

себя новость с заголовком «Ученые нашли панацею от ишемии». Несомненно, такой заголовок был некорректен, так как речь шла о прохождении препаратом лишь доклинических испытаний, а оценочное слово «панацея» давало читателю надежду на немедленное достижение результата. По сообщению ученого, автора разработки, после выхода материала к нему обращались читатели с просьбой продать препарат, и данный факт свидетельствует о том, что журналист не только искажил информацию, но и поставил в некорректную ситуацию своего респондента.

Согласование материала как обязательный этап подготовки

Журналистские кодексы разных изданий и различных стран не сходятся в едином мнении относительно необходимости согласовывать журналистский текст с источниками информации. Так, например, этический кодекс издания The Guardian гласит, что «общее правило визирования материалов таково, что никому не следует давать визировать материал перед его публикацией». Однако в случае написания статьи на специфическую научную тематику журналист чаще всего должен пренебречь этим правилом в пользу качества итогового материала, так как, изначально не находясь на экспертной позиции, он не может отвечать за то, что корректно передал информацию о каком-либо научном открытии или явлении.

Невозможность релевантной передачи смыслов при упрощении

Одной из специфических функций научно-популярной журналистики является перевод с языка науки на язык, доступный пониманию массовой аудитории. Осущес-

творя эту задачу, журналист прибегает к использованию метафор, сравнений, аналогий и пытается упростить описываемые им явления. Науке, особенно на этапе исследования, присуща неуверенность, неоднозначность формулировок, в то время как СМИ (как популярные, так и качественные издания) тяготеют к излишним обобщениям. Таким образом, имеет место искажение информации даже на страницах таких изданий, имеющих свои отделы науки, как «Российская газета» («Ученые нашли простой способ, как уменьшить опухоль мозга»), «Новая газета» («Ученые нашли неподалеку от Солнца пригодную для жизни планету») и пр.

Таким образом, склонность к упрощению, отказ от согласования текстов и непонимание научной журналистики как сферы, в которой необходимо придерживаться стандартов объективности, взвешенности, проверенности информации, приводит к снижению качества научно-популярного контента.

Литература

1. Абрамов Р.Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знания, медиа // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. - 2014. - Т. 25. - № 1. - С. 111-123.
2. Скрынникова А.В. Научная журналистика в современной России // Наука и современность. 2016. №45. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-zhurnalistika-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 10.10.2016).
3. Тertychnyy A.A. Быть ли научно-популярной журналистикой? // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. - 2013. - № 9. - С. 212-217.

УДК 070

Е.В. Шахаева

Хакасский государственный университет

ОБРАЗ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ СТУДЕНТОВ И ЖУРНАЛИСТОВ-ПРАКТИКОВ

В статье представлены результаты анкетирования студентов первого и четвертого курсов направления обучения «Журналистика» Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова и творческих сотрудников СМИ. На основе полученных данных проведено сравнение представлений респондентов разных групп о требованиях, предъявляемых к современному журналисту, и его профессиональных качествах. Результатом проведенного исследования является конструирование образа типичного представителя журналистской профессии.

Ключевые слова: журналистика, профессиональные качества журналиста, высшее образование, средства массовой информации.

The article presents the results of the survey of students of the first and fourth courses areas of learning «Journalism» Khakass State University N.F. Katanov and creative members of the media. Based on these results a comparison of the views of

respondents of different groups about the requirements of a modern journalist, and his professional qualities. The result of this research is the construction of an image of a typical representative of the journalistic profession.

Keywords: journalism, professional qualities of the journalist, higher education, media.

Мы решили выяснить, насколько отличаются представления о профессии журналиста у студентов первого и четвертого курсов, обучающихся в Институте филологии и межкультурной коммуникации Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова по направлению 42.03.02 «Журналистика», а также у профессионалов – творческих сотрудников СМИ.

На первом курсе учится 26 человек: трое парней и 23 девушки, которые только начинают свой путь в профессию. У ребят еще нет практического опыта работы в редакциях, либо они сотрудничали с местными газетами как юнкоры. На вопрос «Является ли сейчас важным при

трудоустройстве по профессии пол журналиста?» отрицательно ответили 11 опрошенных. Но 15 студентов считают, что в редакциях больше востребованы мужчины.

На четвертом курсе обучается 14 человек, среди них трое парней и 11 девушек. Большая часть из них уже трудоустроены, потому лучше, чем первокурсники, представляют себе реалии профессии, имеют не только теоретические знания, но и практические навыки. Поэтому на вопрос о важности при трудоустройстве пола журналиста большинство из них (10) уверенно ответили «нет», и только четверо посчитали, что лучше, если в редакциях будут работать представители сильного пола.

Мы опросили 25 журналистов-профессионалов: 7 мужчин и 18 женщин. Большая часть опрошенных представляет государственные (в т. ч. муниципальные) СМИ, шестеро работают в частных масс-медиа, статус двух СМИ анкетированные определили недостаточно четко. 16 человек имеют журналистский стаж от двух до десяти лет. Некоторые проработали в журналистике 15–30 лет и более. На тот же вопрос о значении пола при трудоустройстве отрицательно ответили 4 из 25, а остальные считают, что в журналистике лучше работать мужчинам.

Явное превалирование голосов за то, что мужчины в редакциях нужнее, на наш взгляд, связано с тем, что представители сильного пола, например, не уходят в декрет, являются более стрессоустойчивыми, физически выносливее женщин.

Мнения о том, журналисты какой «возрастной категории» наиболее востребованы сейчас в СМИ, совпали у всех трех групп опрашиваемых. На их взгляд, самый благоприятный возраст для работы в журналистике – от 25 до 35 лет, а один из респондентов написал в комментариях: «востребованы люди и моложе 25 лет».

На вопрос «Важно ли сейчас для журналиста высшее образование?» лишь трое из первокурсников посчитали, что оно не имеет значения. 19 респондентов утверждали, что образование у сотрудника СМИ должно быть «журналистское высшее», трое проголосовали за «общегуманитарное» и один респондент приписал в анкете: «лучше иметь два образования, чтобы не смотреть на мир только с точки зрения журналиста».

Среди первокурсников, меньшинство (4) посчитали, что высшее образование журналистам иметь необязательно. Десять респондентов, напротив, обозначили его наличие как важное условие работы в СМИ. Причем, трое из них думают, что образование должно быть общегуманитарным, пятеро проголосовали за журналистское высшее, один человек выделил все варианты и подписал «юридическое и экономическое». Еще один опрошенный утверждал, что «любое высшее образование подойдет».

Среди наших респондентов-профессионалов вузы окончила половина (13), что позволяет говорить о востребованности высшего образования среди представителей данной профессии. Его наличие, по мнению 17 опрошенных, является обязательным условием работы в любом престижном СМИ.

Сравнение результатов показывает, что высшее образование пользуется популярностью как у студентов-журналистов, так и у профессионалов. И это показательно, поскольку, по нашему мнению, именно в вузе закладывается адекватный взгляд на профессию, представления будущих специалистов о миссии журналистики.

Значительную часть анкеты составляло перечисление

качеств, из которых опрошенные выбирали наиболее важные, востребованные. Одним из самых важных профессиональных журналистских качеств для первокурсников является оперативность (23), так как ребята уже понимают значение актуальности информации. И чем быстрее подашь ее – тем успешнее будешь в своей профессии. А преподнести информацию грамотно и уместно помогут такие качества, как «литературные способности» и «широкий кругозор», за которые проголосовало по 17 первокурсников. Лишь один человек рискнул дополнить предложенный список качеств и в графе «другое» написал «эпотажность, манерность».

Большинство первокурсников выбрало все имеющиеся варианты. Пятеро отметили как наиболее важные «стрессоустойчивость», «коммуникабельность», «оперативность», а двое из них выделили еще и «широкий кругозор».

Выбирая из предложенных профессиональных качеств, большая часть журналистов (17) отметила «широкий кругозор». Опрошенных также заинтересовали: «коммуникабельность» (14), «оперативность» (13), «литературные способности» (10), «стрессоустойчивость» (8).

Таким образом, лидирующим профессиональным качеством у всех групп опрошенных стал «широкий кругозор». Действительно, он помогает журналистам структурированно и грамотно подавать информацию аудитории. Первокурсники это осознают пока интуитивно, первокурсники убедились на практике, а профессионалы вынуждены постоянно расширять свой кругозор. Популярность других профессиональных качеств можно объяснить следующим образом: журналисты должны быть стрессоустойчивыми, потому что общение с людьми требует много терпения, понимания, сострадания и уважения. Также важна и коммуникабельность – то есть умение налаживать контакт с людьми различных убеждений, национальностей, идеологий, поиск компромиссов, лучшего и выгодного решения для всех сторон общения.

Среди деловых качеств у начинающих журналистов лидирует «умение выражать мысли» (24) и «компетентность» (20). «Настойчивость в достижении цели» оказалась на третьем месте (19), «объективность» (17) стала последней в данном списке, «исполнительность» не заинтересовала никого.

Первокурсники в первую очередь заострили свое внимание на «исполнительности» (10) и «умении выражать свои мысли точно и понятно» (9). Такие качества, как «компетентность» и «объективность» набрали по 8 голосов. Шестеро респондентов выбрали «настойчивость в достижении цели».

Профессионалы поставили на лидирующие позиции «умение выражать свои мысли» (16) и «компетентность» (15). «Настойчивость в достижении цели» и «исполнительность» работающие журналисты оценили как слабо востребованные (по 6 голосов), а «объективность» выбрали только трое профессионалов. Пятеро опрошенных как важные отметили все предложенные варианты.

Все три группы респондентов, расставляя приоритеты, выделили «умение выражать свои мысли точно и понятно». Мы считаем, это мотивированно тем, что в современном обществе некоторые события проходят мимо аудитории лишь потому, что их недостаточно хорошо «растолковали». «Компетентность» также лидирует в списке деловых качеств, потому что она

помогает журналисту принимать мнения людей, даже если они не совпадают с его точкой зрения, и признавать свои ошибки, если это необходимо.

Небольшое количество голосов, которое набрала «объективность» у первокурсников и профессионалов, вполне объяснимо, так как работающим в современных средствах массовой информации специалистам сложно оставаться объективным. Первокурсники этого пока еще не знают, они пришли в профессию для того, чтобы говорить «правду и ничего кроме правды». Поэтому такое качество как «объективность» набрало у них много голосов.

У студентов первого курса среди личных качеств на первый план вышли «эрудированность» (23) и «интеллигентность» (21). Далее в рейтинге следуют инициативность (19) и «артистизм» (17). А такое качество, как «лидерство» (6) студенты не посчитали важным, скорее всего потому, что среди журналистов работают не только «ведущие», но и «ведомые».

У первокурсников на первое место вышла «инициативность» (11), затем «эрудированность» (9), «интеллигентность» (7), «артистизм» (3). За такое качество как «лидерство» не проголосовал никто.

Рейтинг личных качеств работников СМИ определился следующим образом: «эрудиция» (16), «инициативность» (15), «артистизм» (5), «лидерство» (4), «интеллигентность» (3).

У большинства представителей всех трех групп опрошенных лидирующую позицию заняло такое качество, как «эрудированность», потому что, как нам кажется, сейчас необходимо быть образованным, уметь накапливать и использовать знания, полученные из разных источников, в том числе, из социальных сетей. А заострение внимания на «интеллигентности» у первокурсников и первокурсников, скорее всего, связано с тем, что будущие журналисты явно осознают всю его значимость: у работников СМИ должно быть обостренное чувство справедливости, внутренний такт, терпимость к чужим мнениям. Профессионалы же поставили это качество на последнее место, потому что журналистика, все-таки, не совсем та профессия, где нужно проявлять его постоянно. Работникам СМИ порой не обойтись без наглости, напористости, умения постоять за себя, цинизма и умения идти напролом. Но каждый журналист обладает интеллигентностью в той или иной степени.

Из социально-гражданских качеств, по мнению студентов первого курса, наиболее важной является «социальная ответственность» (25), смелость (17) и решительность (16).

Среди первокурсников девять человек также ставят на первое место такое качество как «социальная ответственность». «Решительность» выбрали восемь человек, семеро проголосовали за «смелость», «принципиальность» набрала пять голосов.

Из социально-гражданских качеств, по мнению работающих журналистов, наиболее важными являются «социальная ответственность» (15), «решительность» (11), «смелость» (9). А вот «принципиальность» анкетированных не заинтересовала.

И студенты, и профессионалы ставят на первое место «социальную ответственность». Ее мы понимаем как сознательное исполнение гражданского долга, не принудительное и прямое отношение к законам, нормам и ценностям, понимание своей ответственности перед различными социальными группами, стремление

усовершенствовать общественный строй. Журналист ответственен перед своей аудиторией (зрителями, слушателями, читателями) за информацию, которую публикует, оглашает, выносит на всеобщее обозрение. После выхода материала все ошибки окажутся на его совести.

Высокий процент голосов у таких качеств, как «смелость» и «решительность» у первокурсников, скорее всего, связан с тем, что для начинающих журналистов каждый новый шаг в профессии – смелость: подойти к незнакомому человеку и заговорить с ним, переговорить с редактором, договориться о встрече. У профессионалов же «смелость» набрала мало голосов, на наш взгляд, потому, что работники СМИ работают вдали от горячих точек, им не приходится рисковать жизнью каждый день, а общение с людьми – для них уже обыденная работа, которая не вызывает страха и неуверенности.

Из морально-этических качеств первокурсники в первую очередь выбрали «честность» (17), «гуманность» (13) и «толерантность» (12). А двое опрошенных отметили все имеющиеся варианты.

Четверокурсники отдали свое предпочтение «толерантности» (13) и «гуманности» (8). Такое качество как «честность» заинтересовало лишь шестерых опрошиваемых, а «отзывчивость» и «добродота» получили по два голоса.

Среди профессионалов лидирующими качествами стали «честность» (17), «гуманность» (13), «толерантность» (12). Двое выбрали все имеющиеся варианты.

Что интересно, у первокурсников и профессионалов мнения совпали по всем качествам, а вот первокурсники считают несколько иначе. Но мнения разнятся незначительно, поэтому можно сделать вывод, что наличие у журналиста всех перечисленных морально-этических качеств является гарантией гуманности журналиста. Ведь даже в условиях внешнего давления он обязан соблюдать морально-этические требования, предъявляемые ему обществом.

В перечне психологических качеств первокурсники, возможно, немного не разобрались, так как голоса распределились следующим образом: за «энергичность» проголосовало 24 человека, за «особенности характера» – 20. А вот «особенности памяти» и «особенности мышления» никто не выбрал.

Рейтинг тех же качеств, составленный первокурсниками и профессионалами, совпал по всем позициям. Больше всего голосов они отдали «энергичности», далее – «особенностям памяти» и «особенностям мышления». «Особенности характера» стали третьими в списке, а на последнем месте оказались «особенности воображения».

В течение жизни у человека меняется характер. Молодые работники СМИ не имеют за плечами журналистского опыта, поэтому зачастую являются импульсивными, нетерпимыми, вспыльчивыми, набивают больше «шишек», чем их маститые коллеги. И умение считаться с мнениями и интересами других людей к начинающим журналистам приходит не сразу. Потому особенности характера это также важное качество для журналиста, доказывающее его гуманность к людям и окружающему миру.

Как выяснилось в ходе анкетирования, физические качества представители всех опрошиваемых групп считают важными и нужными. Поэтому из физических качеств 26 первокурсников выбрали «физическую

выносливость», а «физическую мобильность» – 21. Одна девушка в комментариях написала, что помимо всего прочего считает важным и такое физическое качество, как «модельная внешность». Скорее всего, она собирается работать на телевидении и слегка романтизирует будущую профессию, не понимая пока, что это далеко не самое важное для журналиста. Хотя совсем неплохо, если модельная внешность дружно взаимодействует со всеми перечисленными выше качествами.

У первокурсников мнения с первокурсниками совпали: «физическая выносливость» набрала 11 голосов, а «физическая мобильность» 7. Один человек в разделе «другое» написал: «железные нервы и общее состояние здоровья также важны».

Профессионалы оказались солидарны со студентами: 16 из 25 респондентов выбрали «физическую выносливость», а 11 – «физическую мобильность». Такое единодушие можно объяснить тем, что за день журналистам приходится разрешать множество задач, бывать в различных местах и встречаться с большим количеством людей. Поэтому без хорошей физической формы и

отличного самочувствия работник средств массовой информации ничего не сможет добиться.

Проведенное исследование позволило охарактеризовать образ журналиста в представлении студентов и журналистов-практиков. Это молодой человек в возрасте от 25 до 35 лет, закончивший ВУЗ по специальности, стрессоустойчивый, коммуникабельный, быстрый на принятие решений, умеющий выражать свои мысли, используя широкий кругозор и литературные способности. Это также эрудированный социально-ответственный интеллигент, обладающий собственными принципами и хорошей физической формой.