случае является медийная отрасль, а точнее ее сегмент – телевидение, определившее специализацию данной аудитории как участников семинара. Поэтому, конкретизируя тему, можно определить такие блоки исследования как «Будущее телевидения», «Развитие СМИ» и др.

Соотнесем полученные ответы на первый блок вопросов со своими последующими исследовательскими шагами и увидим, что профессия манит тех, кто пришел в нее и работает на «Липецком времени», журналистика их затягивает. Но еще есть обстоятельства, от которых даже успешный телевизионщик этого канала во многом зависит. Он зависит от развития самой отрасли, в частности от телевизионного вещания, технической и технологической его составляющей, зависит и конкретно от того, как будет развиваться данный канал, оснащаться новой техникой, а, следовательно, опробовать и новые технологии в подаче информационного и аналитического контента. Поэтому был задан следующий вопрос:

«Каким будет телевидение, на ваш взгляд, в ближайшие годы?».

Были получены следующие ответы:

Наталья Калугина: «Через пять лет, возможно, телевидение процентов на 30 % уйдет в Интернет, и мы будем смотреть новости или фильмы больше в карманных гаджетах, а не в телевизоре».

Андрей Щелоков: «Через три-пять лет телевидение и Интернет станут еще ближе».

Елена Лексина: «Телеканал «Липецкое время» перейдет на круглосуточное вещание. В дальнейшем жизнь все настойчивее будет требовать расширения журналистских навыков, умения писать тексты «под телевидение», «под радио», «под сайт». Произойдет взаимопроникновение профессий, направлений работы и отделов. Появятся монтирующие журналисты и пишущие режиссеры. Творческие и технические работники будут совместными усилиями поддерживать все проекты компании».

Анастасия Пытьева: «Телевидение через несколько лет, скорее всего, потеряет свою аудиторию и перейдет в Интернет-вещание. Людям проще будет включить компьютер, чем телевизор. Эта тенденция намечена уже сейчас, а с годами будет только усиливаться».

Марина Карасик: «Хотелось бы, чтобы телепрограммы были более нравственными, добрыми, гуманными и жизнеутверждающими. Но — жизнь показывает — идет обратный процесс. «Развлекалово» и ток-шоу, от которых меня уже, если честно, просто тошнит, пока занимают рейтинговые позиции. Но — хотя бы на региональном уровне — еще можно делать «добрые» программы», и мне нравится этим заниматься».

Ольга Звягина: «Через пять лет над каждой тематической программой будут работать отдельная команда. Количество программ не будет уступать их качеству. Если все будет так, то через десять лет наша аудитория вырастет в разы».

*Коханова Л. А.
Московский Государственный университет имени
М. В. Ломоносова, факультет журналистики,
профессор.*

Алексей Новиков: «Существование местных телекомпаний возможно лишь с той оговоркой, если в небольших городах их не вытеснят интернет-СМИ, которые сегодня по оперативности ушли далеко вперед от телерадиовещания в целом».

Конечно, подобными вопросами анкетирование аудитории во время проведения семинара не ограничиваются. Но этих примеров достаточно, чтобы показать, насколько реально проведение исследования в рамках образовательного семинара с журналистами-практиками, какой бы профессиональный функционал не был бы в их исполнении. Далее, получив частные ответы на эти и последующие вопросы, выполняющие двойное назначение: дающие информацию по заданной теме исследования и позволяющие корректировать ведение самого семинара, можно заняться процедурой их оценки. Затем остается увидеть в полученной и систематизированной информации ту тенденцию, которая определяет современное состояние региональной журналистики в том или ином географическом месте нашей страны.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Веселкова Н. В. Методические принципы полуформализованного интервью / Н. В. // Социология. — 1995. — № 5-6.
2. Дмитриевский А. Л. Исследование в журналистике / А. Л. Дмитриевский. — Орел, 2012.
3. Ньюман Л. Анализ качественных данных / Л. Ньюман // Социология за рубежом. — 1998. — № 12.

ПРИМЕЧАНИЕ:

1. По мнению А. Л. Дмитриевского, «под теоретической чувствительностью понимается способность исследователя распознавать наиболее важное в эмпирических данных и наделять эту «значимость» смыслом (т. е. формулировать категории, из которых затем будет выведена теория или концепция)».

*Kokhanova L. A.
Moscow State University name of M. V. Lomonosov,
faculty of journalism, professor.*