



УДК 070

654.19(091)

DOI 10.22363/2312-9220-2017-22-1-177-188

НОВЫЕ ЖУРНАЛИСТСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Е.А. Баранова

Российский государственный социальный университет (РГСУ)
Вильгельма Пика, д. 4, Москва, Россия, 129226

С развитием процесса медиаконвергенции исследователи стали много говорить о модернизации журналистского образования и необходимости подготовки журналистов-универсалов. Однако суждения теоретиков часто расходятся с мнениями журналистов-практиков. Автор в 2009—2016 годах беседовал с журналистами, редакторами и топ-менеджерами российских медиаконструкций на темы, связанные с развитием процесса конвергенции в редакциях отечественных СМИ, и задавал вопросы о том, какими навыками и компетенциями должен обладать современный журналист, а также о том, каким должно быть современное журналистское образование. Всего за эти годы было опрошено 40 человек из более чем 40 российских медиаконструкций. В данной статье приводятся мнения шести респондентов из шести медиаконструкций. Среди них Павел Гусев, главный редактор и владелец газеты «Московский комсомолец»; Владимир Таллер, президент «ТВМ Групп», академик Российской академии радио (РАР).

Автор впервые делает попытку проанализировать вопрос о журналистских компетенциях в эпоху конвергенции, основываясь на мнениях практиков, представляющих разные СМИ. Мы приходим к выводу о том, что распространенное мнение многих теоретиков о том, что процесс медиаконвергенции связан с появлением журналистов-универсалов и ведет к появлению многочисленных принципиально новых журналистских компетенций, не находит своего подтверждения на практике.

Ключевые слова: журналистское образование, журналистские компетенции, универсальный журналист, медиаконвергенция, умение работать с UGC

Теоретики и практики об универсализме в журналистике

С конца 1990-х годов теоретики СМИ не перестают писать о том, что журналистика как система видов профессиональной деятельности, совокупность профессий и научных дисциплин переживает серьезную трансформацию в условиях медиаконвергенции. Исследователи говорят о том, что на подготовку журналистских кадров начинают «оказывать влияния изменения, обусловленные глобализацией, интеграцией и внедрением современных технологий» [1. С. 103]. Теоретики СМИ пишут 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» [2. С. 287]. Под «кадрами новой формации» исследователи понимают конвер-

гентного журналиста, который «должен одновременно готовить материалы для передачи по различным каналам информации: через периодическую печать, телевидение, радио, Интернет и мобильные СМИ» [3. С. 6]. А также «освоить блок знаний по экономике, менеджменту, маркетингу и рекламе» [3. С. 7].

Иными словами, теоретики журналистики говорят о необходимости подготовки кадров новой формации, предполагающей освоение универсальных профессиональных навыков [4. С. 185; 5. С. 408; 6. С. 582].

Однако журналисты-практики обычно придерживаются альтернативной точки зрения. Например, ветеран конвергентной журналистики Эндрю Девигал (Andrew DeVigal), бывший мультимедийный редактор «Нью-Йорк Таймс» и директор по дизайну «Чикаго Трибьюн» утверждает: «когда человек хочет все делать сам, что-нибудь всегда страдает» [7]. К этому же мнению склоняется и большинство российских практиков, с которыми автор беседовал на протяжении 2009—2016 гг. Так, Павел Гусев, главный редактор и владелец газеты «Московский комсомолец», считает, что «универсализм — это тема исключительно для теоретических изысканий, ничего общего с практикой она не имеет. Все познать невозможно. Например Александр Минкин, может блистательно писать на культурные, политические темы, но освещение экономических вопросов у него получается хуже. У него есть логика анализа, но это не универсальность, а владение словом, умение найти нужные образы» [8].

Многое, конечно, зависит и от того, в какой медиакомпании работает журналист. Например, 2015 год был объявлен для ИД «Комсомольская правда» — лидера среди российских медиакомпаний в освоении новых технологий — годом электронных медиа — радио и Интернета. Это означает, что журналист должен создавать контент для разных платформ. Автор, корреспондент отдела политики ИД «Комсомольская правда», создает контент для печатной версии газеты, ее интернет-версии и радио «Комсомольская правда». Тем не менее вряд ли можно говорить о том, что мы обладаем какими-то универсальными мультимедийными навыками. Речь идет лишь о том, что журналист, делая, например, интервью с экспертом, потом может пригласить его и на радио (задать ему примерно те же вопросы и получить примерно те же ответы, естественно, сократив или немного переформулировав вопросы и ответы под формат радио, а также изменив подводку к теме). Журналист также может подрезать запись передачи, но, как правило, этим занимаются звукорежиссеры, которые делают это гораздо быстрее и лучше.

Мысль о том, что каждый должен заниматься своим делом, разделяет и Алексей Лоссан, заместитель главного редактора Дирекции международных проектов «Российской газеты» (РГ), который рассказывает, что в редакции РГ существует четкое разделение журналистов по их специализациям. Журналисты даже не занимаются поиском иллюстраций к своим статьям, это делает фотослужба. Она же выступает связующим звеном между журналистом и специалистом по инфографике, правильно формулируя для последнего задание от автора статьи. То есть каждый занимается тем, что у него лучше всего получается» [9].

И действительно, ведь если корреспондент идет на какое-то мероприятие, то с ним идет и фотокорреспондент. Один человек не может одновременно задавать

вопросы, писать и производить фото- или видеосъемку. Мультимедийные проекты, например популярные сегодня лонгриды, никогда не создает один человек. В их производстве участвуют разные специалисты: пишущие журналисты, профессиональные фотокорреспонденты, специалисты по дизайну, монтажеры — то есть каждый занимается своим делом.

И тем не менее теоретики журналистики не перестают говорить не только об универсализме, но и о принципиально новых навыках в эпоху медиаконвергенции.

Новые журналистские компетенции

Автор на протяжении 2009—2016 годов, беседуя с корреспондентами, редакторами, ведущими радио и ТВ-программ, а также топ-менеджерами российских медиакомпаний, анализировал компетенции, которые были или становятся актуальными в эпоху медиаконвергенции, согласно мнению журналистов-практиков.

1. Навыки видеосъемки и создания инфографики. В 2009—2010 годы на волне бурного развития видеоконтента на сайте многие практики говорили о том, что журналистам газетных редакций необходимы навыки видеосъемки. В 2009 году более половины из 20 опрошенных автором 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. В некоторых ИД для журналистов проводили тренинги по созданию видеоконтента. Однако к 2012 году в редакциях ушли от того, чтобы журналисты сами создавали видео, отказались от многих форм подачи видеоконтента [10. С. 176]. Поэтому владение азами видеосъемки сегодня совершенно не является необходимой компетенцией при работе в должности корреспондента или редактора.

Во многих отечественных редакциях приветствуется (но не является обязательным требованием), если журналист сам сделает к материалу инфографику (речь идет, конечно, о статической инфографике). Однако в большинстве отечественных редакций журналисты не занимаются подготовкой инфографики. Даже формулировкой задания для дизайнера часто занимаются специальные сотрудники, получающие задание от журналиста, готовящего материал. Правда, «в редакциях зарубежных СМИ, как правило, нет такой практики, что одни люди пишут текст, а другие делают к нему инфографику. Обычно пишущие журналисты сами учат дизайнерские программы и начинают делать визуальную журналистику» [11] или используют различные интернет-сервисы, позволяющие визуализировать данные на основе существующих шаблонов, такие как например Crowdfmap.

2. Умение общаться с аудиторией в соцсетях и «пиарить» свои материалы. С появлением блогов, форумов на сайтах СМИ, а также возможности комментировать статьи в редакциях заговорили и о новых компетенции у журналистов. Есть мнение, что будущее журналистики — дискуссионная журналистика (*debatejournalism*). Это означает, что журналист больше не выступает в роли всезнающего субъекта, а превращается в собеседника, который работает в тесной связи с читателями,

принимает участие в процессе обсуждения различных вопросов и тем. Дискуссионная журналистика резко контрастирует с «традиционной», в которой журналист — субъект, дающий свои знания аудитории [12. Р. 47].

Иначе говоря, работа журналиста заключается в том, чтобы быть в постоянном контакте со своей аудиторией. 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. Редакторское мнение для них все чаще не приоритетно, им важно то, что считают значимым их друзья. Поэтому в некоторых редакциях от журналистов даже требуют, чтобы они умели привлекать подписчиков на свои странички в соцсетях и общаться с ними. Действующая в «Новой газете» с 2012 года система гонорарного фонда, основанная на том, что зарплата складывается из базовой ставки (у каждого жанра она своя) и КПД за количество просмотров, «позволила вырастить так называемых форвард-блогеров — журналистов, мнение которых по определенной теме очень важно. Они могут даже не первыми сообщить новость, но за ними пойдут как за персональной рекомендацией. Они создают контент и сами его расшаривают. Через их посты в социальных сетях люди заходят на сайт, т. е. форвард-блогеры генерируют социальный трафик сайту», — рассказывает Константин Полесков, редактор сайта novayagazeta.ru [13]. Такую же модель привлечения пользователей из соцсетей на сайт реализуют сайты радиостанции «Эхо Москвы», телеканала «Дождь». Но все же в большинстве редакций продвижением материалов в соцсетях занимаются выпускающие редакторы сайта или менеджеры по соцсетям, а не журналисты, готовящие материал.

3. Умение работать с UGC. Беседуя с журналистами-практиками, автор спрашивал их о том, должен ли человек, работающий с пользовательским контентом, обладать какими-то новыми навыками. Ведь теоретики говорят о том, что сегодня вырабатываются «инновационные компетенции» [14], 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 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.

Нами были опрошены следующие категории экспертов: главные редакторы традиционных медиа и веб-изданий, топ-менеджеры медиакомпаний. Ответы на вопросы дали главные редакторы Александр Антоненко (mreporter.ru), Константин Полесков (novayagazeta.ru), Виталий Рувинский (echo.msk.ru), Александр Потапов (газета «Известия»), зам. главного редактора по электронным СМИ Юлия Волосатая (газета «Вечерняя Москва»), советник генерального директора по информационным технологиям Тина Бережная (телеканал «RussiaToday»). Экспер-

ты оказались единодушны в том, что редактор по работе с UGC прежде всего должен уметь налаживать контакт с мобильным автором, постоянно вести с ним диалог, договариваться об использовании его контента. «Человек может прислать видео, его покажут по федеральному каналу, он получит удовлетворение, и на этом все кончится. Поэтому одно из основных требований к сотрудникам — умение наладить постоянное взаимодействие с пользователями — с сотнями людей. Из огромного массива мобильных репортеров редактор должен уметь выделить тех, кто не просто снимает, а подходит к этому осмысленно», — объясняет Александр Антоненко [15]. Он также отмечает, что «редактор по работе с UGC должен иметь хорошие продюсерские навыки, а также знать, как работает поиск в «Твиттере», как анализировать твитты. Это необходимо, чтобы давать задания мобильным репортерам» [15].

Как видим, суждение отечественных теоретиков о том, что современный журналист должен быть универсалом, владеть навыками создания мультимедийного контента, не находят своего подтверждения на практике. Это мнение подтверждает и анализ должностных инструкций. Интересно отметить, например, что должностные инструкции газетных журналистов на разных интернет-сайтах очень похожи и содержат самые стандартные требования. Так, на англоязычном сайте «Найди мне хорошую работу» (Get me a cool job) приводится должностная инструкция газетного журналиста, репортера, согласно которой он пишет статьи для местных, региональных и национальных газет. Журналист пишет статьи на темы, интересные читательской аудитории издания, придерживается стиля издания. Журналист создает новые контакты, проводит личные интервью и интервью по телефону, посещает пресс-конференции, ищет новые темы для материалов. Среди ключевых навыков указывается умение хорошо писать, умение слушать и задавать вопросы. Журналисту необходимо интересоваться происходящими событиями, уметь быстро воспринимать информацию и доступно излагать ее в письменном виде, скоропись 100 слов в минуту, навыки использования информационных технологий [16].

Очень похожая должностная инструкция приводится на сайте rabota.ru. В должностные обязанности журналиста входит «осуществлять подготовку информационных материалов на заданные темы согласно требованиям редакции и предоставлять в виде, предусмотренном редакцией. Готовить вопросы для интервью, назначать встречи, выезжать на место их проведения, проводить интервью. Обработать информацию, собранную в ходе интервью. Представлять эту информацию в виде информационных материалов в определенном жанре. Производить проверку достоверности информации. Редактировать материалы. ... Готовить информационные материалы в соответствии с графиком, утвержденным главным редактором. ... Предлагать новые идеи. Стремится к повышению профессионального и личного роста, обучению, самосовершенствованию. ... Выполнять правила трудового распорядка, принятые в компании» [17].

Мысль о том, что процесс конвергенции не приводит к появлению каких-то принципиально новых компетенций у журналистов, подтверждают и результаты исследования, посвященного влиянию медиаконвергенции на журналистскую

профессию и характер журналистского труда, в котором приняли участие редакторы и корреспонденты газет средних и малых городов России. Исследование показало, что даже «занятия, связанные с ведением сайта редакции и размещением на нем контента, — не самые распространенные виды журналистской работы. Естественно, что на первом месте основные обязанности журналиста, которые отметили от 74 до 89% опрошенных: написание и редактирование своих текстов, участие в планировании работы редакции, фотосъемка изапись беседы на цифровой магнитофон» [5. С. 408].

Как отмечают практики, с которыми автор беседовал в 2009—2016 гг., как раз основных, базовых журналистских навыков (умение работать с текстом; умение находить интересные темы и адаптировать их под потребности аудитории; умение работать с экспертами) не хватает современным выпускникам журфаков. Так, например Александр Алиев, с 2008 — по 2011 г. — директор интернет-проекта «Известия», говорил автору в 2009 г., что «много работал со студентами журфаков — главная их проблема — не умеют писать, не умеют выражать свои мысли» [18]. Как рассказал нам в 2016-м Павел Гусев «к нам каждый год приходят устраиваться на работу или на практику десятки выпускников журфаков, 99% из них не способны работать в СМИ, они не устраиваются на работу по профессии» [8]. Гусев привел такую интересную статистику: «за последние 10 лет в “МК” приходило много выпускников журфака МГУ им. М.В. Ломоносова, но на работу я взял всего 2-3 человек» [8]. И не взял их Гусев не по причине того, что они не умеют создавать мультимедийный контент, не являются универсалами, а потому, что просто зачастую не понимают, что такое новостной повод.

Некоторые практики, с которыми беседовал автор, полагают, что выпускникам журфаков не хватает юридической грамотности. Например, Владимир Таллер, президент «ТВМ Групп», академик Российской академии радио (РАР), отмечает, что курсы «Право СМИ», «Основы профессиональной этики», которые читаются на факультетах журналистики, не учат студентов отвечать за свои слова. «Меня поражает, что я не видел надписи: “Ты ответственен!” ни на одном факультете журналистики. Этот тезис внушают медикам на протяжении всего периода обучения. Журналистам этого не внушают. Поэтому о юридической и нравственной ответственности они часто не задумываются. А ведь слово, порой, калечит больше, чем ошибка хирурга» [19].

С Таллером сложно не согласиться. Сегодня все используют программы, которые исправляют орфографические и стилистические ошибки в тексте, но никогда ни одна программа не будет определять нравственную составляющую и даже юридическую с точки зрения законодательства конкретной страны. «Сегодня именно нравственная составляющая выходит на первый план, и навыкам ее соблюдения надо обучать», — отмечает Таллер [19].

Журналистское образование в эпоху медиаконвергенции

Снова возникает вопрос: «Каким же тогда должно быть журналистское образование в условиях медиаконвергенции?» Автор статьи солидарен с мнением ряда

отечественных практиков (Павлом Гусевым, Рамазом Чиаурели, ведущим информационной программы «Сегодня» на канале НТВ и др.) о том, что единственное будущее для развития школы отечественной журналистики — это совмещение филологических дисциплин с творческими мастер-классами журналистов-практиков. «Например, я как главный редактор и владелец медиабизнеса, — объясняет Павел Гусев, — могу вести мастер-классы “Организация работы редакций”, “Экономика и менеджмент СМИ” (последний читаю в МУМе)» [8]. Словом, все профильные дисциплины («Основы творческой деятельности», «Профессиональная этика» и т.д.) должны читать исключительно практики. Однако наша система образования в области журналистики далека от совершенства. Практические дисциплины зачастую читают люди, которые либо никогда не работали в журналистике, либо работали, но очень давно, еще в советское время. Поэтому «перспективной представляется организация медиашкол на базе действующих СМИ в их тесном сотрудничестве с вузами» [20. С. 27]. К тому же на государственном уровне такая возможность сегодня представлена. В 2013 году был издан приказ Министерства образования и науки России № 958 о создании профильных кафедр и вузов на предприятиях [21].

Примеры организации медиашкол на базе предприятий уже есть. В 2015 году между агентством РИА «Томск» и Томским университетом было установлено сотрудничество, в рамках которого на базе СМИ возникла кафедра новых медиа, фотожурналистики и медиадизайна [20. С. 27].

Необходимы и новаторские решения самих журфаков, предполагающие выработку профессиональных навыков у студентов. Среди примеров такого нестандартного решения можно назвать проект «Радио в лифте» (Южно-Уральский госуниверситет) [22], стимулирующий студентов искать новые формы подачи контента и развивать проактивность, а также создание инновационного курса «Игровые коммуникации в журналистике и PR» (Российский университет дружбы народов), где студенты осваивают навыки игрофикации масс-медиа [23].

Заключение

Таким образом, изучив множество эмпирических источников, мы можем сделать следующий вывод: распространенное мнение некоторых теоретиков о том, что процесс медиаконвергенции связан с появлением журналистов-универсалов и ведет к появлению многочисленных принципиально новых журналистских компетенций, не находит своего подтверждения на практике.

Современным выпускникам журфаков часто не хватает базовых журналистских навыков (умение работать с текстом; умение находить интересные темы и адаптировать их под потребности аудитории; умение работать с экспертами). Это связано с тем, что практические дисциплины часто читают люди, далекие от журналистской практики. Поэтому единственной перспективной моделью для развития школы отечественной журналистики представляется совмещение филологических дисциплин с творческими мастер-классами журналистов-практиков.

© Баранова Е.А., 2017

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] *Фатеева И.А.* Филологические аспекты журналистской деятельности и журналистского образования в России и США // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2007. № 8. С. 110—114.
- [2] *Уразова С.Л.* Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2011. № 5. С. 287—293.
- [3] *Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография / Л.П. Шестеркина и др. / под ред. Л.П. Шестеркиной.* Челябинск: Издательство РЕКПОЛ, 2012. 115 с.
- [4] *Писаревская Н.С.* Мультимедиа как новая форма предоставления информации // *Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Е.Л. Вартановой, Я.Н. Засурского.* М.: МедиаМир: Фак. журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. 480 с.
- [5] *Свитич Л.Г.* Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2015. № 5 (360). С. 406—414.
- [6] *Милославская З.А.* Медиатекст: синтез журналистского, рекламного и PR-текста в условиях конвергентных СМИ // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2016. Том 5. № 4. С. 576—587.
- [7] Эндрю Девигал: почему для создания мультимедийного контента нужна работа команды. [Электронный ресурс]. URL: <http://ijnet.org/ru/blog/эндрю-девивал-почему-для-создания-мультимедийного-контента-нужна-работа-команды> (Дата обращения: 01.11.2016).
- [8] Интервью Е.А. Барановой с П. Гусевым, главным редактором и владельцем газеты «Московский комсомолец». 2016. Апрель.
- [9] Интервью Е.А. Барановой с А. Лоссаном, заместителем главного редактора Дирекции международных проектов «Российской газеты». 2015. Октябрь.
- [10] *Баранова Е.А.* Этапы развития процесса медиаконвергенции (в попытках описать глобальные изменения в развитии СМИ с 1990—2015 гг.) // *Коммуникология*. 2016. Том 4. № 2. С. 170—193.
- [11] *Баранова Е.А.* Все, что Вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте // *Медиаскоп*. 2013. № 4.
- [12] *Lehtisaari K., Karppinen K., Harjunen T., Grönlund M., Linden C.-G., Nieminen H. & Viljakainen A.* Media Convergence and Business Models: Responses of Finnish Daily Newspapers // *Communication Research Centre CRC, Department of Social Research, University of Helsinki*. 2012. 58 p.
- [13] Интервью Е.А. Барановой с К. Полесковым, редактором сайта novayagazeta.ru. 2015. Июнь.
- [14] *Дрок Н.* Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании // *Медиаскоп*. 2011. № 3.
- [15] Интервью Е.А. Барановой с А. Антоненко, главным редактором сайта mreporter.ru. 2015. Июнь.
- [16] Newspaper Journalist Job Descriptions. Electronic resource. URL: <http://www.getmeacooljob.com/Job%20Descriptions/Newspaper%20Journalist%20Job%20Descriptions.html>. Zagl. s ekrana. Date of the application: 23.10.2016.
- [17] Должностная инструкция журналиста, должностные обязанности журналиста, образец должностной инструкции журналиста. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.getmeacooljob.com/Job%20Descriptions/Newspaper%20Journalist%20Job%20Descriptions.html> (дата обращения: 10.10.2016).
- [18] Интервью Е.А. Барановой с А. Алиевым, с 2008 — по 2011 г. — директор интернет-проекта газеты «Известия». 14.08.09.
- [19] Интервью Е.А. Барановой с В. Таллером, президентом «ТВМ Групп», академиком Российской академии радио (РАР). 26.10.2016.

- [20] Ярославцева А.Е. Возможности развития медиакомпаний // Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: Мат. междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2015 г.». М.: МедиаМир. С. 27.
- [21] Приказ Минобрнауки России от 14.08.2013 № 958. [Электронный ресурс]. URL: http://www.syktso.ru/edu/if/law_in/kpo/doc/Приказ%20о%20базовых%20кафедрах.pdf (дата обращения: 10.12.2016).
- [22] Волкова И.И. Проект «Радио в лифте» как текст на проактивность // Успехи современной науки и образования. 2016. № 12. Т. 6. С. 23—25.
- [23] Волкова И.И. Маркетинговое мышление и медиaprостранство: феномен игры в контексте преподавания теории и практики экранных коммуникаций // Журналистика-2016: стан, праблемы і перспектывы. матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10-11 ліст. 2016 г., Мінск. Вып. 18. Мінск: Паліграфкамбінат ім Я. Коласа, 2016. С. 137—139.

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 4 ноября 2016.

Дата принятия к печати: 2 декабря 2016.

Для цитирования:

Баранова Е.А. (2017). Новые журналистские компетенции в условиях медиаконвергенции: мифы и реальность // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. 2017. Т. 22. № 1. С. 177—188.

Сведения об авторе:

Баранова Екатерина Андреевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, социальной рекламы и связей с общественностью социально-гуманитарного факультета Российского государственного социального университета.

Контактная информация: e-mail: Kat-journ@yandex.ru

NEW JOURNALISM COMPETENCES IN THE CONDITIONS OF MEDIA CONVERGENCE: MYTHS AND REALITY

E.A. Baranova

Socio-Humanitarian Department State Social University (RSSU)
Vilgelma Pika, 4, Moscow, Russia, 129226

With the development of media convergence process researchers have begun to speak on the modernization of journalism education and the need for training of *cross-media trained journalists*. However, theorist's judgments often disagree with the opinions of Journalism practitioners. Author in 2009—2016 spoke to reporters, editors and top managers of Russian media companies on topics related to the development of convergence process in Russian mass media newsrooms and asked them what skills and competencies modern journalist should have, as well as what is the future of journalism education. In total 40 people from more than 40 Russian media companies were interviewed for these years. This article presents the views of 6 respondents from 6 media companies. Among them are such well-known persons as Pavel Gusev, chief editor and owner of the newspaper "Moskovsky Komsomolets"; Vladimir Taller, president of TVM Group, Academician of the Russian Academy of Radio (RAR).

The author first makes an attempt to analyze the issue of journalistic competences in the conditions of media convergence, based on the views of practitioners from different media. We concluded that the common view of many theorists that convergence process is associated with the appearance of *cross-media trained journalists* and leads to numerous fundamentally new journalism competences does not find its confirmation in practice.

Key words: journalism education, journalism competences, cross-media trained journalist, media convergence, the ability to work with UGC

REFERENCES

- [1] Fateeva I.A. Filologicheskie aspekty zhurnalistskoy deyatel'nosti i zhurnalistskogo obrazovaniya v Rossii i SShA [Philological aspects of journalism and journalism education in Russia and the US]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. 2007. № 8. Pp. 110—114.
- [2] Urazova S.L. Konvergentsiya kak faktor zhiznesposobnosti mass-media v tsifrovoy srede. Teoreticheskiy aspekt [Convergence as a factor in the viability of mass media in the digital environment: a theoretical aspect]. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo [Bulletin of the Nizhny Novgorod University of N.I. Lobachevsky]. 2011. № 5. Pp. 287—293.
- [3] Zhurnalistskoe obrazovanie v usloviyakh konvergentsii SMI: monografiya / L.P. Shesterkina i dr.; pod red. L.P. Shesterkinoy [Journalism education in conditions of media convergence: monograph. L.P. Shesterkina and others. Ed. L.P. Shesterkina]. Chelyabinsk: Izdatel'stvo REKPOL [Chelyabinsk: REKPOL Publisher], 2012. 115 p.
- [4] Pisarevskaya N.S. Mul'timedia kak novaya forma predostavleniya informatsii [Multimedia as a new form of data reporting]. Zhurnalistska v 2015 godu. Informatsionnyi potentsial obshchestva i resursy mediasistemy. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii [Journalism in 2015. Information capacity of society and resources of media system. Materials of International Research Conference]. M.: MediaMir: Fak. zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova [Moscow, MediaMir Publ., Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ.], 2016. 480 p.
- [5] Svitich L.G. Izmenenie zhurnalistskoy professii v protsessakh mediakonvergentsii [Changes in the journalism profession in the conditions of media convergence]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. 2015. № 5 (360). Pp. 406—414.
- [6] Miloslavskaya Z.A. Mediatekst: sintez zhurnalistskogo, reklamnogo i PR-teksta v usloviyakh konvergentnykh SMI [Media texts: fusion of journalistic, advertising and PR texts under conditions of media convergence]. Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Theoretical and Practical Issues of Journalism]. 2016. Vol. 5. № 4. Pp. 576—587.
- [7] Andrew DeVigal: pochemu dlya sozdaniya mul'timediy'nogo kontenta nuzhna rabota komandy [Why the creation of multimedia content needs team work] [Elektronnyj resurs][Electronic resource]. URL:<http://ijnnet.org/ru/blog/эндрю-девигал-почему-для-создания-мультимедийного-контента-нужна-работа-команды> [Data obrashhenija] [date of the application]: 01.11.2016.
- [8] Interv'y avtora s P. Gusevym, glavnym redaktorom i vladeletsem gazety «Moskovskiy komsomolets» [Author's interview with P. Gusev, chief editor and owner of the newspaper "Moskovsky Komsomolets"]. 2016. Aprel' [April].
- [9] Interv'y avtora s A. Lossanom, zamestitelem glavnogo redaktora Direktsii mezhdunarodnykh proektov «Rossiyskoy gazety» [Author's interview with A. Lossan, deputy editor-in-chief for international projects of Rossiyskaya Gazeta]. 2015. October.
- [10] Baranova E.A. Etapy razvitiya protsessa mediakonvergentsii (v popytках opisat' global'nye izmeneniya v razvitiy SMI s 1990—2015 gg.) [The stages of media convergence process (in an attempt to describe global changes in media development in 1990—2015)]. Kommunikologiya [Communicology]. 2016. Vol. 4. № 2. Pp. 170—193.

- [11] Baranova E.A. Vse, chto Vy dolzhny znat', esli khotite razvivat' infografiku na gazetnom sayte [Everything You Need to Know to Develop Infographic on Newspaper's Website]. Mediaskop. 2013. № 4.
- [12] Lehtisaari K., Karppinen K., Harjuniemi T., Grönlund M., Linden C.-G., Nieminen H. & Viljakainen A. Media Convergence and Business Models: Responses of Finnish Daily Newspapers. Communication Research Centre CRC, Department of Social Research, University of Helsinki, 2012. 58 p.
- [13] Interv'yu avtora s K. Poleskovym, redaktorom sayta novayagazeta.ru [Author's interview with K. Poleskov, chief editor of novayagazeta.ru]. 2015. Iyun' [June].
- [14] Drok N. Smena professional'nykh kompetentsiy v zhurnalistskom obrazovanii [The Shift of Professional Competences in Journalism Education]. Mediaskop. 2011. № 3.
- [15] Interv'yu avtora s A. Antonenko, glavnym redaktorom sayta mreporter.ru [Author's interview with A. Antonenko, editor-in-chief of mreporter.ru]. 2015. Iyun' [June].
- [16] Newspaper Journalist Job Descriptions. Electronic resource. URL: <http://www.getmeacooljob.com/Job%20Descriptions/Newspaper%20Journalist%20Job%20Descriptions.html>. Zagl. s ekrana. [date of the application]: 23.10.2016.
- [17] Dolzhnostnaya instruktsiya zhurnalista, dolzhnostnye obyazannosti zhurnalista, obrazets dolzhnostnoy instruktsii zhurnalista [A journalist job description, duties of the Journalist, a sample of journalist job description]. [Elektronnyj resurs][Electronic resource]. URL:<http://www.getmeacooljob.com/Job%20Descriptions/Newspaper%20Journalist%20Job%20Descriptions.html> [Data obrashhenija] [date of the application]: 10.10.2016.
- [18] Interv'yu avtora s A. Alievym, s 2008 — po 2011 g. — direktor internet-proekta gazety «Izvestiya» [Author's interview with A. Aliev from 2008 to 2011 he was a director of the «Izvestiya» Internet project]. 2009. Avgust [august].
- [19] Interv'yu avtora s V. Tallerom, prezidentom «TVM Grupp», akademikom Rossiyskoy Akademii Radio (RAR) [Author's interview with V. Taller, president of TVM Group, Academician of the Russian Academy of Radio (RAR)]. 2016. Oktyabr' [October].
- [20] Yaroslavtseva A.E. Vozmozhnosti razvitiya mediakompaniy [Opportunities for the development of Media companies]. Zhurnalistika v 2015 godu. Informatsionnyi potentsial obshchestva i resursy mediasistemy. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii [Journalism in 2015. Information capacity of society and resources of media system. Materials of International Research Conference]. M.: MediaMir : Fak. zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova [Moscow, MediaMir Publ., Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ.], 2016. 480 p.
- [21] Prikaz Minobrnauki Rossii ot 14.08.2013 N 958 [Order No. 958 of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation of 14 August 2013]. [Elektronnyj resurs] [Electronic resource]. URL: http://www.syktu.ru/edu/if/law_in/kpo/doc/Prikaz%20o%20bazovykh%20kafedrakh.pdf [Data obrashhenija] [date of the application]: 10.12.2016.
- [22] Volkova I.I. Proekt «Radio v lifte» kak tekst na proaktivnost' [Project “Radio in the elevator” as a test for proactiveness]. Uspеhi sovremennoj nauki i obrazovanija [Success of modern science and education]. 2016. № 12. T. 6. Pp. 23–25.
- [23] Volkova I.I. Marketingovoe myshlenie i mediaprostranstvo: fenomen igry v kontekste prepodavanija teorii i praktiki jekrannykh kommunikacij [Marketing thinking and the media: the game phenomenon and the teaching of the theory and practice of communication screen]. Zhurnalistyka-2016: stan, problemy i perspektivy. matjeryjaly 18-j Mizhnar. navuk.-prakt. kanf., prysvechanaj 95-goddzju BDU, 10-11 list. 2016 g., Minsk. Vyp. 18. Minsk: Paligrafkambinat im Ja. Kolasa, 2016. Pp. 137–139.

Article history:

Received: 4 November 2016.

Revised: 20 November 2016.

Accepted: 2 December 2016.

For citation:

Baranova E.A. (2017). New journalism competences in the conditions of media convergence: myths and reality. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2017, 22 (1), 177—188.

Bio Note:

Baranova Ekaterina Andreyevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of journalism and public relations, Russian state social university.

Contacts: e-mail: sgf@rgsu.net