Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 3 (45). С. 16–22.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;3(45): 16–22.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья

УДК 070+37
DOI 10.47475/2070-0695-2022-10302

РЕДАКЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ГИПЕРЛОКАЛЬНОГО СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ

Евгения Юрьевна Юдина
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, zenon1@mail.ru

Аннотация. Для поддержания жизнедеятельности печатных медиа редакциям необходимы профессиональные кадры, подготовкой которых занимаются факультеты журналистики. Печатные учебные СМИ таких факультетов представляют собой гиперлокальные медиа, рассчитанные на функционирование в пространстве, ограниченном факультетом. Однако именно такие СМИ могут быть эффективной площадкой подготовки будущих журналистов, от которых требуется не только грамотное написание текстов, но и владение гибкими навыками, позволяющими встроиться в профессиональную журналистику. В статье рассматривается возможность внедрения в учебном медиа внутреннего регламента – редакционной политики, а также исследуется вопрос о том, как разработка и внедрение редакционной политики гиперлокального медиа может отразиться на профессиональной деятельности выпускников факультета журналистики. В результате анализа научных публикаций и предпринятого эмпирического исследования уточняется определение «редакционная политика учебного СМИ».

Ключевые слова: hard skills, soft skills, учебные СМИ, гиперлокальные СМИ, профессиональные компетенции, редакционная политика.

Для цитирования: Юдина Е. Ю. Редакционная политика гиперлокального СМИ как инструмент профессионализации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 3 (45). С. 16–22. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10302.

Original article

EDITORIAL POLICY OF HYPERLOCAL MEDIA AS A TOOL OF PROFESSIONALIZATION

Evgeniya Yu. Yudina
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, zenon1@mail.ru

Abstract. To support the life of print media, editorial offices need professional staff trained by journalism faculties. The printed educational media of such faculties are hyperlocal media designed to function in the space limited by the faculty. However, it is precisely such media that can be an effective platform for training future journalists, who are required not only to write competently, but also to have flexible skills that allow them to integrate into professional journalism. The article discusses the possibility of introducing an internal regulation in educational media - an editorial policy, and also examines the question of how the development and implementation of an editorial policy of hyperlocal media can affect the professional activities of graduates of the Faculty of Journalism. As a result of the analysis

© Юдина Е. Ю., 2022

of scientific publications and the undertaken empirical research, the definition of "editorial policy of educational media" is specified.

Key words: hard skills, soft skills, educational media, hyperlocal media, professional competencies, editorial policy.

For citation: Yudina E. Yu. Editorial policy of hyperlocal media as a tool of professionalization. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2022;3(45):16–22. (In Russ.). https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10302.

Несмотря на период пандемии, повлекшей за собой сокращение тиражей и снижение интереса к чтению прессы на бумажном носителе, перепозиционирование в сторону цифровых источников информации, печатные СМИ остаются надежным и эффективным каналом коммуникации с аудиторией. Данный вывод содержится в Мониторинге состояния московского рынка печатных СМИ и полиграфии. Согласно документу, положительная динамика отмечена у печатных изданий, предпринявших модернизацию своей деятельности [7].

Однако кризис в издательском бизнесе не преодолен, и дальнейшее сохранение жизнеспособности традиционных медиа возможно при производстве качественного контента.

В условиях создавшейся медиареальности редакциям необходимы профессионально подготовленные кадры, владеющие навыками создания текстов разных жанров, редактирования, корректуры, фактчекинга, умеющие производить контент для любых носителей информации, создавать мультимедийные сообщения.

Необходимость диверсификации системы журналистского образования была обоснована в докторской диссертации И. А. Фатеевой [11]. Будущие журналисты должны владеть технологиями и методами поиска информации, изучать «приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы», что исследователь А. Д. Бородай относит к специальным знаниям «в информационной специализации СМИ» [1. С. 43]. По словам Е. Л. Вартановой, в результате обучения на журфаке выпускники должны быть гибридными, конвергентными профессионалами, объединяющими знание технологий и фундаментальных наук, теории и практики, социальной ответственности и яркой индивидуальности. Результат преподавания должен соответствовать потребности медиаиндустрии в конкретный исторический период [13]. Ю. М. Ершов представляет следующее видение модели выпускника журфака: «широкая гуманитарная культура, развитое критическое мышление, владение журналистским инструментарием, знание аудитории, а также умение работать в команде» [5. С. 129]. И. К. Цаликова, С. В. Пахотина главную роль в университетской подготовке журналиста отводят практической составляющей, когда от будущего специалиста в области СМИ требуются ключевые квалификации или soft skills. Речь идет о владении гибкими навыками – универсальными компетенциями, позволяющими при решении ежедневных профессиональных задач находить оптимальные решения, в том числе адаптироваться к новым ситуациям [12]. А. И. Далибожко, М. В. Герман и И. В. Краковецкая считают, что soft skills (гибкие навыки) должны гармонично сочетаться с hard skills (твердыми навыками) – профессиональными компетенциями, что позволит повысить конкурентоспособность будущих журналистов на рынке труда [3]. По мнению Ю. А. Головина, актуальным становится получение профессиональных умений и навыков, обучение командной работе в студенческих медиаструктурах [2]. Обобщая различные мнения и подходы, следует подчеркнуть значимость учебных СМИ факультетов журналистики как особого типа гиперлокальных медиа, организация выпуска которых и становится основой выработки необходимых будущим журналистам качеств и компетенций.

Рассмотрим в качестве эмпирической составляющей предлагаемой статьи авторский опыт реализации медиапроекта «ЖУРfix» в рамках дисциплины «Выпуск учебного СМИ» на факультете журналистики Челябинского государственного университета.

Характеристики издания: тип – молодежное, периодичность – ежемесячно, формат – А3, количество полос – 8. Целевая аудитория – студенты, преподаватели и выпускники журфака ЧелГУ. Имеет устойчивую композиционно-графическую модель, рубрикатор. Печатное издание не является зарегистрированным СМИ.

К основным требованиям, предъявляемым к компетенциям членов редакции (студентов 3 и 4 курсов дневной формы обучения направления «Печать»), относятся:

– совершенствование навыков создания текстов;
– освоение навыков медиапланирования;
– способность к самокритике и конструктивному восприятию критики в свой адрес;
– формирование коллективной ответственности и заинтересованности в конечном результате.

В редакции распределены обязанности по функциональному принципу. С учетом умений и навыков редактором назначаются ответственный секретарь, верстальщик, корректоры. Созданием контента занимается весь состав редакции. Учебные занятия проходят в формате редакционных планерок, где в демократичной обстановке и творческой атмосфере осуществляется планирование, анализ вышедших номеров. Путем голосования определяются лучшие авторы, что является формой вознаграждения и мотивирует студентов совершенствовать журналистские навыки. С каждым выпуском проявляются принципы, делающие группу студентов настоящей командой: улучшение коммуникации внутри группы, поддержка и взаимовыручка, командный дух, получение удовлетворенности от результата труда.

На четвертом курсе учебным планом предусмотрена дисциплина «Организация работы редакции печатного СМИ», где будущие журналисты знакомятся с деятельностью редакции, нормативно-правовыми документами, редакционным менеджментом, а также редакционной политикой.

По поводу определения и содержания толкования редакционной политики в литературе существуют различные мнения.

Так, И. М. Дзялошинский считает редакционную политику фактором успешной деятельности СМИ, а также неким интегральным понятием, охватывающим «все аспекты управления и организации деятельности такой сложной системы, как редакция» [4. С. 4].

С. С. Распопова упоминает в своей работе не редакционную политику, а редакционный стандарт, являющийся внутренним документом, определяющим «концепцию издания, особенности функционирования редакции, общие принципы работы с контентом» [9. С. 200]. К. Н. Тендит и А. В. Иваньков называют редакционную политику нормативной средой, в которой «протекает массово-информационный процесс» [10. С. 4]. П. К. Погребицкая выделяет в отношении редакционной политики следующие три сферы применения:

1) *в печатных СМИ*, что, по мнению исследователя, является традиционной сферой использования понятия. В подтверждение приводятся научные работы М. Медоварова, В. Беленко, М. Щеровой, С. Корконосенко, на основе анализа которых автор делает вывод о двухчастной структуре редакционной политики: «позиционирующей (цели, задачи, миссия) и прикладной (коллектив, организационные процессы, темы, рубрикация). Фактически же фиксируется только прикладная часть» [8. С. 21];

2) в *научных журналах,* где в редакционной политике «на постоянной основе сочетаются позиционирующая и прикладная части» (там же);

3) *в онлайн-медиа*. С учетом позиций Е. Лукашиной, А. Илеш, Л. Сарычевой, И. Алексеевой автором делается вывод о трехчастной структуре редакционных политик данных изданий, где к двум ранее обозначенным – позиционирующей и прикладной – добавляется коммуникационная, «в которой описывается регламент общения со СМИ, партнерами, клиентами и пр.» (там же).

На основе изученных научных подходов к структуре и особенностям редакционной политики в рамках дисциплины «Организация работы редакции печатного СМИ» в 2022 году была предпринята попытка систематизации процесса обучения, результатом которой стал проект редакционной политики «ЖУРfix» для печатной версии и для одноименного паблика в ВКонтакте.

Задание не вызвало у студентов затруднений по следующим причинам:

1) дано после изучения учебного курса;
2) газета ранее выпускалась этим же составом по неофициально установленным правилам;
3) разделы разрабатывались студентами, отвечающими в редакции за соответствующее направление. Так, ответственный секретарь разрабатывала раздел «Миссия издания», корректоры – «Структура статьи» и «Лексика», верстальщик – «Изображения» и т. д.

Проанализируем структуру проекта редакционной политики учебного СМИ как гиперлокального проекта.

1. Документ содержит *позиционирующую часть*, о чем свидетельствует закрепление в нем миссии, целей и задач издания.

Так, *миссия* учебного СМИ заключается в качественном, полноценном и достоверном, на основе принципов объективности и беспристрастности, освещении событий, произошедших не только в стенах факультета журналистики ЧелГУ, но и за его пределами.

Главная *цель* газеты – создание учебной площадки, максимально приближенной по требованиям к современным редакционным стандартам, где студенты имеют возможность получить необходимые практические навыки и разобраться в принципах функционирования современного медиапредприятия.

Среди *задач* можно выделить следующие: обеспечение аудитории качественным контентом в целях информирования и просвещения читателей; наработка портфолио для будущего трудоустройства, освоение студентами разных медийных ролей (ответственный секретарь, корреспондент, фотограф, корректор, дизайнер, верстальщик); формирование собственного экспертного пула; развитие навыков командной работы. Таким образом, имеет место наличие информационных, просветительских, учебных, профориентационных, координационных и кооперационных *задач*.

2. В состав документа входит *прикладная часть*, что подтверждается содержанием в тексте информации о коллективе, темах, рубрикации и непосредственно организационном процессе.

Коллектив редакции учебного СМИ состоит из главного редактора (преподавателя учебной дисциплины), и студентов, выполняющих функции ответственного секретаря, верстальщика, двух корректоров, корреспондентов, фотокорреспондентов.

Авторы правомочны выбирать *темы* самостоятельно, учитывая базовые критерии – актуальность и заинтересованность целевой аудитории. Обязательными условиями выбора темы являются соответствие законодательству о СМИ, отсутствие конфликта интересов, соблюдение корпоративных интересов факультета и вуза, согласование итогового варианта с главным редактором. При этом отмечается, что согласование не является видом цензуры, а предполагает внутреннее рецензирование (экспертную оценку) соответствия заявленной темы общим требованиям, предъявляемым к учебному изданию.

Рубрикатор представляет собой матрицу из постоянных и переменных разделов тематической направленности. Название рубрик фиксируется в верхнем колонтитуле каждой полосы издания, за исключением первой. Следует отметить, что в процессе планирования каждого выпуска редакция старается придерживаться принципа приоритета постоянных рубрик («из номера в номер»), что свидетельствует об устойчивости содержательно-тематической модели издания.

На рисунке 1 представлен рубрикатор, составленный на основе шести номеров, вышедших в течение 2021-2022 учебного года. Всего представлено 18 рубрик, из которых 8 рубрик присутствовали от 2 до 6-ти номеров, и 10 рубрик – только в одном выпуске.



Рис. 1 Рубрикатор учебного издания «ЖУРfix»

Организационный процесс включает подробное описание всех этапов производства – от планирования номера до его распространения в печатной и электронной версии.

3. В проекте редакционной политики также нашла отражение *коммуникационная часть,* в которой регламентированы взаимоотношения с экспертами, организациями и физическими лицами, иными средствами массовой информации.

Среди правил работы с *экспертами* зафиксированы следующие: аудиофиксация разговора с обязательным предупреждением об этом до начала общения; ведение архива аудиозаписей; отправка на вычитку спикеру после согласования с главным редактором.

В общении с представителями *организаций*, политических партий и объединений, иными *физическими лицами* руководствоваться этическими принципами профессиональной журналистики с соблюдением правил собственной безопасности. Запрещается получение вознаграждения за вышедший материал в денежном и ином эквиваленте, производство контента рекламного характера (за исключением выполнения специальных учебных задач, например, информационного сопровождения приемной кампании).

Во взаимоотношениях с иными *средствами массовой информации* придерживаться общепринятых норм деловой и профессиональной этики; в профессиональном и обыденном общении не допускать распространения заведомо ложной и непроверенной информации; поддерживать как собственную деловую репутацию, так и репутацию всего журналистского сообщества.

Предпринятый анализ проекта подготовленного документа позволяет уточнить определение. Так, под *редакционной политикой учебного СМИ* мы понимаем открытый документ, включающий свод правил позиционирующего, прикладного и коммуникационного характера, регламентирующих внутреннюю и внешнюю политику издания.

По нашему мнению, введение такого регламентирующего документа позволит студенту соблюдать все необходимые требования, предъявляемые к выпуску издания, быстрее ориентироваться на разных этапах производства печатного издания, предотвратит ряд проблемных моментов. Тем не менее наличие данного документа не снимает ответственности с главного редактора и преподавателя, так как «это всего лишь текст. Даже если вы перечислите все-все нюансы работы вашего журнала, редполитика не обретет силу, если никто не будет следить за ее исполнением» [6].

Понимание и соблюдение редакционной политики со студенческой скамьи позволит выпускнику факультета журналистики в более сжатые сроки адаптироваться к профессиональной деятельности в реальных СМИ и быть конкурентоспособным на рынке труда.

Список источников

1. Бородай А. Д. Формирование профессиональных качеств у будущих журналистов в вузе // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2016. № 1. С. 38–46. https://www.doi.org/10.17805/trudy.2016.1.5.

2. Головин Ю. А. Актуализация технологического компонента в современном журналистском образовании // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2016. № 1. С. 47–54. https://www.doi.org/10.17805/trudy.2016.1.6.

3. Далибожко А. И., Герман М. В., Краковецкая И. В. Повышение конкурентоспособности выпускников университета на рынке труда: возможность формирования твердых и мягких навыков в международной программе Enactus // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2018. № 1 (85). С. 57–74. https://dx.doi.org/10.24866/2311-2271/2018-1/57-74.

4. Дзялошинский И. М. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ. Москва. 2000. 91 с.

5. Ершов Ю. М. Каким мы видим будущего журналиста (размышления о модернизации образовательных программ) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 5. С. 119–136.

6. Лукашина Е. Редакционная политика: 59 вопросов, которые помогут вам составить документ правильно // Texterra.ru. 2017. URL: https://texterra.ru/blog/kak-derzhat-avtorov-v-uzde-ili-59-voprosov-dlya-redpolitiki.html (дата обращения: 23.05.2022).

7. Мониторинг состояния рынка печатных СМИ и полиграфии в городе Москве за 2021 год // Официальный портал Мэра и Правительства Москвы. 2021. URL: https://www.mos.ru/upload/documents/files/6034/241121MonitoringpechatnihSMIipoligrafii2021sp.pdf (дата обращения: 17.05.2022).

8. Погребицкая П. К. Определение понятия «редакционная политика» в контексте современного интернет-маркетинга // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы VI Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2020. Т. 2. С. 19–24.

9. Распопова С. С. Редакционный стандарт как механизм независимости СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 200–204. https://www.doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10223.

10. Тендит К. Н., Иваньков А. В. Теория и практика массовой информации. Комсомольск-на-Амуре, 2013. 56 с.

11. Фатеева И. А. Журналистское образование в России: теория, история, современная практика : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореф. дис. ... докт. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 43 с.

12. Цаликова И. К., Пахотина С. В. Научные исследования по вопросам формирования soft skills (обзор данных в международных базах Scopus, Web of Science) // Образование и наука. 2019. Т. 21. № 8. С. 187–207. https://www.doi.org/10.17853/1994-5639-2019-7-187-207.

13. Яковлев А. Елена Вартанова: Российская журналистика выполняет роль помощника маленькому человеку // Комсомольская правда. 2017. URL: https://www.chel.kp.ru/daily/26684/3708018 (дата обращения: 16.05.2022).

References

1. Borodai, A. D. (2016). Formirovanie professional'nyh kachestv u buduschih zhurnalistov v vuze [Formation of professional qualities in future journalists at the university]. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta* [Scientific works of the Moscow University for the Humanities], 1, pp. 38–46 (in Russ.). https://www.doi.org/10.17805/trudy.2016.1.5.

2. Golovin, Yu. A. (2016). Aktualizaciya tehnologicheskogo komponenta v sovremennom zhurnalistskom obrazovanii [Actualization of the technological component in modern journalism education]. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta* [Scientific works of the Moscow University for the Humanities], 1, pp. 47–54. (in Russ.). https://www.doi.org/10.17805/trudy.2016.1.6.

3. Dalibozhko, A., German, M. & Krakovetskaya, I. (2018). Povyshenie konkurentosposobnosti vypusknikov universiteta na rynke truda: vozmozhnost' formirovaniya tverdyh i myagkih navykov v mezhdunarodnoj programme Enactus [Increasing the competitiveness of university graduates in the labor market: the possibility of forming hard and soft skills in the international program Enactus]. *Izvestiya Dal'nevostochnogo federal'nogo universiteta. Ekonomika i upravlenie* [News of the Far Eastern Federal University. Economics and Management], 1 (85), pp. 57–74. (in Russ.). https://dx.doi.org/10.24866/2311-2271/2018-1/57-74.

4. Dzyaloshinskiy, I. M. (2000). Redakcionnaya politika kak faktor uspeshnoj deyatel'nosti SMI [Editorial policy as a factor in the success of the media]. Moscow. 91 p. (in Russ.).

5. Ershov, Yu. M. (2018). Kakim my vidim buduschego zhurnalista (razmyshleniya o modernizacii obrazovatel'nyh programm) [How do we see the future of a journalist (reflections on the modernization of educational programs)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Episode 10: Journalism], 5, pp. 119–136. (in Russ.).

6. Lukashina, E. (2017). Redakcionnaya politika: 59 voprosov, kotorye pomogut vam sostavit' dokument pravil'no [Editorial policy: 59 questions to help you get your document right]. *Texterra.ru* [Texterra.ru]. available at: https://texterra.ru/blog/kak-derzhat-avtorov-v-uzde-ili-59-voprosov-dlya-redpolitiki.html (accessed: 23.05.2022). (in Russ.).

7. Monitoring sostoyaniya rynka pechatnyh SMI i poligrafii v gorode Moskve za 2021 god [Monitoring the state of the print media and printing market in Moscow in 2021]. *Oficial'nyj portal Mera i Pravitel'stva Moskvy* [Official portal of the Mayor and the Government of Moscow], available at: https://www.mos.ru/upload/documents/files/6034/241121MonitoringpechatnihSMIipoligrafii2021sp.pdf (accessed: 17.05.2022) (in Russ.).

8. Pogrebitskaya, P. K. (2020). Opredelenie ponyatiya «redakcionnaya politika» v kontekste sovremennogo internet-marketinga [Definition of the concept of «editorial policy» in the context of modern Internet marketing]. *Strategii razvitiya social'nyh obschnostej, institutov i territorij: materialy VI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii* [Strategies for the development of social communities, institutions and territories: materials of the VI International Scientific and Practical Conference], Yekaterinburg, V. 2, pp. 19–24. (in Russ.)

9. Raspopova, S. S. (2021). Redakcionnyj standart kak mehanizm nezavisimosti SMI [Editorial Standard as a Mechanism for Media Independence]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* [Sign: problematic field of mediaeducation], 2 (40). pp. 200–204. (in Russ.). https://www.doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10223.

10. Tendit, K. N. & Ivankov, A. V. (2013). *Teoriya i praktika massovoj informacii* [Theory and practice of mass media]. Komsomolsk-on-Amur. 56 p. (in Russ.)

11. Fateyeva, I. A. (2008). *Zhurnalistskoye obrazovaniye v Rossii: teoriya, istoriya, sovremennaya praktika* [Journalism education in Russia: theory, history, modern practice] : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Yekaterinburg, 45 p. (in Russ.).

12. Tsalikova, I. K. & Pakhotina, S. V. (2019). Nauchnye issledovaniya po voprosam formirovaniya soft skills (obzor dannyh v mezhdunarodnyh bazah Scopus, Web of Science) [Scientific research on the formation of soft skills (review of data in the international databases Scopus, Web of Science*)]. Obrazovanie i nauka* [Education and science], V. 21, 8, pp. 187–207. (in Russ.). https://www.doi.org/10.17853/1994-5639-2019-7-187-207.

13. Yakovlev, A. (2017). Elena Vartanova: Rossijskaya zhurnalistika vypolnyaet rol' pomoschnika malen'komu cheloveku [Elena Vartanova: Russian journalism plays the role of an assistant to a small person]. *Komsomol'skaya pravda* [Komsomolskaya Pravda], available at: https://www.chel.kp.ru/daily/26684/3708018 (accessed: 16.05.2022) (in Russ.).

Информация об авторе

Е. Ю. Юдина – старший преподаватель, аспирант кафедры журналистики и массовых коммуникаций.

Information about the author

E. Yu. Yudina – Senior Lecturer, Postgraduate Student, Department of Journalism and Mass Communications.

Статья поступила в редакцию 20.05.2022; одобрена после рецензирования 20.06.2022;
принята к публикации 09.07.2022.
The article was submitted 20.05.2022; approved after reviewing 20.06.2022;
accepted for publication 09.07.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declare no conflicts of interests.