

УДК 070.415; 378.016
DOI: 10.17223/26188422/2/2

Л.П. Шестеркина, А.Р. Марфицына

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ПОИСКЕ ПУТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассматриваются актуальные проблемы современного журналистского образования. Журналистика в век цифровых технологий подвержена изменениям и требует от журналиста широкого спектра знаний и умений. Это влечет за собой новые требования к процессу подготовки кадров. Авторы опираются на социологическое исследование, проведенное ими среди практикующих журналистов и работодателей. В результате выявлены медиапроцессы, которым необходимо обучать студентов, и определены меры, которые помогут на практике усовершенствовать журналистское образование.

Ключевые слова: журналистика, журналистское образование, медиапроцесс, работодатель, медиапредприятие, универсальная журналистика

Введение

Журналистика на сегодняшний день продолжает оставаться одной из самых популярных и динамично развивающихся профессий. В последние годы спрос на кадры в сфере медиа неизменно растет. Об этом свидетельствуют данные Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Так, согласно статистике, ежегодно вузы России выпускают около 4–5 тыс. журналистов, но если учесть, что ежегодно в российских средствах массовой информации уходят на пенсию или меняют работу более 4 тыс. человек, то выпускников едва хватает на простое воспроизводство кадров [1]. О востребованности профессии журналиста свидетельствует высокий конкурс среди абитуриентов на факультеты журналистики страны во время приемных кампаний в вузах. Так, по данным ТАСС, в 2017 году «конкурс на самый известный факультет журналистики – журфак МГУ имени

М.В. Ломоносова – побил рекорд за последние 25 лет» [2]. Высокий конкурс отмечен и на факультете журналистики Южно-Уральского государственного университета – в 2017 году он составлял 10 человек на одно место.

К развитию профессии журналиста и журналистики, как особого вида творческой деятельности, неизменно приковано внимание ученых и практиков. Ежегодно в России и за рубежом проходит множество научных конференций, где обсуждаются проблемы и перспективы развития журналистики и журналистского образования. Так, в октябре 2017 г. на базе МГУ им. М.В. Ломоносова состоялась научно-практическая конференция Европейской ассоциации журналистского образования (ЕЖТА) «Журналистское образование без границ». В ней приняли участие преподаватели и исследователи массмедиа из университетов США, Франции, Германии, Бельгии, Австрии, России и многих других европейских стран. Состоялось обсуждение журналистского образования в широком глобальном контексте с учетом национальных особенностей, профессиональных, социальных, идеологических, культурных и экономических условий, влияющих на образовательную деятельность будущих журналистов. Так, по мнению декана факультета журналистики МГУ, чл.-корр. РАН, профессора Елены Леонидовны Вартановой, сейчас двигателем журналистского образования являются новые технологии, но при этом *«три столпами остаются знания общества и его культуры, знания функций и природы журналистики, компетенции в сфере профессиональных навыков» [3].* О важности формирования у журналиста широкого спектра профессиональных навыков высказался и профессор Городского университета Нью-Йорка (США) Лев Манович. Исследователь считает, что сегодняшний *«журналист должен быть экспертом во всех вопросах, должен уметь производить контент разного типа: от текста до видео» [3].*

Трансформация журналистики в цифровую эпоху

Одним из факторов, влияющих на состояние журналистского образования, безусловно, остается постоянно растущее число СМИ, работающих в интернете, в которых активно меняются

процессы производства и подачи контента. Меняется и само понятие «журналистика». Некоторые исследователи сегодня трактуют журналистику довольно широко: *«помимо качественных общественно-политических (или общественно-правовых) СМИ, к ней присоединяют и развлекательные газеты, журналы, радио- и телепередачи, и рекламные, и справочные, и всевозможные дайджесты и проч.»* [4]. Однако и это не до конца определяет суть «нового» термина. В профессию активно вошли термины «блогер», «гражданский журналист», «редактор-агрегатор» и мн. др. На просторах интернета, в различных социальных сетях появилось огромное количество людей, которые, имея под рукой компьютер, планшет или телефон, оперативно вбрасывают во всемирную паутину информацию, позиционируя себя как журналиста, формирующего общественное мнение. Причем многие зарабатывают себе на жизнь именно продвижением своего аккаунта, тем самым превращая свою личную деятельность в социальных сетях из занятия в профессию. Возникает необходимость узнать, как само журналистское сообщество определяет сегодня журналистику как профессию. Это одинаково важно и для представителей практической журналистики, и для организаторов процесса подготовки будущих медиаспециалистов.

В образовательном процессе на факультете журналистики ключевым вопросом, не теряющим своей актуальности, остается проблема профессиональной пригодности медиаспециалистов нового поколения, качества и применимости знаний, полученных на журфаке, в средствах массовой информации эпохи цифровых технологий. Поисками путей решения этой проблемы активно занимаются российские и зарубежные ученые – исследователи медиа, в их числе Д. Брейнер, Е.Л. Вартанова [5], А.А. Градюшко [6], Н. Дрок [7], Ю.М. Ершов, А.М. Жусупова, М. Кастельс, С.Г. Корконосенко [8], Б.Н. Лозовский [9], Л. Манович, С. Михайлов, Я. Ниязбаев, Д. Рэндалл, В.В. Тулупов и мн. др.

В данном исследовании мы предприняли попытку выяснить взгляд действующих работников СМИ на журналистику и профессионализм будущих медиспециалистов. И такое выявление качеств и умений, необходимых будущему журналисту в век цифровых технологий, способствующее установлению взаимодействия между вузами, выпускающими специалистов для ме-

диарынка, и предприятиями, готовыми принять их на работу, представляется актуальным и важным для развития журналистского образования.

В исследовании приняли участие специалисты, работающие в сфере медиа, разных возрастных и гендерных групп, имеющие различный профессиональный стаж и уровень образования. Их возраст представлен следующим образом: 18–25 лет – 35 %; 26–30 лет – 26 %; 31–35 лет – 7 %; 36–40 лет – 8 %; 41–45 лет – 8 %; 46–50 лет – 5 %; 51 год и более – 11 %. По гендерной принадлежности 80 % респондентов составили женщины, 20 % – мужчины. Стаж профессиональной деятельности участников анкетирования выглядит так: от одного года до пяти лет – 33,6 %; от 6 до 10 лет – 27 %; от 11 до 15 лет – 13,3 %; от 16 до 20 лет – 9,6 %; более 20 лет – 16,4 %.

По позиции «образование» участники анкетирования представили следующие результаты: среднее специальное – 2 %; высшее журналистское – 62 %; высшее не журналистское – 17 %, два высших – 13 %; ученая степень – 1 %; другое – 5 %.

(На рис. 1 участники опроса охарактеризованы как представители различных медиапредприятий).

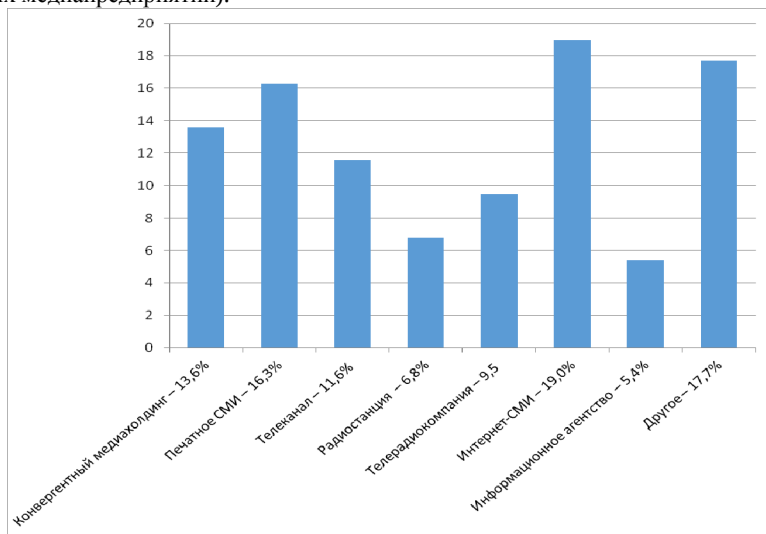


Рис. 1. Сравнительная таблица респондентов по принадлежности к медиапредприятиям

Таким образом, опрошенные нами респонденты являются представителями различных медиапредприятий, таких как конвергентный медиа-холдинг – 13,6 %; печатное СМИ – 16,3 %; телеканал – 11,6 %; радиостанция – 6,8 %; телерадиокомпания – 9,5 %; интернет-СМИ – 19,0 %; информационное агентство – 5,4 %; другое – 17,7 %.

Определяя суть журналистской профессии, лишь 1 % затруднился с ответом на этот вопрос, а 33,9 % работодателей и медиаспециалистов назвали журналистскую профессию *«призванием»*, 17,7 % отнесли ее к *«творчеству»*, 21 % – к *«роду занятий»*, 16,9 % – к *«ремеслу»*. Среди участников анкетирования прозвучало особое мнение, что журналистика как профессия, к сожалению, *«доступна каждому»*. Часть респондентов, воспользовавшись вариантом ответа *«другое»*, добавили ряд частных мнений о том, что журналистика это, прежде всего *«деятельность»*, *«тяжелый и ответственный труд»*, *«образ жизни»*, *«площадка для творчества и саморазвития»*, *«стиль жизни»* и *«судьба»*.

В процессе выявления порядка значимости основных составляющих журналистского профессионализма работодатели представили их следующим образом: на первое место вышла *«функциональная грамотность»* – 33,7 %, на втором месте оказалась *«профессиональная культура»* – 23,9 %, и на третьем – *«профессиональная квалификация»* – 22,9 %.

Исходя из ответов респондентов можно сделать вывод, что для большинства работодателей очень важно, чтобы современный журналист, в первую очередь, был функционально *«подкован»*, т.е. умел обращаться с журналистской техникой, понимал весь спектр журналистской работы и выполнял основные функциональные обязанности, возложенные на него редакцией. В век цифровых технологий это пожелание вполне уместно, ведь только функционально грамотный сотрудник способен создать требуемый медиапродукт. Вместе с тем работодатели ждут от выпускников журфаков хорошего уровня профессиональной культуры и профессиональной квалификации.

Универсальная журналистика на первом месте

Современные исследователи журналистики описывают систему новых медиа четырьмя ключевыми взаимосвязанными процессами – конвергенцией, дигитализацией, интерактивностью и принадлежностью

данных медиаресурсов к сетевому пространству [10]. Конечно, эти и другие процессы, с одной стороны, требуют от молодого журналиста новых профессиональных компетенций, которые желательно получить в период обучения на факультетах журналистики. С другой стороны, образовательный процесс в вузе, по мнению работодателей, не стоит перегружать тем, что не будет востребовано на практике.

(На рис. 2 отражено мнение работодателей по вопросу о том, чему предпочтительнее обучать студентов на современном этапе).

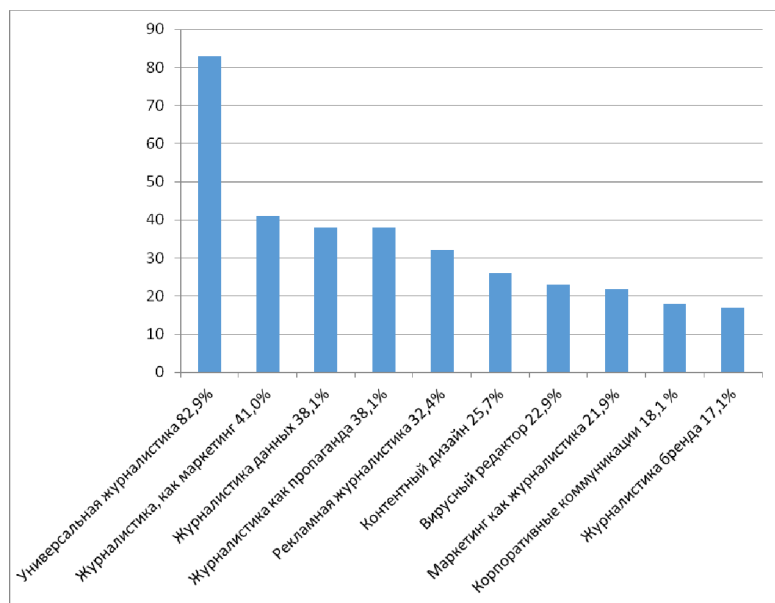


Рис. 2. Сравнительная таблица ответов работодателей по вопросу о том, чему обучать студентов на современном этапе

Сравнительная таблица ответов на вопрос о том, чему обучать студентов на современном этапе, показывает, что мнения работодателей на этот счет разнятся. 17,1 % считают, что необходимо обучать студентов знаниям в сфере «журналистика бренда», 18,1 % отдают предпочтение позиции «корпоративные коммуникации», 21,9 % отмечают пункт «маркетинг как журналистика», потом следуют – 22,9 % – «вирусный редактор», 25,7 % – «контентный дизайн», 32,4 % – «рекламная журналистика». Далее

по возрастанию по 38,1 % – «журналистика данных» и «журналистика как пропаганда» (каждый пункт), 41,0 % – «журналистика как маркетинг». И подавляющее большинство респондентов – 82,9 % работодателей и медиаспециалистов – считают, что в первую очередь сегодня нужно учить студентов «универсальной журналистике».

Необходимость в обучении универсальной журналистике подтверждает и опыт зарубежных исследователей. Так, британский журналист Дэвид Рэндалл отмечает, что универсальные журналисты должны быть «способны к редактированию, макетированию, разбираются в тонкостях оформления и умеют управлять редакцией, способны воспринимать новые технологии...» [11]. А директор Школы деловой журналистики университета Цинхуа (Вашингтон) Джеймс Брейнер из всех навыков, необходимых для работы современному журналисту, ставит на первое место умение создавать «мультимедийный сторителлинг, умение создавать слайд-шоу со звуком, снятыми и отредактированными видео и фотографиями, умение писать для веб-сайтов» [12].

Вместе с тем 55,2 % работодателей считают, что можно, но не обязательно обучать студентов «контентному дизайну»; 54,3 % такого же мнения о позиции «корпоративные коммуникации» и 52,4 % ответили, что знания в области «рекламной журналистики» нужны, но не обязательны.

И, наконец, в позиции «совсем не обязательно» часть работодателей высказались против обучения студентов по таким медианправлениям, как «журналистика как маркетинг» – 34,3 %, «журналистика как пропаганда» – 21,8 %, и 17,1 % считают не нужным обучение в такой области, как «корпоративные коммуникации».

Выявление у работодателей мнения о качествах (умениях и навыках) универсального журналиста, которые важно формировать у студентов в процессе обучения, показало, что респонденты на первое место поставили «базовые навыки съемок, записи и редактирования фото-, видео- и радиоматериалов» – 81 % и 77 % соответственно. Следующим очень важным качеством работодатели назвали «умение использовать рабочие ссылки, писать совместные с поисковиками заголовки, пользоваться и управлять семантическими указателями и/или категориями в системе медиатекста» – 67,6 %.

Очень важным выглядит мнение работодателей о личностных качествах журналиста, на которые должны быть направлены программы обучения журналистов. Работодатели и медиаспециалисты на первое место поставили *«ответственность»*. Вторым по значимости качеством они назвали *«самостоятельность»* – 79 %; как очень важное отметили *«коммуникабельность»*. Менее важными респонденты-медиаспециалисты сочли две позиции: *«корпоративная лояльность»* – 53,3 % и *«лидерство»* – 56,2 %.

Работодатели определились также с выбором медиаспециалистов, в которых они сегодня сами нуждаются. Ответы участников анкетирования распределились следующим образом: 42,9 % опрошенных считают, что современным СМИ необходим *«мультимедиапродюсер»*, отвечающий за весь информационный комплекс; 39 % респондентов сочли, что СМИ в первую очередь должны получить от журфаков *«мобильного журналиста»*, способного находить информационные поводы за пределами интернета; 38,1 % отдали предпочтение квалификации *«журналист-аналитик»*; 25,7 % выступили за позицию *«редактор интернет-сообществ»*; 17,1 % – *«редактор-агрегатор»*, занимающийся сбором информации (агрегацией), фильтрацией и публикацией материалов; 13,3 % интересуется *«редактор-эксперт как навигатор отраслевой специализации»*, 5,7 % затруднились ответить на этот вопрос.

А 4,8 % респондентов добавили *«другое»*: по их мнению, современным интернет-СМИ необходимы, в первую очередь, *SMM-специалист* по ведению социальных сетей, который обеспечивает присутствие бренда в сети, продвигает его по социальных каналам; *«бильд-редактор»*, отвечающий за иллюстративное оформление текста; *«копирайтер»*, пишущий тексты рекламного информационного содержания; *«SEO-специалист»*, занимающийся оптимизацией сайта; *«контент-менеджер»* сайта и др.

Фактически большинство работодателей считают, что в вузе было бы нелишним готовить специалистов, чья деятельность напрямую связана с работой в интернете: подготовкой контента для сайтов и сообществ в социальных сетях. О таком новом типе профессиональной идентификации пишет испанский исследователь Мануэль Кастельс: «Современный журналист представляет из себя узел сети, которая используется для того, чтобы собирать, перерабатывать и распространять информацию (Beckett & Mansell, 2008;

Jarvis, 2006). В определенной степени можно говорить о том, что формируется новый тип профессиональной идентификации – “сетевизированный журналист” – который, в свою очередь, является субъектом сетевой журналистики» [13].

Результаты и выводы

Таким образом, изучение мнения медиаспециалистов и работодателей о журналистике как профессии и о наиболее важных составляющих журналистского профессионализма позволило более четко обозначить современные медиапроцессы, которым необходимо обучать студентов-журналистов. Обстоятельная характеристика качеств (умений и навыков) универсального журналиста, которые важно сформировать у студентов в процессе обучения, привела к описанию респондентами личностных качеств журналиста, на которые должны быть направлены программы обучения журналистов. Обозначение путей улучшения качества системы подготовки журналистских кадров позволило получить один из главных результатов исследования. Он заключается в выборе работодателями эффективных мер по совершенствованию системы журналистского образования. Отвечающие могли отметить «совсем неэффективные», «менее эффективные», «очень эффективные» меры и выбрать более одного пункта анкеты, поэтому некоторые позиции получили более 100 % ответов. (На рис. 3 продемонстрированы ответы работодателей по этому вопросу).

Как менее эффективные работодатели определили следующие меры: *«развивать технологию творческого портфолио студента в интернете»* – 46,7 %; *«ориентироваться на существующую потребность в кадрах для СМИ в условиях конвергенции»* – 34,3 %. Совсем неэффективной мерой респонденты сочли *«увеличение объема времени для самостоятельной деятельности студентов»* – 23,8 %.

Вместе с тем, по мнению работодателей, наиболее эффективными мерами повышения качества журналистского образования являются необходимость *«больше приглашать авторитетных практикующих журналистов для чтения лекций и проведения практических занятий»* – 124,4 %; *«создавать условия в вузе для журналистской практики по всем видам СМИ (печать, ТВ, РВ, интернет-СМИ)»* – 123,1 %; *«качественно улучшить преподавание специальных и профильных*

дисциплин» – 120,9 %; «увеличить период прохождения студентами производственной практики» – 93,2 %; «использовать индивидуальный подход к каждому студенту» – 96,2 %.

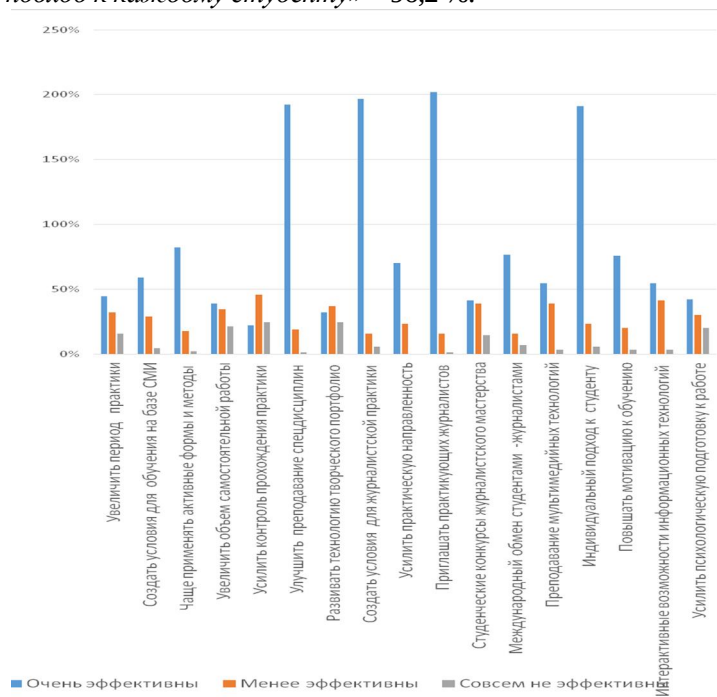


Рис. 3 Сравнительная таблица выбора эффективных мер по совершенствованию системы журналистского образования

Также в разряд весьма эффективных мер у респондентов-работодателей попали позиции «более тесно сотрудничать со СМИ, привлекать практиков-журналистов к процессу обучения и приему квалификационных экзаменов на факультете журналистики» – 79,5 %; «чаще применять в учебном процессе активные формы и методы обучения: семинары-тренинги, разбор практических ситуаций и т.д.» – 77,4 %; «усилить практическую направленность учебной программы» – 72,2 %; «создать в вузе условия для теоретического обучения на базе практического медиапроизводства, действующего в условиях мультимедийной интеграции» – 63,2 %; «повышать мотивацию к обучению» – 62,0 %.

Кроме того, работодатели и медиаспециалисты считают эффективной мерой и такие подходы, как «увеличение периода прохождения студентами производственной практики» – 152,4 %; «создание условий в вузе для журналистской практики по всем видам СМИ (печать, ТВ, РВ, интернет-СМИ)» – 80 %; «усиление практической направленности учебной программы» – 78,1 %; «более тесное сотрудничество со СМИ, привлекать практиков-журналистов к процессу обучения и приему квалификационных экзаменов на факультете журналистики» – 76,2 %; «качественно улучшить преподавание специальных и профильных дисциплин, связывать теоретические знания с навыками практической работы» – 73,3 %; «чаще применять в учебном процессе активные формы и методы обучения: семинары-тренинги, разбор практических ситуаций и т.д.» – 71,4 %.

Таким образом, мнение практиков сводится к поиску баланса между «теорией» и «практикой». Подобную позицию демонстрирует собственный корреспондент турецкого информационного агентства «Джихар» Яшар Ниязбаев: «Университетское образование и практика? Это два крыла одной птицы. Птички ведь без одного крыла не летают? Надо знать о том, как возникает информация, – а это теория. Это важно» [14]. Исследователь Ю.М. Ершов также подчеркивает, что «журналистское образование в век цифровых технологий становится все более технологичным и все более практико-ориентированным [15]. В связи с этим учебный процесс в вузах должен быть обогащен знаниями технологическими, инженерными, проектными, предпринимательскими и маркетинговыми. О влиянии технологий на производственный процесс журналиста пишет и генеральный директор ТАСС Сергей Михайлов: «требования к журналистам будут колоссальными. Развитие разного рода технологий будет сильно влиять на журналистику. Уже сегодня много делают роботы, и роботы, конечно, в простых историях будут во многом подменять журналистов, но не тех, которые делают массу эксклюзивов». Также генеральный директор ТАСС отмечает, что «современный журналист должен быть мультифункционален: снимать видео, фото, писать тексты, уметь делать выводы, быть оперативным и грамотным, владеть иностранными языками» [16].

Анкетирование, проведенное среди представителей сферы медиа, позволило увидеть запросы работодателей и их отношение к журналистскому образованию. И это очень важно для организации вузов-

ского образовательного процесса по направлению «Журналистика» в условиях реального медиапроизводства и выстраивания плодотворного сотрудничества «теоретиков» и «практиков» в области профессиональной подготовки журналистов нового поколения. Таким образом, мы приходим к выводу, что процесс эффективного совершенствования системы журналистского образования в эпоху цифрового перевооружения СМИ, функциональной трансформации журналистской профессии, как и прежде, предполагает максимальный учет потребностей медиа, запросов работодателей, мнений журналистов-практиков, четко обозначающих требования к выпускнику журфака, который должен профессионально работать в современном информационном пространстве.

Литература

1. Кадровая проблема – одна из самых актуальных для СМИ // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2006. 13 июля. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/newsandevents/media/2006/07/item754.html> (дата обращения: 06.11.17).
2. Конкурс на журфак МГУ в 2017 году стал самым большим за последние 25 лет // ТАСС: информационное агентство России. 2017. 10 июля. [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4402354> (дата обращения: 06.11.17).
3. Тезисы с пленарного заседания конференции Европейской Ассоциации Журналистского образования. Журналистское образование без границ // Радио «Моховая, 9». [Электронный ресурс] URL: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/ejta2017 (дата обращения: 05.11.17).
4. *Тулупов В.В.* Мифы и проблемы журналистского образования // RELGA: научно-культурологический журнал. 2004. № 5 (95). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=193&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 05.11.17).
5. Честь и совесть журналиста // Russia.Ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://russiaru.net/video/vartanovaogurnalistike/> (дата обращения: 06.11.17).
6. *Градюшко А.А.* Современные технологии обучения студентов в области интернет-журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-tehnologii-obucheniya-studentov-v-oblasti-internet-zhurnalistiki> (дата обращения: 07.11.17).
7. *Дрок Н.* Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании // Медиаскоп: электронный научный журнал. 2011. № 3. [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/859> (дата обращения: 07.11.17).
8. *Корконосенко С.Г.* Преподавание журналистики в высшей школе: учеб. пособие. СПб.: Свое издательство, 2015. 160 с.

9. Лозовский Б.Н. Для чего нужны журфаки // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/43812/1/iurp-2016-156-01.pdf> (дата обращения: 07.11.17).
10. Карякина К. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп: электронный научный журнал. 2010. № 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/issues/262> (дата обращения: 07.11.17).
11. Рэндалл Д. Универсальный журналист [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text12/40.htm> (дата обращения: 09.11.17).
12. От буквы к цифре. Журналистское образование на Западе // Журналист и Интернет. [Электронный ресурс]. URL: <http://21vek.org/?p=909> (дата обращения: 31.10.17).
13. Мануэль Кастельс: Мы хотим создать пул знаний. Переосмысление журналистики в Сетевую Цифровую Эпоху // Частный корреспондент. 2014. 6 июня. [Электронный ресурс]. URL: http://www.chaskor.ru/article/manuel_kastels_my_hotim_sozdat_pul_znaniy_36227 (дата обращения: 10.11.17).
14. Интервью с Яшаром о журналистике и журналистах // LiveInternet. 2007. 14 дек. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liveinternet.ru/users/--elizaveta--post60477233/> (дата обращения: 10.11.17).
15. Ершов Ю.М. Модели журналистского образования в цифровую эпоху // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 13–16.
16. Требования к современным журналистам колоссальны и продолжают расти // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2017. 16 окт. [Электронный ресурс]. URL: <http://fapmc.ru/rospechat/newsandevents/media/2017/10/item15.html> (дата обращения: 10.11.17).

PRACTICAL JOURNALISM IN THE SEARCH FOR WAYS TO IMPROVE JOURNALISM EDUCATION

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 2. pp. 24–38.

Ludmila P. Shesterkina, Arina R. Marfitsyna, South Ural State University (Chelyabinsk, Russian Federation). E-mail: shesterkinalp@susu.ru / marfitsynaar@susu.ru

DOI: 10.17223/26188422/2/2

Keywords: journalism, journalism education, media process, employer, media enterprise, universal journalism.

The relevance of the article is determined by the necessity to solve modern problems of journalism education. The research aims to analyse the attitude of media sphere practitioners to the system of journalism education, and forecast the vector of its subsequent development. The subject of the research is new requirements to the process of personnel training which came into existence due to the transformation of journalism in the digital age. The object of the research is measures for improving journalism education from the position of media industry representatives. The methodological background of the article is works by Russian and foreign researchers of

media, including E.L. Vartanova, A.A. Gradyushko, N. Drok, Yu.M. Ershov, A.M. Zhusupova, M. Castells, S.G. Korkonosenko, B.N. Lozovsky, V.V. Tulupov and others. Both theoretical and empirical research methods were used in the research.

The authors of the article developed a questionnaire and conducted a survey for determining the features of the development of the journalist profession, journalism and journalism education in the age of digital technologies. This provided the academic novelty of the article. The method of comparative analysis helped to study opinions of media specialists and employers on such key issues as determining the most important components of journalist's professionalism, etc. The theoretical relevance of the article lies in the clear identification of modern media processes that should be taught to journalism students. Also, a thorough description of important skills and abilities of a universal journalist, which students should form in the education process, is made. This allowed describing personal features of the future journalist, which programs for journalists' training should be targeted at, and provided for the practical relevance of the article.

The results of the research are: (1) ways for improving the quality of journalists' training system were determined; (2) employers' choice of the most efficient measures for improving the system of journalism education (enhancing the practical component of the education, etc.) was presented.

The main conclusion lies in the fact that efficient improving of the system of journalism education under conditions of the functional transformation of journalism as a profession requires to fully take into account the necessities of media, its requirements to a graduate of the Faculty of Journalism who should be able to work professionally in the modern digital information space.

References

1. Federal Agency for Press and Mass Communications. (2006) *Kadrovaya problema – odna iz samykh aktual'nykh dlya SMI* [Personnel problem is one of the most relevant for the media]. 13 July. . [Online] Available from: <http://www.fapmc.ru/rospechat/newsandevents/media/2006/07/item754.html>. (Accessed: 06th November 2017).
2. TASS: Russian News Agency. (2017) *Konkurs na zhurfak MGU v 2017 godu stal samym bol'shim za poslednie 25 let* [Competition for the Faculty of Journalism in Moscow State University in 2017 was the biggest in the last 25 years]. 10 July. . [Online] Available from: <http://tass.ru/obschestvo/4402354>. (Accessed: 06th November 2017).
3. Mokhovaya, 9 Radiostation. (2017) *Tezisy s plenarnogo zasedaniya konferentsii Evropeyskoy Assotsiatsii Zhurnalistskogo obrazovaniya. Zhurnalistskoe obrazovaniya bez granits* [Abstracts from the plenary session of the conference of the European Association of Journalism Education. Journalistic education without borders]. [Online] Available from: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/ejta2017. (Accessed: 05th November 2017).
4. Tulupov, V.V. (2004) *Mify i problemy zhurnalistskogo obrazovaniya* [Myths and problems of journalism education]. *RELGA*. 5 (95). 1 June. [Online] Available from: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=193&level1=main&level2=articles>. (Accessed: 05th November 2017).

5. Russia.Ru. (2008) *Chest' i sovest' zhurnalista* [Honor and conscience of the journalist]. [Online] Available from: <https://russiaru.net/video/vartanovaogurnalistike/>. (Accessed: 06th November 2017).
6. Gradyushko, A.A. (2017) Modern technologies of training students in online journalism. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-tehnologii-obucheniya-studentov-v-oblasti-internet-zhurnalistiki>. (In Russian). (Accessed: 07th November 2017).
7. Drok, N. (2011) The Shift of Professional Competences in Journalism Education. *Mediascope – Mediascope*. 3. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/node/859>. (Accessed: 07th November 2017).
8. Korkonosenko, S.G. (2015) *Prepodavanie zhurnalistiki v vysshey shkole* [Teaching journalism in higher school]. St. Petersburg: Svoe izdatel'stvo.
9. Lozovskiy, B.N. (2016) Dlya chego nuzhny zhurfaki [What are faculties of journalism for?]. *Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*. [Online] Available from: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/43812/1/iurp-2016-156-01.pdf>. (Accessed: 07th November 2017).
10. Karyakina, K. (2010) Topical forms and models of new media: from audience comprehension to content creation. *Mediascope – Mediascope*. 1. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/issues/262>. (In Russian). (Accessed: 07th November 2017).
11. Randall, D. (199) *Universal'nyy zhurnalist* [A universal journalist]. Translated from English by A. Por'yaz. [Online] Available from: <http://evartist.narod.ru/text12/40.htm>. (Accessed: 09th November 2017).
12. Zholud', R. (2014) *Ot bukvy k tsifre. Zhurnalistskoe obrazovanie na Zapade* [From letter to number. Journalism Education in the West]. [Online] Available from: <http://21vek.org/?p=909>. (Accessed: 31st October 2017).
13. Chastnyy korrespondent. (2014) Manuel' Kastel's: My khotim sozdat' pul znaniy. Pereosmyslenie zhurnalistiki v Setevuyu Tsifrovuyu Epokhu [Manuel Castells: We want to create a pool of knowledge. Rethinking Journalism in the Network Digital Age]. *Chastnyy korrespondent*. 6 June. [Online] Available from: http://www.chaskor.ru/article/manuel_kastels_my_hotim_sozdat_pul_znaniy_36227. (Accessed: 10th November 2017).
14. LiveInternet. (2007) *Interv'yu s Yasharom o zhurnalistike i zhurnalistakh* [Interview with Yashar about journalism and journalists]. 14 December. [Online] Available from: <http://www.liveinternet.ru/users/-elizaveta-/post60477233/>. (Accessed: 10th November 2017).
15. Ershov, Yu.M. (2016) Models of Journalism Education in the Digital Era. *Zhurnalistskiy ezhegodnik – Journalistic Yearbook*. 5. pp. 13–16. (In Russian).
16. Federal Agency for Press and Mass Communications. (2017) *Trebovaniya k sovremennym zhurnalistam kolossal'ny i prodolzhayut rasti* [Requirements for modern journalists are colossal and continue to grow]. 16 October. [Online] Available from: <http://fapmc.ru/rospechat/newsandevents/media/2017/10/item15.html>. (Accessed: 10th November 2017).