

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



ЖАС ҒАЛЫМДАР КЕҢЕСІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: [http://www.enu.kz/ru/nauka/ nauka-i-obrazovanie/](http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/), 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

4. Халық сөзі (сараптамалық мақалалар, сұхбаттар). – Алматы: Нұрлы әлем баспасы, 2013
5. Шындалиева М. Публицистика жанрлары мен пішіндері. –Астана: 2012.

УДК 001/009:070

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА ПЕЧАТНЫХ СМИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

Боровикова Екатерина Андреевна

katik_bor@mail.ru

Магистрант первого курса Факультета журналистики и политологии

ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – М.Т. Мукашева

Печатные средства массовой информации, являясь мощным орудием идеологического воздействия на массы, как в прошлом столетии, так и сегодня играют важную роль источника объективной общественно-политической информации. Сегодня отчетливо наблюдаются кардинальные изменения условий функционирования и содержания печатных СМИ. Процесс трансформации СМИ представляет собой новую, важную проблему. Особенности работы в СМИ, в том числе и в печатных, сегодня сочетаются с информационным типом общества. Информационное общество – общество знания и информации. Изменение общества предполагает и изменение методов обмена информацией. Решающую роль в информационном обществе играет доступность и оперативность информации. И интернет играет в этом важнейшую роль – с помощью оптоволоконных сетей или соединения со спутником можно передавать информацию не только с большой скоростью, но и большому количеству людей. Поэтому многие СМИ сейчас возникают именно в пространстве интернета или имеют там свои странички и версии. В Интернете сегодня возможно создать онлайн версию газеты или журнала, радио и телеканала. Таким образом, в Сети формируется дополнительное пространство для привлечения аудитории и рекламодателей для медиапродукта, существующего также как традиционное СМИ. С другой стороны, сравнительная финансовая доступность Интернет СМИ служит фактором усиления конкуренции на медиарынке: облегченный выход на рынок, низкий уровень затрат на запуск продукта приводят к тому, что в Сети появляются печатные и аудиовизуальные СМИ, которые функционируют только онлайн, не имея предшествующих оффлайновых версий. Условия, в которых пользователь обращается к Интернет-СМИ, также способствуют росту конкуренции: кликать по ссылке, чтобы прочесть не одно издание, а несколько, гораздо легче, чем покупать несколько изданий, кроме того, наличие сайтов информационных агентств, новостных каталогов на крупных поисковиках, rss поиска, блогосферы и социальных сетей нивелируют значимость информационной функции традиционных медиа [1].

Сегодня печатные издания в разных странах теряют читателей и рекламодателей. И, тем не менее, рынок печатных СМИ Казахстана развивается активно. Убедиться в этом можно, заглянув в любой газетный киоск, проследить за появлением новых печатных изданий. Поэтому вряд ли стоит говорить о катастрофе печатных СМИ не только в нашей стране, но и во всем мире. Однако от печатной прессы ждут кардинальных изменений в ближайшее время и в некоторых изданиях он уже начался. Но еще многим участников казахстанского рынка прессы потребуются значительные усилия по качественной и технологической перестройке бизнеса. Уже сейчас появляются дополнительные возможности роста для тех издателей, которые нацелены на развитие. Использование мультимедийных возможностей – одна из таких. У Интернет-СМИ есть свои преимущества -

они оперативнее и дешевле, чем печатная периодика. В то же время, в некоторых существенных моментах они проигрывают традиционным СМИ. Например, в качестве информации, ее полноте и достоверности. Профессионалы, как правило, отслеживают события в режиме реального времени, поэтому они пользуются услугами информационных агентств. Но и они предпочитают грамотную аналитику, которую им могут предложить печатные издания.

Несмотря на то, что это важнейший принцип работы в интернете, многие издания, мало или совсем не используют его. Но чаще всего причина связана как с непрофессиональностью самих журналистов, редко умеющих связать свои тексты с предыдущей культурой, так и с непрофессиональностью программистов изданий, подчас не корректно выставляющих эти ссылки. Но чаще всего сегодня сотрудников, которых до этого ограничивали в доступе в Интернет, теперь напротив, загоняют на сайт чуть ли не насильно, чтобы они принимали участие в его жизни, раскручивали его. В газете появляются статьи со сносками на материалы сайта, в Интернете выкладывается то, что не поместилось в газете. Кроме того, меняется менеджмент и управление изданием, исчезают некоторые должности, а в замен им появляются новые.

Таким образом, настоящие профессионалы в области журналистики понимают, что цифровизация СМИ несет печатным СМИ не смерть, а скорее дает им уникальные возможности для завоевания новых территорий и для реализации новых задач.

Стоит подробнее рассмотреть основные изменения в журналистской коммуникации при использовании современных способов связи с аудиторией. Современный журналист отныне способен максимально быстро оповещать аудиторию, повышая тем самым оперативность информации. При этом данная информация может храниться в Сети неограниченный промежуток времени. Такое качество комментариев, как интерактивность позволяет уточнять информацию, проверять ее значимость, актуальность [2].

Отдельного внимания заслуживает вопрос об участии традиционных СМИ в развитии собственных сайтов. Это явление главным образом обусловлено обязательством представлять профессиональное медиа в глобальной дискуссии. Газеты и журналы интенсивно модифицируют свои онлайн-издания, чтобы окончательно не потерять свою аудиторию. На техническом уровне это может проявляться в интеграции современных интернет-технологий или использовании популярных сервисов.

Стоит подробнее рассмотреть основные изменения в журналистской коммуникации при использовании современных способов связи с аудиторией. Современный журналист отныне способен максимально быстро оповещать аудиторию, повышая тем самым оперативность информации. При этом данная информация может храниться в Сети неограниченный промежуток времени. Такое качество комментариев, как интерактивность позволяет уточнять информацию, проверять ее значимость, актуальность. Аудитория сайта газеты может стать фокус-группой для определения возможных стратегий восприятия и интерпретации информации читателями [3]. А непосредственный контакт с аудиторией и другими журналистами – это возможность расширять журналистские сообщества и повышать доверие к официальному сайту газеты как источнику информации. Мультимедийности «новых медиа» позволяет сочетать информационные, аналитические и публицистические жанры журналистики, добавляя в них нечто новое. Иными словами, грамотное использование в печатных СМИ таких несвойственных и привычных средств, как текст, иллюстрации, видео или звук дает специфический открытый, нелинейный, интерактивный контент.

От чего же зависит популярность той или иной тематики? В первую очередь, от количества заинтересованных в ней пользователей. Читательский интерес может быть вызван рядом факторов, зависящих в определенной степени друг от друга, как то: актуальность и важность темы, размер целевой аудитории, степень вовлечения читателей в обсуждаемый вопрос, «сезонность» и так далее. На кривую спроса потребляемого контента

влиять и внешние факторы, прямо или косвенно воздействующие на рост активности в выбранной тематике [4].

Сегодня к журналистам печатных изданий часто предъявляются новые требования, меняются профессиональные компетенции журналиста-газетчика. В этой связи во всем мире идет процесс обучения и переобучения журналистов, отвечающих требованиям современности. Его нередко подвергают обсуждению с точки зрения пересмотра профессиональных ролей и навыков репортеров и редакторов.

Вопрос о профессиональных компетенциях журналиста-газетчика остается сегодня открытым. Стоит выделить четыре основные точки зрения, которые высказывают журналисты-практики по рассматриваемому вопросу.

1. Современный журналист-универсал. Он должен одинаково хорошо уметь готовить контент для разных СМИ, понимать, какая медиаплатформа наиболее предпочтительна для распространения того или иного материала. Антон Глебов (2007-2010 гг. – редактор интернет-проекта www.sovsport.ru) полагает, что «универсализма вполне можно достичь, хотя это очень сложно, но к этому надо стремиться». Он отмечает, что каждый из журналистов отдела может справиться с работой, которую обычно не выполнял. Например, корреспондент, пишущий новости, может заняться статистикой, бильд-редактор в состоянии написать новость, а статистик без труда сделает фотографию. Глебов полагает, что, возможно, сейчас трудно себе представить журналиста-универсала, но лет через десять таких журналистов, скорее всего, будет очень много и студентов на первом курсе журфака будут этому обучать. Чарли Мейерсон, редактор и ведущий раздела «горячих» новостей «Чикаготрибюн.ком», считает, что тот, кто может доносить новости разными способами и через разные медиа, будет очень ценным сотрудником».

2. Современный журналист должен иметь навыки подготовки материалов для разных медиаплатформ, желательно, чтобы газетчик знал азы фотожурналистики, видеосъемки, но при этом сохранял ключевую специализацию и был в ней профессионалом. Как отмечает Павел Сухов, (2009-2011 гг. – главный редактор GZT.RU), пишущий журналист должен уметь снять видео, положить его на сервер, а дальше другой человек должен его обработать. У журналиста должна быть ключевая компетенция. Невозможно одновременно содержательно комментировать событие, снимать себя на фоне происходящего события и монтировать запись. Так же считает и Марк Веббер, заместитель редактора сайта «Сан онлайн» (The Sun Online), который говорит, что журналист не обязательно должен «держат в одной руке ручку, а в другой камеру – это различные специализации, и в каждой есть свои специалисты».

3. Современный журналист-газетчик должен уметь писать, грамотно излагать свои мысли. Наличие каких-то дополнительных навыков (например, умение создавать и обрабатывать фото- и видеоматериалы, понимать, какая медиаплатформа предпочтительнее для распространения того или иного материала) совсем не обязательно. Александр Алиев (2008-2011 гг. – директор интернет-проекта «Известия»), отмечает, что «многоработал со студентами журфаков – главная проблема – не умеют писать, не умеют выражать свои мысли».

4. Универсальный журналист. Концепция газетчика-универсала стала очень популярной с развитием процесса конвергенции СМИ. Сам термин «универсальный журналист» имеет различные толкования, он оброс разными синонимами. Зарубежные эксперты практически не употребляют термин «универсальный журналист» (universal journalist) – гораздо чаще встречается понятие «cross-media trained journalist» - кросс-медийный журналист, то есть журналист, умеющий готовить материалы для разных СМИ, разных медиаплатформ, а также понятие «multi-skilling journalist» - мультимедийный журналист [5].

Есть мнение, что журналисты-универсалы могут вытеснить обычных, но большинство исследователей уверены, что пройдет много времени, прежде чем они будут играть главные

роли в медиакомпании, если вообще такое время наступит. Сегодня журналисты на все руки – это скорее исключение, чем общая практика.

В последние несколько лет практически все мировые СМИ в надежде привлечь новых пользователей на сайт ринулись в социальные сети, создали там свои странички. СМИ работают с социальными сетями, чтобы просматривать новости; находить новые темы для материалов; привлекать внимание аудитории к производимому контенту; взаимодействовать с целевой и потенциальной аудиторией.

Во многих зарубежных и некоторых отечественных газетных редакциях несколько лет назад появились редакторы по социальным сетям (social media editor). Их основная задача правильно «упаковать» контент под конкретную аудиторию социальных сетей. В режиме онлайн они мониторят новости, прикрепляют к ним теги. В ряде редакций в обязанности редакторов по социальным сетям выполняют выпускающие редакторы интернет-подразделений. За определенными социальными сетями могут быть закреплены отдельные журналисты. Они следят, чтобы все интересные новости по той или иной теме попадали в социальную сеть.

Все вышеперечисленные изменения журналистской коммуникации создают новую модель современного профессионального журналиста. Отныне журналист способен обсуждать и корректировать собственные материалы, принимать критику от читателей, быть чувствительным к запросам аудитории и ее реакциям на материалы. Записи журналиста должны быть максимально оперативными и актуальными.

Соблюдая традиционные этические принципы достоверности, социальной ответственности, профессиональной чести, лояльности к аудитории и правдивости в совокупности с новыми технологиями, коммуникативными и социальными возможностями «новых медиа» журналист печатных СМИ становится коммуницирующим, интерпретирующим и прогнозирующим профессионалом.

Развитие информационных технологий, появление новых каналов доставки контента, изменение потребителя информации – все это требует от журналистов дополнительных навыков, переосмысления многих принципов работы.

Список использованных источников

1. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – 35с.
2. Юрасова М.В. Маркетинговые исследования в социальной сфере: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2004. - 272 с.
3. Эллен Мицкевич. Телевидение, власть и общество. М.:Аспект Пресс, 2013. – 238с.
4. Entman R. M. Projections of Power: Framing News, Public Opinion and US Foreign Policy. University of Chicago, 2004. – p. 5.
5. <http://www.mediascope.ru/node/528>
6. Свитич Л.Г. Ширяева А.А. Проблемы подготовки журналистов (итоги социологического исследования). Вестник Московского университета. Серия журналистика, 2004. – 62с.