

# **ЗНАК**

проблемное поле медиаобразования

научный журнал  
№ 3 (17)  
2015

Основан в 2007 году

Выходит три раза в год  
ISSN 2070-0695

Учредитель: объединение преподавателей факультета журналистики  
Челябинского государственного университета

**МЕДИА И ОБРАЗОВАНИЕ**

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ЯЗЫК И СТИЛЬ**

**ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И КРИТИКИ**

**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ**

**МЕТОДЫ И ФОРМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЖУРНАЛИСТИКЕ**

**ЖУРНАЛИСТИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

**ЭКОНОМИКА, ПОЛИТИКА, ПРАВО И СМИ**

**КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ  
ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА**

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

**Киршин Борис Николаевич** (председатель совета), кандидат филологических наук, доцент, почетный профессор Челябинского государственного университета, главный редактор областной ежедневной газеты «Челябинский рабочий», руководитель проекта «Знак: проблемное поле медиаобразования» (Челябинск)

**Ажгихина Надежда Ильинична**, кандидат филологических наук, секретарь Союза журналистов России, член гендерного совета Международной федерации журналистов, вице-президент международной ассоциации писательниц «Женский мир», член Союза российских писателей (Москва)

**Войводич Ясмينا (Vojvodic Jasmina)**, доктор философии, профессор Загребского университета (Хорватия)

**Голованова Елена Иосифовна**, доктор филологических наук, профессор Челябинского государственного университета, председатель Челябинского отделения Российской ассоциации лингвистов-когнитологов, член Президиума РАЛК (Челябинск)

**Загидуллина Марина Викторовна** (координатор совета), доктор филологических наук, профессор Челябинского государственного университета (Челябинск)

**Зубанова Людмила Борисовна**, доктор культурологии, профессор Челябинской государственной академии культуры и искусства (Челябинск)

**Которча Ливия (Cotorcea Livia)**, доктор гуманитарных наук, профессор университета Александра Кузы (Румыния)

**Кошман Анна Львовна**, кандидат социологических наук, исполнительный директор Альянса независимых региональных издателей (Москва)

**Мардаре Габриэль (Mardare Gabriel)**, доктор гуманитарных наук, профессор университета Василия Александри (Румыния)

**Мельников Андрей Витальевич**, доктор технических наук, профессор, проректор по научной работе Челябинского государственного университета (Челябинск)

**Моретти Анна (Moretti Anna)**, доктор гуманитарных наук, профессор университета им Паскаля Паоли (Франция)

**Олешко Владимир Федорович**, доктор филологических наук, профессор Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург)

Свидетельство о регистрации

ПИ № ФС77-43845 от 09 февраля 2011 г.

Индекс 11305 в каталоге российской прессы  
"Пресса России"

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Загидуллина Марина Викторовна** (главный редактор), доктор филологических наук, профессор

**Симакова Светлана Ивановна** (зам. главного редактора), кандидат филологических наук, доцент

**Морозова Анна Анатольевна**, кандидат филологических наук (отдел «Медиа и образование»)

**Журавлева Анна Аркадьевна**, кандидат филологических наук, доцент (отдел «Современное состояние журналистики»)

**Федоров Василий Викторович**, кандидат филологических наук, доцент (отдел «Язык и стиль»)

**Киуру Константин Валерьевич**, кандидат филологических наук, профессор (отдел «История журналистики и критики»)

**Морозова Елена Игоревна**, кандидат филологических наук (отдел «Интернет-технологии в журналистике»)

**Антропова Вера Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент (отдел «Методы и формы исследований в журналистике»)

**Сумская Анна Сергеевна**, кандидат педагогических наук, доцент (отдел «Журналистика и психология»)

**Сафонов Андрей Владимирович**, кандидат филологических наук, доцент (отдел «Экономика, политика, право и СМИ»)

**Селютин Александр Анатольевич**, кандидат филологических наук, доцент (отдел «Коммуникативные аспекты информационного пространства»)

**Панова Елена Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент (редактор, корректор)

Полнотекстовая версия журнала, требования к публикациям и порядок предоставления рукописей опубликованы на сайте:  
[mediaZnak.ucoz.ru](http://mediaZnak.ucoz.ru)

Издание включено в РИНЦ

Подписано в печать 31.12.15  
Формат 60x84 1/8. Бумага офсетная.  
Гарнитура Таймс. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 15,5. Уч.-изд. л. 14,7.  
Тираж 1000 экз. Заказ 712.

Адрес редакции:  
454084, г. Челябинск, пр. Победы, 160, оф. 207.  
e-mail: [mediaZnak@gmail.com](mailto:mediaZnak@gmail.com)

Типография «Два комсомольца»  
454084 Челябинск, Комсомольский пр., 2

## СОДЕРЖАНИЕ

### СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Абрамовских Т. А.**

Общее образование в зеркале  
«Российской газеты»

**Загидуллина М. В.**

Профессиональная самоидентификация:  
о космополитическом стандарте  
профессиональной деятельности журналиста

### ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И КРИТИКИ

**Ильинская А. А.**

Роль главного редактора в функционировании  
этнического периодического издания  
на примере первой афро-американской газеты  
Freedom's Journal (1827–1829)

**Щербинина Е. А.**

Экология и экожурналистика:  
траектория сближения

### ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

**Выровцева Е. В.**

Диалектика развития журналистики  
XXI века: искусство слова и  
мультимедийные технологии

**Храмова Н. Н.**

Спецификация генерации новостей через RSS  
на примере работы агрегатора Яндекс.Новости

**Морозова Е. И.**

Электронный след личности:  
вынужденная публичность

### КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

**Горновая В. А.**

Критерии качества пресс-релиза

**Климова Р. О.**

Роль связей с общественностью  
в деятельности некоммерческой  
организации

### МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

### ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

## CONTENTS

### MODERN STATE OF JOURNALISM

- 5 **Abramovskih T. A.**  
General education in the mirror of  
«Rossiyskaya Gazeta»

- 11 **Zagidullina M. V.**  
Professional self-identification:  
on the journalists' professional activities  
cosmopolitan standards

### THE HISTORY OF JOURNALISM AND CRITICISM

- 19 **Ilinskaya A. A.**  
The editor-in-chief role at an ethnic periodical  
functioning considered from the example  
of the first African-American newspaper  
Freedom's Journal (1827–1829)

- 27 **Scherbinina E. A.**  
Ecology and ecological journalism:  
trajectory of convergence

### INTERNET TECHNOLOGIES IN JOURNALISM

- 30 **Vyrovtsseva E.V.**  
Dialectics of development of journalism of  
the XXI century: the art of speech and  
multimedia technologies

- 36 **Khramova N. N.**  
Data generation news via RSS on  
the example of an aggregator Yandex.News

- 42 **Morozova E. I.**  
Electronic impress: forced publicity

### THE COMMUNICATIVE ASPECT OF INFORMATION SPHERE

- 46 **Gornovaya V. A.**  
Quality criteria of the press release

- 51 **Klimova R. O.**  
The role of public relations in non-profit  
organizations

56

152



# СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

Т. А. Абрамовских

## ОБЩЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЗЕРКАЛЕ «РОССИЙСКОЙ ГАЗЕТЫ»

*В статье представлены результаты исследования материалов «Российской газеты» на предмет освещения вопросов общего образования за 2013, 2015 годы. Полученные данные свидетельствуют о малой представленности содержательных статей, аналитических и проблемных материалов. Подобное освещение образования неэффективно в контексте повышения уровня качества образования и формирования позитивного отношения к школе. В статье предлагаются рекомендации по корректировке тематической и улучшению содержательной наполненности деятельности журналистов в сфере общего образования.*

**Ключевые слова:** средства массовой информации (СМИ), реформы и проблемы образования, «Российская газета», освещение вопросов общего образования в СМИ, специфика освещения вопросов в «Российской газете».

Периоды реформирования различных сфер общества, как правило, характеризуются повышением социальной активности населения, включенным вниманием государства к вопросам реализации реформ и особенно интенсивной деятельностью средств массовой информации на общем фоне. В течение последнего десятилетия идут кардинальные изменения в современной школе. Новый закон «Об образовании в РФ» определяет новую концептуальную основу современного образования, содержание образовательного процесса и технологии обучения. Изменяются подходы и методы управления образовательной организацией. В связи с этим изменяются требования к педагогам и руководителям образовательных учреждений. Однако успешная реализация реформы в области содержания образования является сложной и труднодостижимой задачей. Она требует тщательного планирования, хорошо разработанной стратегии, приверженности цели тех, кто ее реализует. Реформу содержания образования затрудняет еще и то, что она проводится в обществе, где преподаватели и инфраструктура не обеспечены соответствующими ресурсами. В подобные периоды появляется возможность наглядно проследить и зафиксировать степень воздействия средств массовой информации (СМИ) на мнения людей, а также на формирование определенного стереотипа мышления по отношению к учителю, к школе, к системе образования в целом. Средства массовой информации играют все большую роль в конструировании социальной реальности членами общества. Социологи отмечают, что

социальный опыт и знания людей складываются из двух основных составляющих: первая предполагает наличие непосредственных контактов, вторая формируется за счет восприятия событий и явлений, опосредованных сообщениями СМИ [3]. Сейчас российское общество перестраивается, переоценивает свои ценности и цели, и эти перемены влекут за собой демократизацию и в образовательной сфере. СМИ отражают все события, происходящие в сфере образования, дают им свою оценку и анализ, что позволяет сформировать общую картину современного состояния системы образования в России. При этом существует устоявшееся мнение: от того, каким образом масс-медиа освещают проблемы современного образования, во многом зависит успех усилий государства и общества в их решении. Это утверждение особенно справедливо для качественных федеральных общественно-политических изданий, охватывающих большую часть читательской аудитории. Поэтому исследование освещения в современных печатных СМИ проблем образования представляется актуальным. Открытость, оперативность, мобильность, возможность представлять различные интересы населения позволяют СМИ стать одним из главных участников процесса формирования общественного мнения о системе и качестве российского образования. С одной стороны, в широком общественном сознании уже сложилось представление о постоянной модернизации и обновлении образования. С другой – нельзя считать, что сегодня освещение вопросов образования строится эффективно. На-

блюдения показывают, что средства массовой информации недостаточно последовательно и системно освещают содержательные аспекты школьных реформ, определяют наличие проблемных зон системы образования, формируют устойчивую позитивную оценку реформам образования. Есть основания говорить о несоответствии содержания публикаций СМИ по вопросам образования и ожиданиями государства и участников образовательного процесса. Важным аргументом названного несоответствия являются результаты исследования «Левада-Центр», посвященного точке зрения россиян на систему российского образования. Всероссийский опрос проведен 22–25 августа 2014 года. Результаты показали, что в целом неудовлетворенность системой образования в России сохраняется среди большей части населения (55 %). Число россиян, критически настроенных и невидящих положительной динамики в работе системы образования, снизилось с 37 % в 2013 до 27 % в 2014 году. Вместе с тем, выросли нейтральные оценки, демонстрирующие, что ничего «не изменилось» (47 %). Только 14 % опрошенных отметили улучшение качества работы системы образования. Две трети опрошенных (62 %) не верят в то, что они смогут при необходимости устроиться в своем городе на хорошую работу по специальности. Лишь каждый третий опрошенный уверен, что с трудоустройством не будет проблем [6].

Перед нами встала задача оценить, как освещаются вопросы модернизации общего образования в газетах федерального и регионального уровня, как влияют газетные публикации на отношение общественности к работе школы. Решение такой задачи невозможно без мониторинга текущей ситуации информационного поля ведущих средств массовой информации по вопросам образования [5]. В статье мы покажем небольшую часть исследовательской работы: результаты мониторинга тематических публикаций об образовании в «Российской газете». «Российская газета» – ежедневная общественно-политическая общенациональная газета новой России. Учредитель – Правительство Российской Федерации. Газета издается с 11 ноября 1990 года, выходит на 8–16 полосах формата А2. «Российская газета» имеет статус официального публикатора государственных документов. Законодательные акты РФ вступают в силу после публикации в «Российской газете» (официальным опубликованием Федерального Конституционного закона, Федераль-

ного закона, акта палаты Федерального Собрания считается первая публикация его полного текста в «Российской газете»). «Российская газета» публикует качественную разностороннюю информацию для широкого круга читателей, профессиональные аналитические материалы и комментарии, тематические обзоры, текущие события в стране и за рубежом, новости политики, экономики, общественной жизни, науки, культуры, спорта. Успешно справляясь с задачами рупора правительства, газета остается востребованной у всех политически активных и неравнодушных. Роль «Российской газеты» особая: на нее, как на официальное издание, ложится особая ответственность за то, чтобы доносить до населения, причем последовательно, ясно, и всесторонне, позицию государства. С помощью «Российской газеты» государство должно объяснять суть и необходимость новых законопроектов, возможные последствия их реализации для разных групп населения. Это как бы дополнительная, особая функция официального издания [1].

Для выявления специфики отражения проблем образования в «Российской газете» было проведено исследование тематического своеобразия издания. В рамках исследования методом контент-анализа была проведена оценка типологии и содержания материалов по вопросам образования в «Российской газете» за 2013, 2015 годы. Объектом исследования стали тексты «Российской газеты», освещающие вопросы общего образования.

Для анализа были использованы архивы газеты за указанные годы методом выборки номеров: 5 и 25 число каждого месяца. Результаты исследования журналистских материалов представлены в виде таблиц.

В Таблице 1 показан объем просмотренных материалов в «Российской газете» за два года.

Таблица 2 дает представление о том, какая тематическая направленность вопросов общего образования преобладает на страницах газеты.

«Российская газета» печатает на своих страницах правительственные документы, различные поправки в законопроекты об образовании, что объясняется официальным статусом издания (5 %). Наибольшее внимание уделяется публикациям, рассказывающим о деятельности Министерства Образования, государственных структур в сфере образования (8 %). Особое внимание обращаем на статью Виталия Петрова «Знать», в которой определены задачи

Таблица 1

Объем просмотренных материалов в «Российской газете» за 2013, 2015 годы  
по вопросам общего образования

Год издания	Просмотрено номеров всего	Отсутствовали публикации, освещающие вопросы общего образования	Размещены официальные документы в сфере общего образования	Всего публикаций в просмотренных номерах
2013	25	14 (56 %)	2 (8 %)	12
2015	28	18 (64 %)	1 (4 %)	16

Таблица 2

Тематическая направленность вопросов общего образования в «Российской газете»

Тематическая направленность материалов	Количество		Всего	Характер материала
	2013	2015		
Содержание учебных программ	1	1	2	Проблемный новостной
Обучение учителей	1		1	новостной
Отдых детей летом	1	1	2	новостной
Вопросы ЕГЭ	1	3	4	аналитический
Деятельность государственных структур по вопросам образования	1	3	4	новостной
Новый закон «Об образовании в РФ»	2		2	новостной
Оценка реформ образования	1			размышление
Криминальные новости	1	2	3	новостной
Образование за рубежом	1		1	новостной
Результаты конкурсов	1		1	новостной
Школьная форма		1	1	новостной
Одаренные дети		1	1	новостной
Новые учебники	1		1	проблемный
Деятельность ДОУ		1	1	новостной
Профессиональная компетентность руководителей		1	1	проблемный
Вопросы профориентации		2	2	новостной

по модернизации системы образования, обозначенные В. Путиным на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования. Президент обозначил наиболее острые проблемы общего образования и поручил Правительству разработать комплекс мер, направленных на систематическое обновление содержания общего образования: следует принять меры по снижению административной нагрузки на образовательные организации, в том числе путем сокращения контрольно-надзорных мероприятий; а также по уменьшению нагрузки учителей, связанной с составлением ими отчетов. Глава государства поручил продолжить работу по повышению пропускной способности каналов Интернета в школах, обеспечить создание современных условий обучения и воспитания, до начала учебного года предусмотреть в рамках дополнительного профессионального образования обучение педагогических работников методам воспитания и социализации учащихся, в том числе с ограниченными возможностями здоровья, разработать и реализовать комплекс мер по созданию условий для получения качественного общего образования в образовательных организациях со стабильно низкими образовательными результатами, обеспечить предоставление единых соцгарантий учащимся, формирование системы взаимодействия образовательных организаций с родителями в целях их оперативного информирования в случае выявления фактов отсутствия детей на учебных занятиях и рассмотреть вопрос об оптимизации документооборота, продолжить работу по контролю за проведением в 2016 году ЕГЭ. Глава государства обозначил также первоочередные задачи СМИ по вопросам общего образования: регулярное освещение в СМИ успешных проектов в системе общего образования, популяризация достижений российской школы и формирование доверительного и позитивного отношения к ней и к учителю [4]. В исследуемый период газетой освещалась такая проблема как проведение ЕГЭ (8 %). Уже прошло время, когда ЕГЭ бурно обсуждали и критиковали все СМИ, но и сейчас эта тема остается весьма актуальной. «Российская газета» всесторонне подходит к данному вопросу: от событий и нововведений до скандальных разбирательств на ЕГЭ. Ряд материалов посвящен изменениям, которые определяет новый закон «Об образовании в РФ». Накануне начала учебного года Ирина Ивойлова повествует о том, что в этом году

школы начинают жить по новому закону «Об образовании в РФ», и многое для них поменяется. Андрей Максимов размышляет: Зачем нужны реформы, не делающие ребенка счастливым. В газете рассматривается достаточно широкий спектр вопросов общего образования, однако материалы далеки от первоочередных проблем, стоящих перед педагогическим сообществом. При этом вопросы освещаются в описательном ключе, глубокий анализ проблем образования не проводится. Последующий анализ показал, что среди материалов о школе явно прослеживается преобладание новостных сюжетов, их общее количество составило 18 текстов. Меньше представлены материалы проблемного (3 текста) и аналитического (1 текст) характера.

Итак, в рамках комплексного изучения эффективности освещения в СМИ вопросов образования был проведен мониторинг и анализ печатных материалов «Российской газеты». Сложившаяся ситуация указывает на малую представленность содержательных статей, аналитических и проблемных материалов. Работа подобных СМИ неэффективна в контексте повышения уровня качества образования и формирования позитивного отношения к школе. Тем не менее, данная «ниша» материалов может быть восполнена.

Общей рекомендацией в плане освещения вопросов общего образования является увеличение количества содержательных материалов проблемного и аналитического характера, создание отдельной рубрики по вопросам общего образования, ориентированной на детальные, аналитические, пропагандистские материалы на федеральном уровне. Очевидно, что важно проводить консультации с представителями педагогического сообщества по поводу содержательной ценности публикуемых материалов.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что вопросы образования должны стать системой долгосрочных мероприятий, направленных на формирование позитивного общественного мнения о школе, а также повышение «образовательной осведомленности» целевых аудиторий: родителей, педагогического сообщества, общественности, государства в лице органов управления. Мы надеемся, что полученные данные и выявленные закономерности позволят скорректировать тематическую и улучшить содержательную наполненность деятельности журналистов, увеличить мотивационную (психологическую) составляющую

воздействия на целевую аудиторию, найти новые формы информирования населения, что будет способствовать повышению эффективности СМИ в вопросах образования в Российской Федерации.

### Список литературы

1. Баханов, Е. Ростовчане ставят оценку «Российской газете» [Текст] / Е. Баханов // Журналист. – 2006 – №8.
2. Дьякова, Е. Г. Конструирование и легитимация социальных проблем в процессе установления повестки дня [Текст] / Е. Г. Дьякова // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 6. – С. 188–211.
3. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество [Текст] / М. М. Назаров // Введение

в теорию и исследования. – М.: Аванти плюс, 2003. – 428 с.

4. Петров, В. Знать [Текст] / В. Петров // Российская газета: федеральный выпуск. – 2015. – № 6862.

5. Сводный отчет по освещению в СМИ вопросов развития образования в Московской области [Электронный ресурс]. – 2015. – С. 2 – URL: [http://www.smi\\_otchet](http://www.smi_otchet).

6. Общественное мнение – 2015 (ежегодный сборник) [Электронный ресурс]. – М.: Левада-Центр, 2014. – С. 81. – URL: <http://www.levada.ru/>.

7. Ясавеев, И. Г. Конструирование «повестки дня»: социальные проблемы Российского общества в новостях федеральных каналов [Текст] / И. Г. Ясавеев // Управление общественными и экономическими системами. – Казань: КГУ, 2007. – № 1.

*T. A. Abramovskih*

### GENERAL EDUCATION IN THE MIRROR OF «ROSSIYSKAYA GAZETA»

*The article presents the results of research materials “Russian Newspaper” for coverage of issues of general education for 2013 and 2015. The findings suggest that there is a low representation of informative articles, analytical and problem materials. This coverage of education is ineffective in the context of improving the quality of education and the formation of a positive attitude toward school. The article offers recommendations for adjustments and the improvement of thematic content filling activities of journalists in the field of education.*

**Keywords:** mass media (the media), and the problems of education reform, «Rossiyskaya Gazeta», coverage of general education in the media, the specific coverage issues in «Rossiyskaya Gazeta».

### References

1. Bahanov, E. (2006) Rostovchane stavyat otsenku «Rossiyskoy gazette» [=Rostovites pose estimation «Rossiyskaya Gazeta»], in: *Zhurnalyst* [=Journalist], no. 8. (In Russ.).
2. Dyakova, E. G. (2006) Konstruirovaniye i legitimatsiya sotsialnykh problem v protsesse ustanovleniya povestki dnya [=Construction and legitimation of social problems in the process of setting the agenda], in: *Nauchnyy ezhegodnik Instituta filosofii i prava UrO RAN, Ekaterinburg* [=Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences], issue 6, pp. 188–211. (In Russ.).
3. Nazarov, M. M. (2003) Massovaya kommunikatsiya i obschestvo [=Mass Communication and Society], in: *Vvedeniye v teoriyu i issledovaniya* [=Introduction to the theory and research], Moscow, Avanti plus, 428 p. (In Russ.).
4. Petrov, V. (2015) Znat [=Know], in: *Rossiyskaya gazeta: federalnyy vyipusk* [=Rossiyskaya Gazeta: Federal issue], no. 6862. (In Russ.).
5. *Svodnyy otchet po osvvesheniyu v SMI voprosov razvitiya obrazovaniya v Moskovskoy oblasti* (2015) [=A summary report on the media coverage of issues of educational development in the Moscow region], p. 2, available at: [http://www.smi\\_otchet](http://www.smi_otchet), accessed 12.12.15. (In Russ.).
6. *Obschestvennoye mneniye – 2015 (ezhegodnyy sbornik)* (2014) [=Public Opinion – 2015 (annual collection)], Moscow, Levada-Tsentr, p. 81, available at: <http://www.levada.ru/>, accessed 12.12.15. (In Russ.).

7. Yasaveev, I. G. (2007) Konstruirovaniye «povestki dnya»: sotsialnyie problemyi Rossiyskogo obschestva v novostyah federalnyih kanalov [=Construction «agenda»: the social problems of the Russian society in the federal news channel], in: *Upravlenie obschestvennyimi i ekonomicheskimi sistemami* [=Management of social and economic systems], Kazan, KGU, no. 1. (In Russ.).

Абрамовских Татьяна Александровна – старший преподаватель кафедры управления, экономики и права ГБУ ДПО «Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования».

gdchiep@mail.ru

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ:  
О КОСМОПОЛИТИЧЕСКОМ СТАНДАРТЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА**

*Статья посвящена проблемам универсализма в профессиональной стандартизации и интернациональной унификации требований к работе журналиста. Опираясь на масштабный опрос действующих журналистов, проведенный в 2011 году организацией «The Worlds of Journalism Study (WJS)», автор указывает на новейшие тенденции в осмыслении национальной специфики журналистского труда. Значимо, что само понимание предназначения журналистики имеет выраженную связь с менталитетом и традициями национальных моделей коммуникации. Автор рассматривает современные исследования журнализма с позиций «девестернизации», как учитывающие специфичность социального института журналистики и возможность выполнения функции успешной коммуникации только в случае соответствия этой специфике. В статье предлагаются возможные перспективы развития теоретических подходов к журналистике, определяющих понимание профессионального стандарта и саму возможность стандартизации профессии.*

**Ключевые слова:** профессиональный стандарт, функции журналистики, универсализм, глобализация, индигенизация, девестернизация.

Предмет исследования – самоопределение профессионального стандарта журналистским сообществом (представители 21 страны, всего 2100 опрошенных, итоги опроса представлены в 2011 году в рамках работы организации «The Worlds of Journalism Study (WJS)») в свете концепции индигенизации. Страны опроса: Австрия, Австралия, Египет, Китай, Чили, Уганда, Румыния, Болгария, Германия, Америка, Россия, Бразилия, Греция, Индонезия, Мексика, Израиль, Пакистан, Швейцария, Турция, Португалия, Испания. Материалы опроса выложены в свободном доступе (в том числе сами анкеты). Опрос проводился методом анкетирования добровольными участниками в среде профессиональных журналистов разных стран; опросник – как и материалы исследования – находятся в открытом доступе. Россия представлена в настоящем опросе 100 интервью с журналистами как федеральных газет, радиостанций, ТВ-каналов («СТС», «Первый канал», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец», «Российская газета»), так и регионального уровня. Полученные в ходе этого масштабного опроса данные неоднократно становились предметом исследовательской рефлексии (десятки статей выложены на сайте WJS [10]; можно указать на отечественные исследования, посвященные результатам исследования, см. также библиографию в указанной статье [3]). В данной статье предлагается

рассмотреть эти материалы как основание для рассуждений о профессиональной стандартизации журнализма и ее границах.

Задача предлагаемого исследования – выявить универсальные и национальные особенности профессионализма в сфере журналистики и высказать предположения о причинах таких различий. Интерес представляет концепирование (гипотеза исследования, основанная на выдвигании ряда параметров профессиональной самоидентификации: эпистемологические, этические, институциональные основания профессиональной деятельности, степень профессиональной автономии и доверия к источникам информации), а также анализ национальных различий самоидентификации профессиональных журналистов.

Как показывают материалы исследования WJS, существуют очевидные национальные приоритеты в определении ключевых профессиональных стандартов, что дает основания полагать, что профессиональная стандартизация не может носить универсальный характер. Между тем экспансия американской журналистской институциональной модели – явление повсеместное, охватывающее разные страны мира, в том числе и Россию. В связи с «ножницами» между национальными особенностями журналистики как социального института и универсальными профессиональными стандартами, транслируемыми как системой

журналистского образования, так и профессиональными объединениями журналистов конкретной страны, возникает функциональный дисбаланс самого социального института журналистики. Анализ данных международного опроса помогает понять, каковы риски таких «перекосов», а также выработать систему рекомендаций по выравниванию ситуации на институциональном уровне.

#### *Эпистемология профессиональной журналистики*

Всего было предложено восемь утверждений, которые следовало оценить по 5-балльной шкале, где 5 – полное принятие и согласие, а 1 – полное несогласие с утверждением. Средний результат по 21 стране выглядел следующим образом (см. стр. 13).

Как видим, к метапрофессиональным стандартам следует отнести нейтралитет в спорных позициях и внимательное отношение к источникам информации.

Российские приоритеты в сфере эпистемологии профессии журналиста распределились иначе: почти по всем позициям результаты были значительно ниже (менее дружными), но в целом не слишком отличались от средних. Зато по отношению к ответам американских журналистов разница составляла полный балл и более. Отметим три позиции, по которым российские журналисты дали самые «низкобалльные» ответы (что говорит об отсутствии четкого принципа): «Я заявляю что-либо только на основании очевидности...» (3,90), «Я думаю, что журналист может описать мир таким, каков он есть» (3,00), «Я всегда избегаю непроверенной информации» (3,39). Наиболее дружно как важная была отмечена позиция «Я осуществляю анализ событий и проблем в моей работе» (4,51, один из самых высоких баллов среди всех стран).

#### *Институциональная роль журналистики*

Предлагалось 12 позиций, отражающих возможные социально значимые функции журналистики. Ответить также предлагалось по 5-балльной системе, где 5 выражает высшую форму согласия с утверждением, а 1 – несогласия.

Средние данные по всем странам выглядят так (см. стр. 13).

Как видим, первые три позиции получают у журналистов 21 страны наивысший балл. Это так называемая англо-американская концепция журналистики: быть беспристрастным

наблюдателем, чья цель – мониторинг действий «власть имущих» с целью предотвращения угроз демократии.

Что касается российских журналистов, то их оценки гораздо ниже средних, очень велик разброс мнений. Первенство они также отдают позиции о беспристрастности журналиста, вторая в российском рейтинге позиция – «доставлять гражданам информацию, способствующую принятию политических решений», а вот на третьем месте оказывается «влияние на общественное мнение» (интересно, что для американских журналистов эта функция вообще нежелательна – 2,41). Отметим также, что всего на одну десятую от третьей позиции в российском рейтинге отличается позиция «в основном концентрироваться на новостях... широкой аудитории» и на две десятых – «доставлять... интересную информацию». Российские журналисты выше других оценивают значимость позиции «создавать позитивный образ... лидерства» (2,74, выше только в Пакистане – 3,23; почти так же, как и в России, воспринимается эта позиция журналистами Уганды – 2,73).

#### *Этика профессионального журнализма*

Шесть утверждений, предложенных журналистам, требовали той же пятибалльной оценки (5 – согласен, 1 – не согласен).

Очевидно, что этические принципы вызывают сомнения у журналистского сообщества, и оценивание здесь намного ниже, чем в других вопросах. Дружно положительно воспринимается лишь первая позиция, предполагающая наличие незыблемых правил журналистской этики. Однако все остальные позиции (которые можно было бы рассматривать как варианты освещения первого пункта) оцениваются гораздо ниже (так, почти одинаково оценены диаметрально противоположные позиции «журналисты должны избегать спорных методов...» и «бывают ситуации, в которых вред оправдан...»). В российских ответах лидером стали первая (как и у остальных, однако с меньшей «дружностью» – 3,90) и пятая позиции (этический релятивизм, 3,72 – фактически прямая противоположность первой позиции). Все остальные набрали примерно одинаковое количество баллов от 3,08 до 3,17. Наиболее близкие по оценкам страны – Болгария и Пакистан. Подробнее об этических стандартах, выявленных этим опросом см. в статье П. Плэзенца, Э. Скъюис и Т. Ханича [8].

Таблица 1

Я не позволяю моим верованиям и убеждениям влиять на мою работу.	4,11
Я осуществляю анализ событий и проблем в моей работе	3,94
Я думаю, что факты говорят сами за себя.	3,90
Я не занимаю ничью сторону в моей работе.	4,11
Я заявляю что-либо только на основании очевидности и подтвержденности надежными ресурсами	4,42
Я думаю, что журналист может описать мир таким, каков он есть	3,65
Я всегда ясно даю понять, чья позиция в споре лучше	2,68
Я всегда избегаю непроверенной информации	3,96

(Источник: <http://www.worldsofjournalism.org/download.htm>, перевод авт.).

Таблица 2

Быть совершенно нейтральным наблюдателем	4,24
Контролировать действия правительства	4,04
Доставлять гражданам информацию, способствующую принятию политических решений	4,38
В основном концентрироваться на новостях, привлекающих внимание как можно более широкой аудитории	3,36
Формировать политическую повестку дня	2,91
Создавать позитивный образ политического и бизнес-лидерства	1,97
Доставлять информацию, которая кажется аудитории наиболее интересной	3,79
Влиять на общественное мнение	2,18
Поддерживать официальную политику, направленную на процветание и развитие	2,80
Поддерживать социальные изменения	3,38
Контролировать бизнес-элиты	3,44
Мотивировать людей к гражданской активности и участию в политической дискуссии	3,79

(Источник: <http://www.worldsofjournalism.org/download.htm>, перевод авт.).

Таблица 3

Существуют важные этические принципы, которым должны следовать все журналисты, независимо от ситуации и контекста.	4,43
Журналисты должны избегать спорных методов работы в любом случае, даже рискуя так и не сделать материал.	3,83
Этические дилеммы в работе журналиста настолько сложны, что журналист имеет право сам сформулировать себе принципы профессионального поведения.	2,89
Журналистский материал, наносящий вред кому-либо, всегда неправомерен, несмотря на пользу, которую он может принести.	2,78
Этическое в журналистике варьируется от одной ситуации к другой.	3,00
Бывают ситуации, в которых вред оправдан той пользой, что принесет материал.	3,52

(Источник: <http://www.worldsofjournalism.org/download.htm>, перевод авт.).

### *Профессиональная автономия журналиста*

Было предложено два утверждения о работе журналиста с той же просьбой оценить по пятибалльной системе (5 – согласен, 1 – не согласен).

Ответ – в основном – дан в районе 4 баллов (буквально: «скорее согласен»). Таким образом, журналисты равно чувствуют свою несвободу и осознают свои права. Вопросы не являются взаимоисключающими. Интересно, что российские журналисты дали самый низкий балл по первому вопросу (3,24), демонстрируя тем самым свою автономность (впросем, на второй вопрос балл также невелик – 3,44). Самые высокие баллы согласия с обоими утверждениями дает Америка (4,43 и 4,52 соответственно). В целом следует признать, что большинство журналистов ощущают себя частью более сложной системы, а не самостоятельным творцом.

### *Факторы влияния на профессиональную деятельность журналиста*

Респондентам было предложено оценить 12 факторов влияния по шкале от 5 (сильное влияние) до 1 (отсутствие влияния). Результаты приведены ниже.

Как видим, общим влиятельным фактором признан принцип работы в условиях дедлайна, высока роль главного редактора, почти столько же «весит» техническая обстановка ньюсрума. Ближе к этим позициям стоят процедуры и стандарты, ограниченность ресурсов, технологии. Менее всего журналисты подвержены влиянию рекламы или «профитности» издания, незначительна и роль исследований рынка и аудитории.

Российские журналисты почти все оценки дают ниже средних, а в тройку наиболее влиятельных факторов входит менеджмент, собственник и главный редактор. Интересно, что в России самая низкая из всех 21 стран оценка влияния коллег на работу – 1,93 (примерно такой же результат только у Чили; для сравнения: в Бразилии 3,81, в Америке – 3,46).

### *Профессиональное доверие социальным институтам*

Журналистам был предложен перечень 12 социальных институтов, с которыми приходится взаимодействовать в ежедневной практике, и предлагалось оценить степень своего персонального доверия каждому из них (5 – полное доверие, 1 – полное недоверие).

Памятуя, что оценка «3» означает, скорее, недоверие, чем доверие, можно сказать, что журналистика существует в условиях тотального недоверия источникам информации (во всех странах без исключения). Нет такого социального института, оценка доверия которому в среднем приблизилась хотя бы к «4». При этом анализ национальных вариантов доверия показывает, что разброс здесь весьма велик. Из 252 ответов в общей матрице этого раздела удалось найти только две «четверки» – доверие судам в Австрии (4,05) и Египте (4,08). Все остальное – ниже «четырех». Самый низкий уровень доверия социальным институтам выразили журналисты Турции.

Российские журналисты превысили оценку «три» только в двух случаях – оценивая благотворительные организации (3,05) и ООН (3,15). Все остальные оценки разместились от 2,88 до 2,10. Напомним, что опрос проводился в 2011 году.

### *Индигенизация профессионального журнализма в отдельно взятой стране*

Важным итогом анализа опроса является выдвижение обоснованного предположения о зависимости национальной медийной системы от четкого понимания институциональных задач журналистики конкретно на национальном уровне определенного момента (что получило терминологическое обозначение «индигенизация» – буквально: «отуземливание»). Это значит, что попытка внутри социального института журналистики ставить цели и задачи, вступающие в противоречие с горизонтами ожидания аудитории и национальным (традиционным) отношением к месту СМИ в общественной системе ведут к возникновению взаимной утраты доверия между СМИ и обществом (и СМИ и властью – с другой стороны), переходом от функционала СМИ к функционалу массовой коммуникации (например, от информирования – к пропаганде) и другими негативными последствиями.

Очевидно, что курс на глобализацию, воспринимавший в 2000-е годы совершенно иначе, чем сегодня, создал предпосылки для универсализации профессиональных стандартов, представлений о профессиональной миссии и этических границах. Но культурный «background», объединяющий журналистов и аудиторию каждой отдельной страны, требует индивидуализации такого стандарта. Невнимание к этому требованию (то есть признание

Таблица 4

Моя работа находится под неусыпным контролем	3,94
Мне позволено принимать участие в решениях, касающихся моей работы	4,06

(Источник: <http://www.worldsofjournalism.org/download.htm>, перевод авт.).

Таблица 5

Сотрудники	2,74
Главный редактор	3,58
Менеджмент	3,30
Собственник	3,03
Реклама	2,44
Ожидание выгоды	2,66
Исследования рынка и аудитории	2,92
Новые технологии	3,21
Условия ньюсрума	3,57
Ограниченность ресурсов	3,42
Новостные дедлайны	3,63
Процедуры и стандарты	3,40

(Источник: <http://www.worldsofjournalism.org/download.htm>, перевод авт.).

Таблица 6

Парламент	2,86
Правительство	2,79
Суд	3,11
Полиция и правоохранительные органы	2,76
Политики	2,23
Политические партии	2,19
Военные	3,05
Религиозные лидеры	2,59
Большие корпорации	2,58
Благотворительные и волонтерские организации	3,22
ООН	3,25
Новостные медиа	3,26

(Источник: <http://www.worldsofjournalism.org/download.htm>, перевод авт.).

стандартов стран с другой культурной базой (эталонными) ведет к серьезным кризисным явлениям. Опрос, проведенный WJS (The World of Journalism Study 2011), помогает обнаружить ключевые точки таких расхождений – проявляющиеся в таком важном психологическом процессе, как самоидентификация.

Прежде всего, сами принципы опроса (и составление анкеты) основаны на традициях западно-ориентированной модели профессионального журнализма, а если следовать последним изысканиям в сфере журналистских стандартов, то одной из трех западных ветвей журнализма – англо-американского. При всей значимости либеральной модели свободной прессы, представляемой этим течением, она не может быть релевантна журнализму по всей планете (поскольку информационные системы складывались в каждом этносе под воздействием своих уникальных факторов). Дискуссия об индигенизации журнализма (и медиаисследований) широко развернулась в странах, остро ощущающих нерелевантность вестернизированных моделей. Россия оказалась выключена из этих споров – фактически мы можем обнаружить только публикации Е. Л. Варгановой на эту тему [11]. Между тем для исследователей таких стран, как Индия, Китай, Таиланд, Египет, Бразилия, Аргентина и особенно представителей африканского континента, вопрос о «национальном самоопределении» журнализма (в том числе и дестернизации) поставлен достаточно давно. Исследование неоднородности журнализма так называемых развивающихся стран проведено Д. Халлином и П. Манчини, выделившими три крупных гео-идеологических ареала журналистики Европы [5], а затем обогащено К. Якубовичем, добавившим определения, касающиеся Центральной и Восточной Европы [7]. Каждый из этих ареалов опирается на собственные принципы и профессиональные стандарты журнализма, далекие от унификации (хотя и не отрицает так называемой нормативной теории, в основе которой лежит признание универсальности англо-американской модели). Нельзя также не упомянуть таких исследователей индигенизации журналистики, как Ш. Гунаратна [4], Дж. Серваэс [9], Ж. Ванг [12].

#### *Релятивизм профессиональных стандартов*

Как показывает современная российская медиапрактика, единый концепт профессионального стандарта в журналистике вообще оказы-

вается невозможен. Не случайно Минкомсвязи официально отвергло необходимость создания документа, строго кодифицирующего функции и статусы журналиста [2]. Тем не менее, работа по стандартизации профессиональной деятельности шла именно по пути выявления универсальных трудовых функций (исключающих кодифицирование вопросов этики). Профессия журналиста в России в настоящее время позиционируется на уровне стандартизации как «основная группа 2» [1] – «Специалисты высшего уровня квалификации», подгруппа 26 – «Специалисты в области права, гуманитарных областей и культуры», малая группа 264 – «Писатели, журналисты и лингвисты». Эта позиция исключает, например, такие трудовые функции, как контроль за деятельностью руководителей (что предполагается моделью watch-dog journalism). Но намного важнее, что профессиональное поведение журналиста принципиально различно как в изданиях разного типа, так и в разных регионах страны (например в Чечне, Башкортостане, в Тарко-Сале и т. п.). Каждая территория имеет свои локальные особенности, во многом диктующие журналисту модель профессионального поведения. Составляя профессиональный стандарт корреспондента, разработчики стремились удалить из него все подобные различия, оставив максимально стандартизированный набор функций:

- отслеживание информационных поводов и планирование деятельности;
- получение информации для подготовки материала;
- обработка и проверка полученной информации для материала;
- формирование материала.

Как видим, собственно социальным ролям журналистики в стандарте места не остается. Но эти роли и составляют основу профессии – различающуюся от одной модели к другой.

В таком случае, мы сталкиваемся с принципиальной невозможностью выработки космополитической модели журналистской деятельности – это, скорее, утопия, чем идеал, к которому можно было стремиться [6]. Для медиаисследователя важен сам объект изучения – журнализм в его профессионально-статусном отвлечении и привязка отдельных черт профессиональной самоидентификации к локальным особенностям. Это важная задача изучения основных тенденций развития журналистики в русскоязычном медиaprостранстве сегодня.

## Список литературы

1. Общероссийский классификатор занятий. ОК 010–2014 (МСКЗ–08). – М.: Стандартинформ, 2015.
2. Райбман, Н. Минкомсвязи против обязательных профессиональных стандартов для СМИ [Электронный ресурс] / Н. Райбман // Ведомости. 03.12.2014. – URL: <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2014/12/03/minkomsvyaz-priostanavlivaet-soglasovanie-profstandartov> (дата обращения 02.03.2015).
3. Anikina, M. E. Journalism as a profession in the first decades of the 21st century: the Russian context [Text] / M. E. Anikina // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. – 2014. – № 4. – С. 233–252.
4. Gunaratne, S. The Dao of the Press: a Humanocentric Theory [Text] / S. Gunaratne. – Cresskill (NJ): Hampton Press, 2005.
5. Hallin, D. Comparing media systems. Three models of media and politics [Text] / D. Hallin, P. Mancini (eds.). – Cambridge MA: Cambridge University Press, 2004.
6. Hanitzsch, T. Mapping Journalism Cultures across Nations: A Comparative Study of 18 Countries [Text] / T. Hanitzsch, F. Hanusch, C. Mellado, M. Anikina and al. // Journalism Studies. – 2011. – 12. – P. 273–293.
7. Jakubowicz K. Rude awakening: Social and media change in Central and Eastern Europe [Text] / K. Jakubowicz. – Cresskill (NJ): Hampton Press, 2007.
8. Plaisance, P. L. Ethical orientations of journalists around the globe: Implications from a cross-national survey [Text] / P. L. Plaisance, E. A. Skewes, T. Hanitzsch // Communication Research. – 2012. – 39. – P. 641–661.
9. Servaes, J. Back into the future? Re-inventing journalism education in the age of globalization [Text] / J. Servaes; Terzis, G. (ed.) // European Journalism, Education, Intellect. – Bristol, 2009. – P. 519–539.
10. The Worlds of Journalism Study (WJS) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.worldsofjournalism.org/> (дата обращения: 21.02.2015).
11. Vartanova, Ye. L. The Russian mass-media model in the context of Post-Soviet Dynamics [Text] / Ye. L. Vartanova // Halin D., Mancini P. (eds.) Comparing Media-systems beyond the Western World. – Cambridge: Cambridge University Press, 2012. – P. 119–142.
12. Wang, G. (ed.) De-Westernizing Communication Research. Altering questions and changing frameworks [Text] / G. Wang. – New York: Routledge, 2011.

*M. V. Zagidullina*

### PROFESSIONAL SELF-IDENTIFICATION: ON THE JOURNALISTS' PROFESSIONAL ACTIVITIES COSMOPOLITAN STANDARDS

*The subject of this research is a self-determination of professional standards by the journalists community (21 countries, 2,100 respondents, the survey results were presented in 2011 as part of the activity of «The Worlds of Journalism Study (WJS)»). Russia is represented in this survey of 100 interviews by journalists from national newspapers, radio stations, TV channels («STS», «Channel One», «Arguments and Facts», «Moskovsky Komsomolets», «Rossiyskaya Gazeta») as well as by regional journalists. The authors of this report have set their task to find the universal and national characteristics of professionalism in journalism and determine the reasons for national differences. Their research hypothesis is based on the number of professional-specific parameters: epistemological, ethical, institutional bases of professional activity, degree of professional autonomy and credibility of information sources are discussed, and the self-identification by the professional journalists of their national differences is analyzed. With respect to research, this work shows that the professional standards follow precise national priorities which lead the authors to believe that there can be no universal professional standard. Meanwhile, the expansion of the so-called (in Russia) 'american' journalism institutional model is progressing in many countries, including Russia. One can see a "scissors" effect between the national characteristics of journalism as a social institution and the professional standards, as transmitted by the system of journalism education, and proposed by journalists professional associations of this country. There is a functional imbalance of the social institution of journalism. Data analysis of the international survey helps us understand what are the risks of such «distortions» as well as develop the recommendations to normalize the situation at the institutional level.*

**Keywords:** professional standard, function of journalism, universality, globalization, indigenization, de-westernization.

## References

1. *Obshcherossiyskiy klassifikator zanyatiy. OK 010–2014 (MSKZ–08)* (2015) [=National Classification of occupations. OK 010-2014 (ISCO-08)], Standartinform Publ., Moscow. (In Russ.).
2. Rajbman N. (2014) Minkomsvyazi protiv obyazatel'nykh professional'nykh standartov dlya SMI [=Ministry of communication against mandatory professional standards for the media], in: *Vedomosti* [=Herald], available at: <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2014/12/03/minkomsvyaz-priostanavlivaet-soglasovanie-profstandartov>, accessed 02.03.2015. (In Russ.).
3. Anikina M. E. (2014) Journalism as a profession in the first decades of the 21st century: the Russian context, in: *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, no. 4, pp. 233–252.
4. Gunaratne S. (2005) *The Dao of the Press. A Humanocentric Theory*, Cresskill (NJ): Hampton Press.
5. *Comparing media systems. Three models of media and politics* (2004), ed. D. Hallin, P. Mancini, Cambridge MA: Cambridge University Press.
6. Hanitzsch T., Hanusch F., Mellado C., Anikina M., Berganza R., Cangoz I., Coman M., Hamada B., Hernandez M. E., Karadjov C. D. and al. (2012) Mapping Journalism Cultures across Nations: A Comparative Study of 18 Countries, in: *Journalism Studies*, no. 12, pp. 273–293.
7. Jakubowicz K. (2007) *Rude awakening: Social and media change in Central and Eastern Europe*, Cresskill NJ: Hampton Press.
8. Plaisance P. L., Skewes E. A. and Hanitzsch T. (2012) Ethical orientations of journalists around the globe: Implications from a cross-national survey, in: *Communication Research*, no. 39, pp. 641–661.
9. Servaes J. (2009) Back into the future? Re-inventing journalism education in the age of globalization, in: *European Journalism Education*, ed. G. Terzis, Intellect, Bristol, pp. 519–539.
10. *The Worlds of Journalism Study (WJS)* (2011), available at: <http://www.worldsofjournalism.org/>, accessed 21.02.2015.
11. Vartanova Ye. L. (2012) The Russian mass-media model in the context of Post-Soviet Dynamics. in: *Comparing Media-systems beyond the Western World*, ed. D. Halin, P. Mancini, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 119–142.
12. Wang G. (ed.) (2011) *De-Westernizing Communication Research. Altering questions and changing frameworks*, New York, Routledge.

Загидулина Марина Викторовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет».

mzagidullina@gmail.com

# ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И КРИТИКИ

А. А. Ильинская

## РОЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ЭТНИЧЕСКОГО ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПЕРВОЙ АФРО-АМЕРИКАНСКОЙ ГАЗЕТЫ *FREEDOM'S JOURNAL* (1827–1829)

Статья раскрывает роль главного редактора в создании, развитии и функционировании издания, с учетом его этнической направленности. *Freedom's Journal* – первая афро-американская газета (1827–1829 гг.), ставшая образцом для всей афро-американской журналистики. Место главных редакторов, выступавших одновременно лидерами и защитниками афро-американского сообщества по средствам печати в условиях дискриминации и рабства, представляет большой интерес для науки.

**Ключевые слова:** главный редактор, Самэль Корниш, Джон Рассвум, *Freedom's Journal*, *Freedom's Journal Magazine*, *Freedom's Journal Initiative*, Американское колониционное общество, первая афро-американская газета XIX века, рабство.

Не столько власть, сколько сами журналисты, под бдительным оком главных редакторов, стараются «вмешаться» в общественные процессы. Возникают ситуации, когда СМИ по собственной инициативе пытаются исследовать и вынести на общее обсуждение тему, невыгодную не только властным структурам, но порой и устоям всего общества. Дипломатические способности главного редактора, его личность и профессионализм – порой единственное, что может позволить функционировать газете в условиях враждебной среды, когда кому-то не нравится не только то, что пишет газета, но и то, что на ее направленность невозможно повлиять.

Подобные ситуации складывались еще на заре независимой прессы США начала XIX в. В Америке начала века улучшается школьное образование, растет количество грамотных людей, идет процесс урбанизации. Происходит демократизация рынка, которая отражается на всех сферах жизни.

С ускорением ритма жизни США, после получения страной независимости, возникла необходимость в газетах ежедневной периодичности [3. С. 117]. Американская пресса того времени переживает настоящий бум, становясь политически и экономически независимой. Издания предоставляли печатную площадь под объявления и рекламу, что освобождало их не только от политической ангажированности, но финансовой зависимости. Любой, имея немного денег, ручной печатный станок и бумагу, мог

издавать собственную газету. Пресса начинает интересоваться своим читателем, акцент смещается в сторону новостей, интересных среднестатистическому американцу. Журналы и газеты усиливали свое влияние на общественное сознание и приоритеты. «Количественную динамику роста журнальных периодических изданий на читательском рынке Америки показывают следующие данные – в 1800 г. регулярно выходило 12 журналов, в 1810 г. уже 40, а в 1825 г. их число составило 100» [19. С. 16]

Однако на уклад жизни Юга эти события почти никак не отразились, кроме одного – изобретения хлопкоочистительной машинки «коттон-джин», усилившей эксплуатацию рабского труда. И хотя Север уже начинает отпускать невольников, а в 1809 г. вступил в силу закон о запрете ввоза рабов, их перевозили контрабандой [17]. Согласно переписи населения, в сельском хозяйстве было занято около 2,5 млн чернокожих.

Рабы были лишены свободы. Демократические реформы обходили их стороной. Тем не менее, Война за независимость дала многим афроамериканцам шанс освободиться, поскольку хозяева часто отправляли их на войну вместо себя. После победы многим даровалась свобода за службу, многие же просто сбежали [8. Р. 51]. Освобожденным чернокожим, особенно на Севере, некуда было идти: историческая родина была далеко, а «законодательно изменение статуса афроамериканца не было прописано, официально гражданином он не стал.

Ему не причиталось какое-либо имущество или «социальная ниша» [8. Р. 51]. Горожане были сильно встревожены большим количеством бездомных, безработных, несоциализированных чернокожих. Американское общество отвергало и презирало их. В условиях социально-экономической изоляции на Севере и рабства на Юге афроамериканцы могли рассчитывать только на себя. В наиболее крупных городах, таких как Бостон, Нью-Йорк, Филадельфия, на основе институтов семьи и церкви сформировались афро-американские общины, которые объединялись в борьбе против рабства и дискриминации. В конце XVIII в. появились такие организации, как Освободительное движение в Нью-Йорке и Движение против рабства в Филадельфии.

16 же марта 1827 года, как пишет исследователь Жаклин Бэкон (*Jacqueline Bacon*), «раздался гром среди ясного неба» [5] – в Мекке американской журналистики, городе Нью Йорке, вышел первый номер афро-американской еженедельной газеты «Фридомс джорнал» (*Freedom's Journal*). Редакторами которой стали активисты афро-американской общины города Самуэль Корниш и Джон Браун Рассвум.

Самуэль Корниш родился в 1795 г. в свободной афро-американской семье, жившей среди рабов в Делавэре, затем в 1815 г. переехал в Филадельфию, где получил школьное образование у освобожденного афроамериканца Дж. Глокастера, деятельного главы первой в стране афро-американской баптистской церкви. Под влиянием учителя С. Корниш задумался о карьере священнослужителя. Согласно Д. Свифту, он стал первым афроамериканцем, «прошедшим весь курс обучения и экзаменов в Пресвитерии наравне с остальными» [5]. «Получив разрешение проповедовать, в 1820 г. он отправился с миссией на все лето и осень к рабам на Восточное побережье штата Мэриленд. Там он оттачивал свое ораторское мастерство, которое пригодилось в работе над изданием» [10. Р. 43]. Многие прихожане уважали и чтитли его. (Его перу принадлежат проповеди и очерки о моральном облике афроамериканца, опубликованные в газете). С. Корниш стал активным членом афро-американской общины Нью-Йорка и входил в Миграционное общество Гаити, но впоследствии не одобрял миграцию, так как большинство добровольцев вернулось в Штаты ни с чем. Корниш также выступал против создания колоний в Африке. В 1827 г., оставаясь служителем церкви, С. Кор-

ниш согласился стать главным редактором газеты *Freedom's Journal*. Он проработал в газете только полгода, оставив издание на попечение Дж. Б. Рассвума. Но после миграции последнего пастор баптистской церкви снова вернулся в редакцию *Freedom's Journal*, переименовав газету в «Райтс ов ол» (*Rights of all*).

Джон Браун Рассвум родился на Ямайке в 1799 г. от смешанного брака афроамериканки и белого плантатора, уроженца штата Вирджиния. В 1807 г. отец отправил маленького Джона в пансионат в Квебек. Когда мальчику исполнилось тринадцать, он вернулся к отцу в штат Мэн, где в 1819 г. окончил частную школу. В это время отец вновь женился на американке Сьюзен Бланшард, настоявшей, чтобы мальчик взял полное имя отца – Джон Браун Рассвум. Затем он переехал в Бостон, где работал учителем в школе для афро-американских детей. Этот опыт нашел свое отражение в статьях газеты, посвященных образованию. Через некоторое время мачеха отправляет его на год в Англию, в Ливерпуль. Поездка сыграла очень важную роль в становлении будущего редактора газеты. Дж. Рассвум видит относительно успешную адаптацию бывших невольников в метрополии. Там же он знакомится с будущими редакторами «Ливерпуль меркури» (*Liverpool Mercury*). В 1824 г. он стал первым афро-американским студентом колледжа Боуден (штат Мэн). Он окончил колледж в 1826 г. и стал третьим в стране цветным выпускником после А. Л. Твайлайта и Э. Джонсона [5]. Образование в колледже и поездки за границу позволили ему задать тон газете, наладить связи за пределами США, а также публиковать и комментировать экономические и политические статьи, перепечатававшийся *Freedom's Journal* из других изданий. За два года работы в газете Дж. Руссвум разочаровывается в своих идеалах. Идея эмиграции крепнет в нем, что ощущалось в статьях и тематике газеты с осени 1828 г. В 1829 г. он уезжает в Либерию.

Рассвум и Корниш идеально дополняли друг друга. Дж. Рассвум – человек светского воспитания, широкого кругозора и немалых амбиций. С. Корниш – богослов с выдающимися ораторскими способностями, рожденный свободным, но выросший среди невольников. На момент создания газеты оба были примерно одного возраста: Рассвуму – 28 лет, Корнишу – 32 года. «Оба были наиболее образованными людьми в нью-йоркской афро-американской общине. И Рассвум, и Корниш, по свидетель-

ствам современников, были хорошо воспитаны и приятны в общении» [11. Р. 3]. Оба много путешествовали, с той лишь разницей, что С. Корниш не выезжал за пределы страны, а Дж. Рассвум достаточно долго жил за границей, что в значительной мере повышало их ценность как редакторов.

Объединенные творческие усилия основателей газеты и поддержка со стороны нью-йоркской общины создали концепцию будущего издания: «дать право голоса всем чернокожим; осветить все аспекты жизни и быта афроамериканцев в доказательство их гражданской зрелости, а также объединить всех чернокожих братьев» [5]. Первый печатный орган афроамериканцев стремился стать опорой своего народа: «Мы несовершенны, но в своем несовершенстве мы и равны. Мы будем говорить о том, что дорого и близко нам, что тревожит нас» [12]. Редакторы выступали в роли владельцев, издателей, корректоров, наборщиков, верстальщиков и даже корреспондентов, в связи с катастрофической нехваткой средств и кадров.

Четырехполосная еженедельная газета, аболиционистская по своей направленности, распространялась по подписке, стоимостью 3 доллара в год и 25 центов в розницу. Материал располагался в три колонки. Газета распространяла информацию об ужасах рабства, обличала несправедливые судебные процессы над афроамериканцами, выступала против идеи колонизации и программы Американского колониального общества; мотивировала своих читателей к самообразованию и просвещению; отражала нападки расистов как среди обычных граждан, так и статусных представителей властей и СМИ. Из этого разнообразия тематик можно выделить несколько ведущих.

Социально-политическая, постоянными темами которой были: история рабства; афроамериканец и американское общество; Гаитянская революция как пример успешного выступления против рабовладельческого строя и способности чернокожих самостоятельно контролировать свою жизнь; правосудие и образование.

Религиозно-духовная, ключевыми пунктами которой стали моральный облик афроамериканцев, религиозное и духовное воспитание, равенство людей любого возраста, цвета и пола.

Этнически-общинная, включавшая в себя общинные новости, биографии выдающихся афроамериканцев, письма читателей, открытия новых библиотек и булочных для чернокожих с

указанием адреса и имени владельца.

Рекламно-информационная, развлекательная, в которой публиковались не только новости, но и литературные произведения, заметки о новейших изобретениях, интересные факты из истории, науки, техники и искусства.

Тематика определяла рубрики газеты: социально-политическая: «Чернокожие» (*People of colour*), «Правосудие» (*Justice*); этнически-общинная: «Корреспонденция» (*Original communication*), «О нравственности» (*Moral*), «Наши стремления» (*Ambition*), «Африка» (*Africa*) и все, что касалось ее колонизации, «Бракосочетания» (*Married*), «Разное» (*Varieties*); информационно-развлекательная: «Альманах» (*Almanac*), «Поэзия» (*Poetry*), «Местные новости» (*Domestic news*), «Зарубежные новости» (*Foreign news*), «Нью-Йорк сегодня» (*New York dama*), «Итоги» (*Summery*), «Последняя полоса». Рубрики иногда менялись местами или перемежались информационными заметками.

Впервые об этих вопросах говорили не политические и общественные деятели Америки, а «сама проблема рассказывала о себе» [5]. Весь материал газеты выстраивался в единую концепцию, сквозной мыслью которой была необходимость придания бывшим невольникам статуса для возвращения их к нормальной жизни. Борьба газета начала самым фактом своего существования. Ее название символично: *Freedom's Journal* переводится как «дневник свободы» (*freedom* – «свобода», *journal* – «книга, журнал для регистрации, дневник»). Эпиграфом газеты стала цитата из «Книги Притчей Соломоновых»: *Rightneousness exalteth a nation* («Праведность – возвышает народ, а беззаконие – бесчестие народа»).

Широкая общественность бурно реагировала на каждый номер газеты. Особенно яркими нападка отличался один из влиятельнейших людей Нью-Йорка Н. Мордикай. Издатель, публицист, драматург, политик, мировой судья, лично знакомый с Президентом, считал, что отмена рабства – необходимое для США зло, но он полагал обязательным вывезти всех освобожденных за пределы страны и не дать им доступа к гражданским правам. Н. Мордикай также озвучивал в своей газете опасения, стереотипы и страхи, бытовавшие во всем обществе. Он ссылался на свою судебную практику, говоря об агрессивности чернокожих; на Библию, в частности притчу о Ное и его сыновьях, утверждая, что быть рабом – это судьба

всех чернокожих; на собственные наблюдения, говоря о невежестве и неэтичном поведении афроамериканцев в обществе. Редакция газеты тут же приняла вызов и опубликовала материал с множеством убедительных контраргументов. Дав отпор конкретному человеку, Дж. Рассвум и С. Корниш бросили вызов большинству, которое разделяло мнение Мордикая.

Обсуждения в газете всегда носили открытый характер, любой мог высказаться, прислав письмо в редакцию. Наиболее глубокие и полемичные публиковались после комментариев издателей или сразу под исходным материалом. Ответная статья на публикацию Мордикая имела большой резонанс. Многие белые американцы были в негодовании, замешательстве, многие просто сыпали оскорблениями в адрес редакции. Но были и исключения – после публикации провокационной статьи и выдержек из последующей переписки с читателями, параллельно комментируемыми издателями, в редакцию пришло письмо с предложением помощи в распространении газеты от белого американца Л. Джерривела [9].

С мая 1827 г., спустя месяц после публикации статьи Н. Мордикая, редакторы публикуют цикл историй успеха и биографии достойных афроамериканцев, создавая образ, противоположный укоренившемуся стереотипам. Работа оказалась ненапрасной, поскольку вскоре, в 1828 г., появился новый «противник» – «Джим Кроу». Собирательный персонаж представлял собой недалекого, невежественного, неприспособленного к жизни афроамериканца, мечтающего о ленивой, лишенной всякой ответственности и сложности выбора жизни у хозяина. «Джим Кроу» поселился не только на уличных подмостках, но и на страницах северной печати.

На страницах же *Freedom's Journal* был совершенно иной герой: спокойная, интеллигентная, образованная, целостная личность. Олицетворением ее стал Пол Каффи – один из предводителей Гаитянского восстания. Редакторы очень умело подали материал о них, чтобы привлечь обе аудитории: цветной и белой. В июне того же года Дж. Рассвум совместно с общиной Александрии опубликовал обширную аналитическую статью с ироничным названием «Причины, почему рабство дороже наемного труда» (*Views of the Causes Why Slave Labour is Dearer than Free Labour*), обличавшую как экономическую несостоятельность рабовладельческого строя, так и общественные

страхи потерять комфортные представлений об афроамериканцах. Материал издавался частями до середины июня и занимал всю полосу. Подобной масштабной аналитической работы никто от афроамериканцев не ожидал.

В 1828 г. Джон Рассвум остался единственным редактором. После ухода С. Корниша Дж. Рассвум изменил направленность газеты: она стала более светской. Газета печаталась в три колонки на шесть полос, изменение претерпел и эпиграф газеты — с этого времени он становится «ФРИДОМС ДЖОРНАЛ. Посвящена совершенствованию цветного населения» [16]. Газета становится тематической: очерки, статьи, заметки стали более взаимосвязанными. Редакторская колонка могла отсутствовать. Количество новостей резко уменьшилось за счет публикуемой корреспонденции, публицистических комментариев и очерков. Информационные жанры были представлены в основном заметками, которые графически выделялись и сопровождалась указанием источников, чем редакторы раньше могли пренебречь. Заметки все также оставались в рубрике «Разное», но к ним добавилось еще одно нововведение Рассвума – заметки познавательного плана различных тематик. Литературная рубрика расширилась и заняла 2/3 последней полосы. Газета перепечатывала проповеди разных баптистских священников, что, безусловно, связано с уходом из редакции Корниша. Композиция стала более ассиметричной, рубрики могли меняться местами; источники каждой статьи и даже самой маленькой указывались. Окончание рубрик стало выделяться графически. Рассвум сделал ставку на оформление и четкую структуру, что значительно расширило читательскую аудиторию как среди белого, так и цветного населения. Изменения в газете мы проиллюстрировали в сводной таблице, опирающейся на классификацию Акопова: по виду, типу и особенностям газет [1].

Позиция газеты со временем также претерпела изменения. В ней звучало больше отчаяния и эскапизма: все чаще речь шла о несостоятельности идеи вхождения чернокожих в американское общество и о необходимости миграции в Африку. Издание пронизывает отчаяние, ощущение бесперспективности положения афро-американцев в США. Изменение позиции редакции, ранее столь горячо призывавшей стать частью новой страны, стать достойным гражданином, вызвала бурю негодования и волну отказов от подписки на газету.

## Сводная

	№ 1 от 16 марта 1827 г.	№ 55 от 4 апреля 1828 г.
Тематика	Смешанная (общеполитическая, религиозная, рекламно-информационная, развлекательная)	Смешанная (общеполитическая, рекламно-информационная, развлекательная)
Жанры	Статьи, заметки, информационные сообщения, рецензии, новости	Большой уклон в публицистику, статьи, заметки заменяют новости, обращения, информационные сообщения, рецензии, обзоры печати
Качество	Популярная	Популярная
Издатели	С. Корниш, Дж. Рассвум	Дж. Рассвум
Корреспонденты	Р. Роб, Д. Уокер, Дж. Реймонд, Дж. Виллинс, И. Роджерс, Ст. Смит, М. Кооли, Ч. Хакер, Дж. Пронт, Дж. Коун	Л. Стокбрин, Н.Роуби, Д. Уокер, Л. Пол, В. Рэмонд, Э. Гласко, Р. Шилдс, Н. Вебб, Ст. Смит, Дж. Пронт, Л. Браддок, М. Рин, Ф. Шенекли, И. Грапс, В. Холленд, М. Хьюджен С. Неварк, С. Трентон, Д. Шефорд, Ч. Стэнли, Р. Ньюберн, М. Скотт, Дж. Томасон
Количество полос	Четыре	Шесть
Количество колонок	Четыре	Три
% рекламы	20% от всей площади	25% от всей площади
Стиль оформления	Сплошной, черно-белый. Без иллюстраций, картинок	Сплошной, черно-белый. Картинки к передовице, рубрике «Поэзия» и «Разное»
Специализация	Этническая	Национальная
Общедоступность	Читателем мог быть каждый	Читателем мог быть каждый
Аудитория	Афроамериканцы любого возраста и пола, белые американцы	Афроамериканцы любого возраста и пола, белые американцы
Распространение (штаты)	Мэн, Филадельфия, Род Айленд, Коннектикут, Массачусетс, Пенсильвания, Мэриленд, Вашингтон, округ Колумбия	Мэн, Филадельфия, Род Айленд, Коннектикут, Массачусетс, Пенсильвания, Мэриленд, Вашингтон, округ Колумбия, Нью-Джерси, Вирджиния, Северная Каролина, Гаити, Ливерпуль (Англия)
Территориальное распространения и охват аудитории	Местная	Региональная, национальная
Мобильность	В любом месте	В любом месте
Периодичность	Еженедельная	Еженедельная
Стоимость	\$3 в год (подписка на полгода \$2,5)	\$3 в год (подписка на полгода \$1,5)
Тираж	Около 100	Около 500

Вопрос миграции в Африку был еще одной острой темой, но уже внутри афро-американского сообщества. В 1816 г. возникло Американское Колонизационное Общество, которое состояло в основном из «квакеров, поддерживающих аболиционизм, и рабовладельцев, желавших избавиться от освобожденных чернокожих, так как видели в них потенциальную угрозу существовавшему строю, как, например, революция в Гаити» [7]. Центральная идея их программы заключалась в «репатриации с согласия свободных выходцев из Африки, проживающих в США, на историческую родину или другое место, которое Конгресс сочтет целесообразным» [15. С. 175]. Общество выкупало свободу рабов и оплачивало их переезд в Африку – так была создана колония Либерея, в дальнейшем провозгласившая себя независимой. Однако большинство афроамериканцев очень подозрительно относилось к деятельности Общества, поскольку туда также входили многие рабовладельцы. Кроме того, выкуп и транспортировка не включала затраты на приобретение предметов первой необходимости. Перспектива оказаться на диком, необитаемом берегу незнакомого континента, климат которого резко отличался от уже привычного северо-американского, без элементарных орудий труда, продовольствия и жилища, прельщала лишь авантюристов и отчаявшихся.

В 1829 г. Джон Рассвум мигрирует в Либерию, издание прекращает свое существование. Однако *Freedom's Journal* не исчезла бесследно. После отъезда Рассвума Самуэль Корниш издает газету «Райтс ов ол» (*Rights of All*). За ней в 40-е годы возникает целый ряд афро-американских газет, таких как «Элевейтор» (*Elevator*), «Клэриэн» (*Clarion*), «Чикаго дефендер» (*Chicago Defender*) и многие другие. Всего в период с 1827 по 1865 гг. выходило свыше сорока изданий. Самыми значительными становятся газеты Фредерика Дугласа «Норд стар» (*The North Star*) и «Дуглас мансли» (*Douglass' Monthly*) [4. С.106].

В XX веке афро-американская пресса насчитывает более пятидесяти изданий и борется за отмену политики сегрегации. Наиболее значимыми становятся «Амстердам ньюс» (*Amsterdam News*), в дальнейшем переименованная в «Нью-Йорк Амстердам ньюс» (*New York Amsterdam News*). «Балтимор афроамерикан» (*Baltimore Afro-American*) и «Чикаго дефендер» (*Chicago Defender*), существующие и по сей день.

С 2010 г. газета *Freedom's Journal* вновь начала свое существование, но уже под другим именем «Фридомс джорнал мэгазин» (*Freedom's Journal Magazine*). Этническое онлайн-издание продолжало традиции и рубрики газеты XIX века. В 2014 г. *Freedom's Journal Magazine* превращается в настоящий этнический медиа-холдинг, объединяющий радио, телевидение, газету и социальные сети. Весной 2015 г. медиа-холдинг запустил свой собственный некоммерческий социальный проект помощи американцам (не только африканского происхождения), попавшим в трудное положение – *Freedom's Journal Institute* («Фридомс джорнал институт») [13]. Организация также занимается просветительской и социально-политической деятельностью. Например, 19 октября 2015 г. в организации проходил круглый стол на тему соглашения между США и Ираном, в котором принял участие губернатор Арканзаса Майк Хакбии (*Mike Huckabee*) [18]. В мае 2016 г. планируется проведение Саммита исследователей, общественных и политических деятелей, работающих над социальными проблемами.

### Список литературы

1. Акопов, А. И. Аналитические жанры публицистики. Письмо. Корреспонденция: уч.-метод. пособие для студентов-журналистов [Текст] / А. И. Акопов. – Ростов н/Дону: Институт массовых коммуникаций, 1996. – 88 с.
2. Беспалова, А. Г. История мировой журналистики [Текст] / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Корочинский, А. И. Станько. – Москва; Ростов-на-Дону: изд. Центр «МарТ», 2003. – С. 427.
3. Токвиль, А. Демократия в Америке [Текст] / А. Токвиль: пер. с англ. – М.: Прогресс, 1994. – 360 с.
4. Удлер, И. М. От регионального к национальному: становление и развитие афро-американской прессы XIX века [Текст] / И. М. Удлер // Вестник Пермск. ун.-та. Российская и зарубежная филология. – 2010. – Вып. 2 (8). – 106 с.
5. Bacon, J. *Freedom's Journal: The First Afro-American Newspaper* [Electronic resource] / J. Bacon. – URL: <http://books.google.com/books?> (дата обарщения: 10.01.2016).
6. Barnes, W. Robert. *Missing Relatives and Lost Friends* [Text] / Robert W. Barnes. –

Maryland: Genealogical Publishing Co, 2008. – 350 p.

7. Barton, F. Haiti Backstage [Electronic resource] / Barton F. – URL: [http://www.lanopc.org.uk/Barton/stlawrence/burials\\_1850-1946.html](http://www.lanopc.org.uk/Barton/stlawrence/burials_1850-1946.html) (дата обращения: 10.01.2016).

8. Boles, D. Black Southerners : 1619–1869 [Text] / D. Boles. – Kentucky: The University Press of Kentucky, 1984. – 114p.

9. Cornish, S. People of Colour [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1827. – March 23. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 10.12.2015).

10. Daniel, W. Black Journals of the United States [Text] / W. Daniel. – Westport, Conn. ; London, England : Greenwood Press, 1982. – 230 p.

11. Freedman, M. J. Slavery Comes to America / M. J. Freedman; ed. by M. S. Nhili // Free at Last. – Bureau of International Information Programs. 2008. – pp. 3–16.

12. Freedom's Journal: 1827–1829 [Electronic resource]. – URL: [www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp](http://www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp) (дата обращения: 10.12.2015).

13. Freedom's Journal Institute [Electronic resource]. – URL: <http://freedomjournalinstitute.org> (дата обращения: 10.12.2015).

14. McClung Lee, A. The Daily Newspapers in America [Text] / A. McClungLee, F. Hudson // American Journalism: 1690–1940. – Vol.1. – London. Routledge, Thoemmes Press. – 270 p.

15. Montesinos, M. The slumbering volcano: American slave ship revolts and the production of rebellious masculinity [Text] / M. Montesinos. – Duke University Press, 1997. – 175 p.

16. Russwurm, J. Freedom's Journal [Electronic resource] / J. Russwurm // Freedom's Journal. – 1828. – April 4. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 10.12.2015).

17. Slavery and the Making of America [Electronic resource]. – URL: <http://www.pbs.org/wnet/slavery/experience/living/index.html> (дата обращения: 10.12.2015).

18. Speech at the Freedom's Journal Institute R.I.S.E. Initiative [Electronic resource]. – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jciaT9EFwYQ> (дата обращения: 10.12.2015).

19. Watson, F. Annals of Philadelphia and Pennsylvania in Olden Time [Text] / F. Watson, W. Fanning // Applewood Books American Cities Series. –Vol. 2. – Carlisle, Massachusetts. – 2009. – 397 p.

*A. A. Ilinskaya*

#### **THE EDITOR-IN-CHIEF ROLE AT AN ETHNIC PERIODICAL FUNCTIONING CONSIDERED FROM THE EXAMPLE OF THE FIRST AFRICAN-AMERICAN NEWSPAPER FREEDOM'S JOURNAL (1827–1829)**

*The article is dedicated to the editor-in-chief role in a creation, development and operation of an ethnic-oriented newspaper. Freedom's Journal was the first newspaper owned and operated by African Americans Samuel Cornish and John Russwurm. It was published weekly as a four-page, four-column newspaper. The editors were both leaders in their spheres: Cornish was a priest and Russwurm was a secular person with higher education. Their persistent, noble, intelligent approach was aimed at fighting slavery and race discrimination supporters. Subjects contained in the journal: current events of the day, with regional, national and international information, editorials declaiming slavery, lynching and other injustices, biographies of prominent African-Americans. In 1828 Cornish left the periodical for mission and Russwurm became a single editor-in-chief. He changed not only the style but also the content. That was welcomed until the question of migration to Africa was considered as the key point and the only way for African-American community to return to normalcy. Since then the newspaper audience has refused from the periodical. However Freedom's Journal was superseded in 1829 by newspaper The Rights of All by Samuel Cornish having given the way to African-American journalism. In the XXI Freedom's Journal still exists under the name Freedom's Journal Magazine transformed into a social project Freedom's Journal Initiative.*

**Keywords:** editor-in-chief, Samuel Cornish, John Russwurm, Freedom's Journal, Freedom's Journal Magazine, Freedom's Journal Initiative, American Colonization Society, the first African-American newspaper, African-American press.

## References

1. Akopov, A. I. (1996) *Analiticheskie zhanry publitsistiki. Pismo. Korrespondentzia : utchebnoye posobie dlay zhyrnalistov* [=Analytical genres in journalism. Epistolary. Correspondence: manual for graduate students], Rostov-on-Don. 88 p. (In Russ.).
2. Bespalova, A. G., Kornilov, E. A., Korotchensky, A. P. and Stanko A. I. (2003) *Istoria mirovoi zhyrnalistiki* [=World journalism history], Moscow, Rostov-on-Don, 427 p. (In Russ.).
3. Tocqueville, A. (1994) *Democracy in America*, vol.1, Indiana, Liberty Fund, 360 p.
4. Udler, I. M. (2010) Ot regionalnogo k natsionalnomy: stanovlenie i razvitie afro-amerikanskoy pressi XIX veka [=From the local to national-level: African American press formation and developmet in XIX century], in: *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya philologia* [=Annals of Permian University. Russian and foreign study of language and literature], no. 2 (8), pp.105–110. (In Russ.).
5. Bacon, J. *Freedom's Journal: The First Afro-American Newspaper*, available at: <http://books.google.com/books?>, accessed 10.12.2015.
6. Barnes, W. (2008) *Robert Missing Relatives and Lost Friends*, Maryland, Genealogical Publishing Co, 350 p.
7. Barton, F. *Haiti Backstage*, available at: [http://www.lanopc.org.uk/Barton/stlawrence/burials\\_1850-1946.html](http://www.lanopc.org.uk/Barton/stlawrence/burials_1850-1946.html), accessed 10.12.2015.
8. Boles, D. (1984) *Black Southerners: 1619–1869*, Kentucky, The University Press of Kentucky, 114 p.
9. Cornish, S. (1827) People of Colour, in: *Freedom's Journal*, March 23, available at: [http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1\\_n01.pdf](http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1_n01.pdf), accessed 10.12.2015.
10. Daniel, W. (1982) *Black Journals of the United States*, Westport, Conn., London, England, Greenwood Press, 230 p.
11. Freedman, M. J. (2008) Slavery Comes to America, in: *Free at Last*, ed. by M. S. Nhili, Bureau of International Information Programs, pp. 3–16.
12. *Freedom's Journal: 1827–1829*, available at: [www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp](http://www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp), accessed 10.12.2015.
13. *Freedom's Journal Institute*, available at: <http://freedomjournalinstitute.org>, accessed 10.12.2015
14. McClung Lee, A. and Hudson F. The Daily Newspapers in America, in: *American Journalism: 1690–1940*, vol.1, London, Routledge, Thoemmes Press, 270 p.
15. Montesinos, M. (1997) *The slumbering volcano: American slave ship revolts and the production of rebellious masculinity*, Duke University Press, 175 p.
16. Russwurm, J. (1828) Freedom's Journal, in: *Freedom's Journal*, April 4, available at: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf>, accessed 10.12.2015.
17. *Slavery and the Making of America*, available at: <http://www.pbs.org/wnet/slavery/experience/living/index.html>, accessed 10.12.2015.
18. *Speech at the Freedom's Journal Institute R.I.S.E. Initiative*, available at: <http://www.youtube.com/watch?v=jciaT9EFwYQ>, accessed 10.12.2015.
19. Watson, F. and Fanning, W. (2009) *Annals of Philadelphia and Pennsylvania in Olden Time*, in: *Applewood Books American Cities Series*, vol. 2, Carlisle, Massachusetts, 397 p.

Ильинская Ангелина Анатольевна – аспирант кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики Челябинского Государственного Университета.

linxavolha@mail.ru

## ЭКОЛОГИЯ И ЭКОЖУРНАЛИСТИКА: ТРАЕКТОРИЯ СБЛИЖЕНИЯ

*В данной статье рассматриваются понятия «экология», «экологическая проблема», «экологическая журналистика» в историческом аспекте. Пристально изучается история возникновения научного интереса к экологическим проблемам и развитие экологической науки в свете внимания к ней журналистики. Выявляется взаимосвязь между основными периодами изучения экологии и развитием экологической прессы в XIX–XX веках.*

**Ключевые слова:** экожурналистика, экология, экологические проблемы, научная публицистика, советская экологическая журналистика, российская экологическая журналистика.

На протяжении многих веков человечество волновала одна и та же проблема – существование взаимосвязи между живой и неживой природой. Еще в древности люди пытались объяснить явления природы с помощью мифов и верований. Принося жертвы своим богам, они стремились подчинить себе стихию. Первые экологи, которых чаще называли «естественниками», трудились в заповедниках, занимались, в основном, наблюдениями за животным и растительным миром, анализом количественных изменений в нем.

Весомый вклад в формирование знаний об экологии внес естествоиспытатель родом из Швеции – Карл Линней (1707–1778). Он изучал различные аспекты факториальной экологии, популяционной экологии (структуру, динамику, взаимодействие популяций), синэкологии и т. д. Основой для анализа послужили около 20 % из 186-ти эссе, написанных Линнеем и защищенных в качестве диссертаций его учениками в период с 1743-го по 1776-й гг. 19 диссертаций были переведены на английский язык [3].

Французский исследователь Жорж Бюффон (1707–1788) в 1749-м году выстроил единый эволюционный ряд развития Земли, животных и человека. В своих трудах, главным образом, он придавал большое значение влиянию климатических условий на развитие организмов в природе.

Во второй половине XVIII-го века русские ученые Санкт-Петербургской Императорской Академии наук внесли огромный вклад в развитие науки, названной в середине XIX века экологией. Особо следует выделить труд С. П. Крашенинникова (1711–1755), который назывался «Описание земли Камчатки». Колоссальный вклад в изучение минералов, флоры и фауны России внес академик П. С. Паллас (1741–1811). Работы Палласа, по мнению

В. И. Вернадского, «лежат до сих пор в основании наших знаний о природе и людях России. К ним неизбежно, как к живому источнику, обращается географ и этнограф, зоолог и ботаник, геолог и минералог, статистик, археолог и языковед – раз только он столкнется с вопросами, связанными с природой и народами России» [5].

Основателем экологии в России принято считать профессора Московского университета К. Ф. Рулье (1814–1858). Он первым заметил, что необходимо во время наблюдения за эволюцией живых организмов, развитием и строением животных обращать внимание на изменения их среды обитания. Так Рулье выделил главный принцип, который лег в основу всех наук о живой природе, – единство живого организма и окружающей среды.

И только в середине XIX-го века, как мы уже отметили, сложилась отдельная наука «экология», в том смысле, который принято вкладывать в это слово в настоящее время. Эрнст Геккель, профессор из Йенского университета, в книге «Всеобщая морфология организмов» назвал экологию «наукой об отношениях между организмами и окружающей средой».

В 1920–1940-е гг. произошел расцвет теоретической экологии. Ученым-экологам пришлось перейти к осмыслению тех фактов, которыми они обладали на тот момент. Интенсивно стали происходить различные эксперименты в сфере экологии, а также были выдвинуты новые теории и задачи по изучению популяций и сообществ. Предлагались математические модели роста численности популяций и их взаимодействий между собой. В лабораторных условиях были проведены опыты для проверки этих моделей. В итоге были выведены математические законы, которые описывали динамику популяций и групп особей, взаимодействующих между собой.

Таким образом, экология стала формироваться как единая целая дисциплина, целью которой стало свести воедино разные факты в стройную концепцию. Еще было необходимо выявить общие закономерности, а самое главное – объяснить и постараться сделать прогноз различных природных явлений. В середине XX-го века, как отмечает Н. В. Калинина, происходит развитие «экологического знания от узко биологической отрасли науки до комплексной системы социально-экологических представлений о взаимообусловленном взаимодействии общества и природы» [1]. Деятельность человека все больше наносила вред окружающей природе, и встал вопрос о необходимости защиты природных ресурсов от пагубного влияния человека. Таким образом, проблема экологии в широких масштабах вышла на мировой уровень.

В России эти вопросы уже на тот момент активно освещались в газетах и журналах. Еще в 1912-м году у нас было создано первое учреждение по охране окружающей среды, которое стало называться Природоохранительная комиссия.

Научная публицистика стала толчком к появлению экологической журналистики. Первыми журналами на природную тематику стали следующие издания: «Растения и среда», «Полевая геоботаника», «Экология и биоценология». Но они были доступны лишь малому кругу читателей, до массовой аудитории эти тексты не доходили.

Со временем, после 1917 года, экологические проблемы стали изучаться только в рамках социализма. По словам Н. В. Калининой, в годы «первых советских пятилеток природоохранительные идеи совершенно сходят на нет, подтверждением тому служит, например, переименование журнала «Охрана природы» в «Природа и социалистическое хозяйство», а журнал «Юный натуралист» чуть было не стал «Юным колхозником» [1].

В это время проблемы окружающей среды уже стали волновать отечественных журналистов. Так, например, журнал «Юный натуралист», который выходил ежемесячно и был ориентирован на школьников, увлекающихся природой, биологией и экологией, очень часто затрагивал проблемы окружающей среды. Основан журнал в июле 1928 года. С 1941-го по 1956-й год не издавался. В некоторые годы тираж журнала достигал почти 4-х млн экземпляров. Издание ставило своей целью воспитать у

подрастающего поколения любовь к Родине и патриотизм.

Руководство СССР хотело показать всему миру ведущую социалистическую державу только с положительных сторон, поэтому все материалы, касающиеся экологической обстановки в стране, подвергались жесткой цензуре. Все объективные данные о состоянии окружающей среды Советского Союза были предназначены только для служебного пользования.

В 1960-х годах интерес мировой общественности вышел на новый уровень. Как следствие этого, в 1962-м году Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию об «Экономическом развитии и охраны природы», главной целью которой стало развитие интереса у общества к проблемам охраны окружающей среды.

Вслед за мировым сообществом, советская пресса была вынуждена вновь вернуться к экологической теме. СМИ, придерживаясь антикапиталистической политики государства, видели виной обострившегося экономического кризиса западные страны: «В капиталистическом мире именно социально-политический строй является первопричиной экологически кризисных ситуаций, хищнического обращения с минерально-энергетическими ресурсами» [2].

Благодаря активизации природоохранных движений стали появляться экологические организации. Таким примером является созданная в 1968-м году итальянским бизнесменом Ауреллио Печчеи и генеральным директором по вопросам науки ОЭСР Александром Кингом первая международная организация «Римский клуб». Был сделан колоссальный вклад в перспективу развития биосферы, а также пропаганда идеи, суть которой заключалась в том, чтобы внести гармонию в отношения человека и природы.

В обществе накопилось огромное количество проблем, связанных с состоянием окружающей среды, которые требуют скорейшего решения, – отмечают специалисты Международного социально-экологического союза. Люди должны знать о них, знать, какую угрозу их здоровью и благополучию представляют те или иные факторы воздействия на окружающую среду, кто принимает экологически важные решения, какие конкретные действия предпринимаются (или должны быть предприняты) для решения таких проблем, как, например, прекращение вырубки особо ценных лесов или безопасное уничтожение химического оружия. И главное – люди должны знать, какой вклад

может внести каждый человек в изменение экологической ситуации к лучшему не только на локальном, но и на глобальном уровне [4].

Именно средства массовой информации сегодня отвечают за уровень экологической культуры в обществе, являясь для многих людей основным источником об экологических проблемах. От экологической грамотности самих журналистов, от качества подачи экологической информации в СМИ зависит сегодня экологическая культура общества в целом.

### Список литературы

1. Калинина, Н. В. Вопросы журналистики [Текст] / Н. В. Калинина // Факторы экологизации отечественных средств массовой информации: исторический аспект: сб. науч. ст. – Владивосток: ДВФУ, 2012. – 300 с.
2. Ключев, Н. Н. Россия на экологической карте мира [Электронный ресурс] / Н. Н. Ключев // ЭНЕРГИЯ – 2002. – № 7. – URL: library.by/portalus/modules/ecology/ (дата обращения 16.05.2014).

ев // ЭНЕРГИЯ – 2002. – № 7. – URL: library.by/portalus/modules/ecology/ (дата обращения 16.05.2014).

3. Междисциплинарный научный и прикладной журнал Биосфера [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.biosphere21century.ru/articles/213/> (дата обращения 24.04.2015).
4. Международный социально-экологический союз [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.seu.ru/cci/lib/books/eojour/03.htm> (дата обращения 05.12.2015)
5. Паллас, П. С. Русские экспедиции [Электронный ресурс] / П. С. Паллас // Зональная научная библиотека Уральского Федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – URL: [http://lib2.urfu.ru/rus/our\\_resources/exhibitions/newexhibitiob/ex\\_travel/russian\\_ex/pallas/](http://lib2.urfu.ru/rus/our_resources/exhibitions/newexhibitiob/ex_travel/russian_ex/pallas/) (дата обращения 23.11.2015).

*E. A. Scherbinina*

### ECOLOGY AND ECOLOGICAL JOURNALISM: TRAJECTORY OF CONVERGENCE

*This article discusses the concepts of «ecology», «ecological problem», «environmental journalism» in the historical aspect. Keep a close study the history of the emergence of scientific interest in ecological problems and the development ecological science in the light of the attention to her journalism. Is detected the relationship between the main study period of ecology and development of the ecological press in the XIX–XX centuries..*

**Keywords:** ecological journalism, ecology, ecological problems, science publicism, environmental journalism, Soviet, Russian environmental journalism.

### References

1. Kalinina, N.V. (2012) *Voprosy zhurnalistiki* [=Topics in journalism], Vladivostok, 300 p. (In Russ).
2. Kljuev, N. N. (2002) *Rossija na jekologicheskoj karte mira* [=Russia on the ecological map of the world], available at: [library.by/portalus/modules/ecology/](http://library.by/portalus/modules/ecology/), accessed 16.05.2014. (In Russ).
3. *Mezhdisciplinarnyj nauchnyj i prikladnoj zhurnal Biosfera* [=Interdisciplinary scientific and applied journal of the Biosphere], available at: <http://www.biosphere21century.ru/articles/213>, accessed 24.04. 2015. (In Russ).
4. *Mezhdunarodnyiy sotsialno-ekologicheskij soyuz* [=International Socio-Ecological Union], available at: <http://www.seu.ru/cci/lib/books/eojour/03.htm>, accessed 24.04. 2015. (In Russ).
5. P. S. Pallas. *Russkie ekspeditsii* [=Russian expedition], available at: [http://lib2.urfu.ru/rus/our\\_resources/exhibitions/newexhibitiob/ex\\_travel/russian\\_ex/pallas/](http://lib2.urfu.ru/rus/our_resources/exhibitions/newexhibitiob/ex_travel/russian_ex/pallas/), accessed 24.04. 2015. (In Russ).

Щербинина Елизавета Андреевна – студент магистратуры Челябинского государственного университета.  
[scher555@mail.ru](mailto:scher555@mail.ru)

# ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Е. В. Выровцева

## ДИАЛЕКТИКА РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ XXI ВЕКА: ИСКУССТВО СЛОВА И МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

*Формирование глобальной информационной среды и развитие новых медиа обусловили трансформацию профессии журналиста. Мультимедийные технологии позволяют создавать тексты без участия человека, соответственно изменились принципы коммуникативного акта: автор – текст – реципиент. Сегодня актуальным представляется исследование особенностей функционирования медиатекста, способов организации диалога с массовой аудиторией. Необходимо определить и новые требования, предъявляемые временем журналистам.*

**Ключевые слова:** журналист, автор, коммуникация, медиатекст, мультимедийные технологии, интерактивность, язык новых медиа.

Стремительное развитие коммуникационных технологий повлияло на изменение всех сфер жизни, в том числе привело к трансформации медийного пространства и профессии журналиста. Человечество третьего тысячелетия входит в историю как информационное общество. М. Кастельс, М. Маклюэн, Э. Тоффлер охарактеризовали процесс формирования информационного общества [8; 12; 18] и выделили одну из важнейших особенностей третьего тысячелетия, которая связана с диалектикой развития отношений между масс-медиа и аудиторией. С одной стороны, жизнь современного человека немислима без потребления информации, а с другой стороны, этот потребитель утомлен от бесконечного потока новостей и стал более требовательным к их качеству.

Социальные и технологические границы медиасреды постоянно расширяются, что обуславливает необходимость регулярного обновления и уточнения терминов, категорий, понятий, определяющих профессиональную деятельность журналиста. В первую очередь это возникновение и развитие новых медиа, при характеристике которых ключевыми оказались следующие понятия: конвергенция, интеракция, иммерсия, интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность [17]. Отечественная культура перестала быть литературоцентричной и превратилась в медиациентричную. В связи с этим возникли актуальные вопросы. Остается ли текст высшей и универсальной единицей общения? Каковы требования к автору новых типов текста? Не подменяют ли технологии как набор приемов и алгоритмов журналистику как творчество, как искусство слова и мысли?

Л. Манович, исследуя язык новых медиа, указывает на их принципиальное отличие от традиционных СМИ: текст в таких изданиях программируем; объекты реальной действительности группируются в модули, не теряя своей самостоятельности; текст создается без непосредственного участия человека – по заданному алгоритму; медиатекст можно изменять по желанию в любое время, поэтому он способен существовать в бесконечном количестве версий [20]. Обращает внимание Л. Манович и на транскодинг – возможность влияния культурного и компьютерного слоев друг на друга. Все это заставляет журналистов пересматривать подходы к созданию авторского произведения. Так, новые условия функционирования влияют на такие еще совсем недавно обязательные характеристики текста, как цельность и завершенность.

Созданный журналистом текст благодаря цифровым технологиям может расширяться неограниченным диапазоном контента. Процесс коммуникации АВТОР – ТЕКСТ – РЕЦИПИЕНТ приобретает глобальный характер и провоцирует новые отношения между создателем информации и ее потребителем: «Люди от текстового мышления и текстовых видов потребления переходят к изобразительному мышлению и визуальным видам потребления. Такая индивидуализация и визуализация СМИ является ключом для понимания современных тенденций изменения поведения медиапотребителя» [9. С. 37]. Индивидуализация при восприятии результата творческой деятельности журналиста напрямую зависит, например, от такого свойства медиатекста, как гипертексту-

альность: кто-то заинтересуется гиперссылками, кто-то не обратит на них внимания, в любом случае, выбор их количества и качества будет субъективным.

Как известно, у любого текста есть два уровня – уровень содержания и уровень выражения. При этом автор и реципиент идут навстречу друг другу: автор начинает с содержания, а реципиент – с выражения. Ю. Хабермас разработал «нормативные требования значимости» [19], а К.-О. Апель развил эту теорию и представил концепцию модусов коммуникации: когнитивный, интеракционный и экспрессивный, которые соответствуют трем аспектам речи – пропозициональное содержание, интерперсональное отношение и намерение говорящего [3]. Профессор МГУ А. В. Назарчук на основе этих философских теорий выделяет критерии значимости: истинность, нормативная правильность, правдивость, понятность [13. С. 36]. Так вот в новых медиа этот путь чрезмерно усложняется за счет дополнительной информации – инфографики, аудио- и видеоилюстраций, гиперссылок. Не менее значимо и влияние на процесс восприятия, а соответственно, и на процесс создания журналистского текста концепции трех «А», сформулированной И. Полуэктовой: любой контент в любом месте и в любое время [14]. Данная концепция позволяет рассматривать медиаторчество с самых разных сторон.

Современный автор вынужден учитывать технический аспект: его произведение должно быть доступно, интересно и удобно для восприятия. С другой стороны, вербальный способ представления информации как правило остается доминирующим, и требования к слову в мультимедийном пространстве только повышаются: «всякая неясность требует координации посредством языковой коммуникации» [13. С. 48]. Сегодня как никогда, пожалуй, слово оказывается в ситуации жесточайшей конкуренции с другими способами воздействия на аудиторию.

Е. Вартанова, анализируя природу творчества в новых медиа, указывает на их главное преимущество: представители аудитории не только выбирают те или иные СМИ, те или иные тексты, тех или иных авторов, но и активно вовлечены в процесс творчества, в процесс конструирования содержания [5. С. 38]. Журналист сегодня хорошо понимает, что не только он, а и его аудитория участвует в формировании «повестки дня». И уже от таланта

и профессионализма журналиста зависит степень его влияния, его статус при создании картины современной действительности.

Сложность ситуации обусловлена еще и тем, что редакциям и журналистам приходится конкурировать с информационными агентствами, с лентами новостей на различных интернет-площадках, с социальными сетями. В непростые конкурентные отношения вступают собственно новости, для чего порой хватает, по выражению главного редактора «Новой газеты» Дм. Муратова, «перепоста копипаста», и методы представления этих новостей – их анализ, интерпретация, систематизация, оценка.

Доказательством совершенно новых отношений технологий и искусства слова в творчестве журналиста следует признать и огромное количество новых терминов, появившихся в последнее время для обозначения мультимедийного продукта: лонгриды, таймланы, ньюс-фиче, фиче, журналистика дронов, Trend-Story и т. п. При характеристике этих новых форм мнения разделились: одни видят в них всего лишь технологии, другие уже готовы называть их жанрами, как, например, А. Колесниченко [11]. Рассматривать данные виды медиатекста как уже сложившиеся жанры кажется преждевременным, хотя бы потому, что требуется их апробация, необходимо время, чтобы сложилась солидная эмпирическая база, позволяющая выделить свойства нового типа текста. Однако тенденция формирования новых видов медиатекстов не вызывает сомнения. Жанр как понятие традиционное и центральное при анализе любого текста (утверждение М. Бахтина «текст не существует вне жанра» не потеряло актуальности) сегодня нуждается в уточнении.

Именно эти новообразования, способные в будущем стать самостоятельными жанрами, наиболее ярко демонстрируют диалектическое единство традиционного искусства слова и актуальных цифровых технологий. Это единство основано на противостоянии авторского творческого начала и стандартизации приемов создания информационного продукта. Об опасности «продукта, изготовленного по стандарту серийного производства», еще в начале века писал У. Эко, которого интересовала прежде всего проблема отношений между автором и читателем. Сегодня читателя потеснил пользователь, избалованный увлекательной игрой в мультимедиа, и проблема стала еще более актуальной и сложной.

Одна из причин обострения данной проблемы – трансформация принципов медиапотребления: на смену массовому пришло индивидуализированное. Эта тенденция обусловлена персонализацией новых медиа, их доступностью в любом месте в любое время и возможностью «настроить» их под себя. Компьютер, смартфон, планшет в современных условиях превращаются в индивидуальное медийное пространство, а журналисты при создании текстов не могут не учитывать этот новый фактор: «Интернет в силу своих технологических особенностей способен «запоминать» интересы пользователя и в дальнейшем «подсказывать» то, что ему могло бы понравиться. Например, в социальных сетях сегодня есть собственные рекомендательные сервисы, которые на основе предыдущих запросов пользователя «советуют» ему аналогичный контент. Рекомендации и ссылки на релевантный контент есть на большинстве сайтов СМИ и т. д., что существенно расширяет опыт их посетителей» [14. С. 93]. Так, Facebook позволяет самостоятельно формировать контент, лента новостей «подстраивается» под интересы владельца страницы, а ссылки друзей структурируют информацию в индивидуальное, персональное СМИ. Это ставит новую задачу перед журналистом – стать постоянным автором таких персональных изданий. При этом одинаково значимы и талант автора, и его умение использовать технологии для повышения собственного рейтинга.

Качественно новые отношения системы АВТОР – ТЕКСТ – РЕЦИПИЕНТ определено в литературе термином «нелинейное» потребление [15. С. 65], характерное в первую очередь для вещательных медиа – интернет, телевидение, радио. Однако сейчас это и свойство прессы, т. к. сайты печатных СМИ обеспечивают возможность одновременно прочитать сегодняшний материал и материал годовой давности: «Вместо диктата со стороны медиаиндустрии, что и когда потреблять, у потребителя появился свободный доступ к медиапродуктам (песенные синглы, конкретные статьи, видео по запросу и т.п.), а не к пакетным предложениям (вроде CD-альбомов, газет, телеканалов и пр.)» [1. С. 54]. Свобода выбора повлияла не только на развлекательную, но и на новостную индустрию. А. Качкаева говорит о новых свойствах медиатехнологий, которые позволяют доставлять видео на экран телевизора из любого источника, вырезать фрагменты, создавать свой канал, включая собственную трансляцию, интегрируя людей и девайсы [10]. Соз-

дается иллюзия того, что каждый продвинутый пользователь легко может стать и журналистом, и редактором.

На противоречивость и актуальность трансформации отношений между журналистом и аудиторией указывает Е. Варганова: «Власть аудитории – классический признак постмодерна – в наше время более ощутима. При этом активность аудитории становится фактором депрофессионализации новостной журналистики, что уводит медиасистему от прежней централизации. Медиакультура сегодня порождается креативной молодежью с не самым высоким уровнем доходов, фактически не являющейся носителями ценностей старой центростремительной культуры» [6]. Однако требует специального обсуждения вопрос о том, насколько пользователь способен формировать повестку дня самостоятельно.

Специфика творческой деятельности журналиста в новых медиа трансформируется и в связи с тем, что они объединяют в одном пространстве несколько типов коммуникаций – межличностную («один-одному»), вещательную («один-многим»), межгрупповую («многие-многим»). Вс. Пуля справедливо характеризует аудиторию новых медиа как мультизадачную: все больше людей хотят объяснений, а не просто быстрой информации; рекламные бюджеты перемещаются на мобильные платформы; требуются «большие данные» о людях в реальном времени [14. С. 40–42]. Таким образом, виртуальная реальность становится новой платформой журналистики, а соответственно требует от авторов специальных навыков, чтобы отвечать на запросы этой мультизадачной аудитории и каждого активного ее представителя: «Новая среда тотально настроена на участие каждого. Люди априори активны, потому что, если ты в Интернете ведешь себя, как зритель телевизора, ты не сделаешь ни одного шага. Ты должен ввести запрос, зарегистрироваться, куда-то войти» [7].

Изменение требований к творческой деятельности журналиста напрямую связано с эволюцией новых медиа. В этом процессе можно выделить несколько этапов: дигитализация, когда содержание СМИ преобразовалось в цифровой формат; конвергенция – слияние СМИ в сети, слияние традиционных и новых медиа, смена мономедийного формата на мультимедийный; персонификация и интерактивность, т. е. наличие мгновенной обратной связи. В результате в современных масс-медиа успешно функционируют гибридные формы, содержащие элементы, характерные черты,

приемы разных типов и видов публикаций. Именно технология создания мультимедийных текстов позволяет объединить жанровые формы. В этой ситуации возрастает роль «игровой интерпретации действительности» [2. С. 112], при которой не исключена игра с жанрами.

Журналист, создающий авторское произведение как «реализованный, воплощенный дискурс, сложное коммуникативное явление, включающее кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [4. С. 12], сегодня находится в процессе постоянного поиска наиболее интересного, наиболее оригинального, наиболее убедительного жанрового воплощения. И добиться этого в современных условиях способен журналист, одинаково талантливо владеющий и искусством слова, и мультимедийными технологиями.

### Список литературы

1. Айрис, М. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала [Текст] / М. Айрис, Ж. Бюген. – М., 2010. – 560 с.
2. Анненкова, И. В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ [Текст] / И. В. Анненкова. – М., 2011. – 392 с.
3. Апель, К.-О. Трансформация философии [Текст] / К.-О. Апель; пер. с нем. В. Куренного, Б. Скуратова. – М.: Логос, 2001. – 339 с.
4. Богуславская, В. В. Журналистский текст: лингвосоциокультурное моделирование [Текст]: дис. ... докт. филол. наук / В. В. Богуславская. – Воронеж, 2004. – 40 с.
5. Вартанова, Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя [Текст] / Е. Л. Вартанова. – М., 2015. – 136 с.
6. Вартанова, Е.Л. От модерна к постмодерну в медиа [Электронный ресурс] / Е. В. Вартанова. – URL: [http://www.journ.msu.ru/blog/blog\\_vartanovoy/](http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/).
7. Засурский, Иван: «Все знают всё про всех» [Электронный ресурс] / И. Засурский // Искусство кино. – URL: <http://kinoart.ru/archive/2013/07/ivan-zasurskij-vse-znayut-vsjo-pro-vsekh>.
8. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М., 2000. – 606 с.
9. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные [Текст] / А. Г. Качкаева. – М., 2010. – 200 с.
10. Качкаева, А. Г. Образ медиа будущего [Электронный ресурс] / А. Г. Качкаева. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gRRUsOx-Cxs>.
11. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика [Текст] / А. В. Колесниченко. – М., 2008. – 180 с.
12. Маклюэн, М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева. – М.; Жуковский, 2003. – 464 с.
13. Назарчук, А. В. Теория коммуникации в современной философии [Текст] / А. В. Назарчук. – М., 2009. – 320 с.
14. Полуэхтова, И.А. Медиасреда и медиабизнес в цифровую эпоху [Текст] / И. А. Полуэхтова // Теория и практика медиарекламных исследований: сб. ст. – М., 2011. – С. 83–108.
15. Полуэхтова, И. А. Телевидение глазами телезрителей [Текст] / И. А. Полуэхтова. – М., 2012. – 364 с.
16. Пуля, В. 7 трендов новых медиа в 2015 году [Текст] / В. Пуля // Журналист. – 2015. – № 1. – С. 40–42.
17. Соколова, Н. Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография [Текст] / Н. Л. Соколова. – Самара, 2009. – 204 с.
18. Тоффлер, Э. Шок будущего [Текст] / Э. Тоффлер. – М., 2002. – 557 с.
19. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие [Текст] / Ю. Хабермас; пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева. – СПб., 2000. – 380 с.
20. Manovich, L. The Language of New Media [Electronic resource] / L. Manovich. – URL: <http://manovich.net/LNM/Manovich.pdf>.

## DIALECTICS OF DEVELOPMENT OF JOURNALISM OF THE XXI CENTURY: THE ART OF SPEECH AND MULTIMEDIA TECHNOLOGIES

*The formation of the global information environment and development of new media led to the transformation of the profession of journalism. Multimedia technologies allow to create texts without human intervention, consequently changed the principles of a communicative act: author – text – recipient. Relevant today is the study of peculiarities of functioning of media texts, ways of organizing the dialogue with a mass audience. You must define new requirements time journalists.*

**Keywords:** journalist, author communication, media text, media technology, interactivity, the language of new media.

### References

1. Ayris, M. and Bugen G. (2010) *Upravljenije media-kompaniyami: realizaciya tvorcheskogo potenciala* [=Managing media companies: realization of creative potential], Moscow, 560 p. (In Russ.).
2. Annenkova, I. V. (2011) *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskiji aspekt jazyka SMI* [=The media discourse of the XXI century. Linguo-philosophical aspect of the language media], Moscow, 392 p. (In Russ.).
3. Apel, K-O. *Transformaciya filosofii* [=The transformation of philosophy], Moscow, 339 p. (In Russ.).
4. Boguslavsckaja, V. V. (2004) *Zhurnalistskij tekst: lingvosociokulturnoe modelirovanie: diss. ...doct. filol. nauk* [=Journalistic text: lingual, social and cultural modeling: thesis of doctor of filol. sciences], Voronezh, 40 p. (In Russ.).
5. Vartanova, E. L. (2015) *O sovremennykh media i zhurnalistike. Zametki issledovatelya* [=About modern media and journalism. Notes of the researcher], Moscow, 136 p. (In Russ.).
6. Vartanova, E. L. *Ot moderna k postmodernu v media* [=From modernism to postmodernism in media], available at: [http://www.journ.msu.ru/blog/blog\\_vartanovoy/](http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/), accessed 15.10.2015. (In Russ.).
7. Zasurskij, Ivan Vse znajut vsjo pro vsech [=Everyone knows everything about everyone], in: *Iskusstvo kino* [=The art of cinema], available at: <http://kinoart.ru/archive/2013/07/ivan-zasurskij-vse-znajut-vsjo-pro-vsekh>, accessed 15.10.2015. (In Russ.).
8. Kastels, M. *Informacionnaya epoha: ekonomika, obsh'estvo I kultura* [=The information age: economy, society and culture], Moscow, 606 p. (In Russ.).
9. Kachkajeva, A. G. (2010) *Zhurnalistika i konvergenciya: pochemu i kak tradizionnyje SMI prevrash'ajutsja v multimediynnye* [=Journalism and convergence: why and how traditional media was placed in multimedia], Moscow, 200 p. (In Russ.).
10. Kachkajeva, A. G. *Obraz media budush'ego* [=Image media of the future], available at: <https://www.youtube.com/watch?v=gRRUsOx-Cxs>, accessed 15.10.2015. (In Russ.).
11. Kolesnichenko, A. V. (2008) *Prakticheskaya zhurnalistika* [=Practical journalism], Moscow, 180 p. (In Russ.).
12. McLuhan, M. (2003) *Ponimanije media: Vneshnije rasshireniya cheloveka* [=Understanding media: the extensions of man], Moscow, Zhukovskij, 180 p. (In Russ.).
13. Nazarchuk, A. V. (2009) *Teoria kommunikacii v sovremennoj filosofii* [=Communication theory in modern philosophy], Moscow, 320 p. (In Russ.).
14. Poluechtova, I. A. (2011) *Mediasreda i mediabiznes v cifrovuju epochu* [=The media and the media business in the digital age], in: *Teoriya i praktika mediareklamnykh issledovanij* [=Theory and practice of media advertising research], pp. 83–108 (In Russ.).
15. Poluechtova, I. A. (2012) *Televidenije glazami telezritelej* [=TV through the eyes of the viewers], Moscow, 364 p. (In Russ.).
16. Pulja, V. (2015) *7 trendov novykh media v 2015 godu* [=7 new media trends in 2015], in: *Zhurnalist* [=Journalist], no. 1, pp. 40–42 (In Russ.).

17. Sokolova, N. L. (2009) *Populjarnaya kultura Web 2.0: k kartografii sovremennogo medialandshafta* [=Popular culture Web 2.0: mapping modern media landscape], Samara, 204 p. (In Russ.).
18. Toffler, A. *Shok budush'ego* [=The shock of the future], Moscow, 557 p. (In Russ.).
19. Habermas, Ju. (2000) *Moralnoje socnanije i kommunikativnoje dejstvije* [=Moral consciousness and communicative action], Sankt-Petrburg, 380 p. (In Russ.).
20. Manovich, L. *The "Language of New Media"*, <http://manovich.net/LNM/Manovich.pdf>, accessed 15.10.2015. (In Russ.).

Выровцева Екатерина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и истории журналистики Самарского государственного аэрокосмического университета им. Академика С.П. Королева.

Doctor\_Katrin@mail.ru

## СПЕЦИФИКАЦИЯ ГЕНЕРАЦИИ НОВОСТЕЙ ЧЕРЕЗ RSS НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ АГРЕГАТОРА ЯНДЕКС.НОВОСТИ

*Автор статьи рассматривает проблему увеличения потока информации и предлагает способ, позволяющий удобнее ориентироваться в информационном поле. Автор рассматривает и описывает степень актуальности проблемы генерации новостной информации и степень ее изученности, описывает сущность функционирования и принцип работы агрегаторов новостей на примере подробного рассмотрения сервиса Яндекс.Новости. Дает характеристику технологии RSS, структурирует перечень необходимых условий для возможности интернет-издания статьи партнером портала, в состав которого входит агрегатор новостей.*

**Ключевые слова:** генерация новостей, агрегатор новостей, RSS, мэшап, Яндекс.Новости.

В научной среде поле вытеснения традиционных сетевых изданий автоматизированными агрегаторами новостей имеет нулевую степень исследования, так как проблема необходимости генерации контента из разрозненных источников в единый практически не рассматривалась.

В современном мире роль информации приобретает существенное значение. Вектор ценности от материальных ресурсов смещается к информационным. Также увеличивается и объем информации: по оценке западных аналитиков, как сообщается в журнале «За науку» (выпуск №22(1812)), раньше количество информации удваивалось каждые 4 года, а к 2020 году этот процесс будет занимать предположительно 72 дня. Следовательно, увеличивается и количество новостей. В условиях возрастающего пласта информации появляется ценность свободного времени, в следствии чего современный образованный человек ощущает необходимость избирательного подхода к информации: просматривать не весь контент, а только избранное. Человек старается сделать процесс поиска информации рациональным, отфильтровывая ненужные и неактуальные данные. На фоне этого возникает важнейшая потребность – фильтрация информации.

Одним из популярных источников получения информации в последнее время стал Интернет. Чтобы размещать новости в Интернете, существуют специальные интернет-площадки – новостные сайты, которые специализируются на размещении контента с новостями.

В результате появления большого числа подобных сайтов, и, как следствие, объема контента, появляется потребность агрегации нескольких источников, отражающих основные новости, охватывающие все области: темати-

ческие, географические и другие. Потребление обработанного агрегированного контента значительно экономит время читающего, так как агрегированная информация — это наиболее важная и актуальная информация, которая охватывает несколько источников и собрана в одном месте. Это послужило катализатором создания новостных лент и технологии RSS.

RSS представляет собой международный стандартизированный формат данных, с помощью которого происходит трансляция новостной информации с одного сайта на другой. Данный процесс можно осуществить, используя генератор новостей (rss-агрегатор или mashap). RSS-агрегатор представляет собой клиентскую программу (например, встроенную в браузер), веб-приложение или веб-сайт, на котором происходит автоматический сбор сообщений из источников – интернет-изданий. Примером наиболее популярных агрегаторов являются классические агрегаторы Google News и Яндекс.Новости, а также Rambler.Новости и Новости Mail.ru. Задача этих ресурсов – представить новостную картину дня на основе данных с сайтов-партнеров. Чтобы стать сайтом-партнером и получить возможность попадания в новостную ленту агрегатора, необходимо выполнение нескольких условий. Таким образом, мною был скомпонован перечень необходимых требований, соблюдая которые издание может стать партнером:

- информация на сайте должна располагаться в свободном доступе без необходимости регистрации для просмотра;
- содержание информации должно носить новостной характер и соответствовать требованиям законодательства;
- информация на сайте-партнере должна обновляться с определенной периодичностью;

- данные для передачи должны состоять из определенных атрибутов (заголовок, описание, ссылка и другие) и быть в формате RSS.

Сотрудничество с агрегатором новостей позволяет сайту повысить свою аудиторию, индекс цитируемости и другие показатели, положительно влияющие на сайт в целом. Кроме перечисленных классических агрегаторов существует ресурс MediaMetrics (<http://mediametrics.ru/>). Данный инструмент представляет собой рейтинг новостей, который строится на основе количества переходов на страницы указанных новостей из различных соцсетей (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и другие).

С точки зрения пользователя, агрегатор новостей можно настроить в соответствии с собственными интересами на основе множества параметров: по тематике, по времени и дате, по важности либо времени сортировки и другим.

Для того, чтобы лучше разобраться в принципах работы агрегатора новостей и специфики генерации контента, рассмотрим процесс функционирования на примере агрегатора Яндекс.Новости. Все сервисы Яндекса основаны на технологиях, очень часто на сложных и сверхточных. Разработчики и администраторы подобных сервисов нацелены на совершенствование технологий, находясь в диалоге с пользователем, а также с участниками рынка, то есть с теми, кто создает контент, который впоследствии обрабатывается агрегатором. Сервис Яндекс.Новости – особенный сервис по сравнению с другими сервисами данной компании, так как он взаимодействует с медиасредой и в некоторой степени влияет на нее. Медиасреда, в свою очередь, влияет на тот сервис, который видят пользователи Яндекса. Следует отметить, что сам агрегатор в данном случае не является игроком медиасреды, он является «зеркалом» медиасферы. Любой агрегатор не является отдельным самостоятельным СМИ, а является ресурсом, помогающим развиваться другим СМИ, а с точки зрения аудитории – технологией, позволяющей отслеживать информацию. С ростом аудитории, которое происходит в последнее время по информации Романа Иванова, руководителя отдела коммуникационных сервисов компании Яндекс, взаимное влияние агрегатора и медиа становится всё более заметным: происходит усиление прозрачности всего процесса для рынка и информационных партнеров.

Для того чтобы сервис работал качественно, необходимо его автоматизировать. Человеческий фактор при формировании топа анонсов

новостей может стать виновником перепостов в ту или иную сторону, поэтому Яндекс.Новости полностью автоматизированы и исключают субъективный характер. Особое внимание следует обратить на партнеров, так как все новости – это продукт партнеров. Они проделывают большую работу и предварительно самостоятельно фильтруют, ранжируют свой новостной контент в соответствии с условиями созданного формата и единых требований, установленных для всех партнеров.

Модель агрегатора Яндекс.Новости можно представить следующим образом: с одной стороны пользователями являются читатели, с другой стороны – издания. Издания обеспечивают быструю оперативную трансляцию контента, отправляя на сервис 40 тыс. сообщений в сутки, и получая взамен 4 млн переходов на свои сайты от читателей агрегатора новостей. Читатели узнают новости на сервисе (15 млн человек в сутки), проранжированные по установленным правилам и обработанные роботом.

В данном тройственном союзе у всех участников есть свои цели: СМИ заинтересованы в популярности своего издания. Первоисточники, то есть информационные агентства, хотят приоритетного размещения своих сообщений и подавления рерайтеров, а оптимизаторы, которые сотрудничают с сервисом от лица издания, заинтересованы в прозрачности правил размещения, чтобы достичь цели, поставленной СМИ. Читатели в данном процессе хотят быстро узнавать о происходящем в мире, при этом получать ссылки на новости от знакомых источников, который вызывает у них доверие. Кроме того, выявлена потребность в первоисточнике новости. Интересами самого агрегатора Яндекс.Новости в данном случае выступают расширение аудитории и повышение ее лояльности, которой можно достичь, предоставляя качественный сервис, а также увеличение базы данных. Кроме этого, портал заинтересован в привлечении новых поставщиков интересной информации и сохранении существующих. Этого можно добиться путем предоставления выгодной для партнеров модели сотрудничества.

Суть любого агрегатора – предоставление релевантного новостного ответа. Алгоритм, формирующий топ новостных анонсов, настроен на следующие свойства сообщений:

- оперативность
- информативность
- цитируемость
- первоисточник

Таким образом, те источники, сообщения которых доминируют по вышеперечисленным показателям, и будут показываться читателям в первую очередь.

Новостной контент, присылаемый издательствами сервису агрегации, тоже должен отвечать определенным требованиям. Сообщение должно соответствовать формату, то есть необходимо присылать только новости и аналитику, не включая необработанные пресс-релизы, рекламу, программы и другие структурные элементы. Должны соблюдаться технические требования: доступность сайта, отдельные адреса для каждого сообщения и определенно установленный язык сообщения. С точки зрения требований законодательства необходимо нахождение в правовом поле и обязательным является выполнение следующих условий: соответствие защите прав интеллектуальной собственности, противодействие терроризму, защита чести, достоинства, репутации и так далее.

При отправке новостной информации сервису-агрегатору информационный партнер может столкнуться с различными проблемами. Наиболее часто встречающимися являются непопадание заметки в сюжет, что может быть обусловлено техническими неисправностями сайта, желание изменить заголовок или текст заметки с помощью администраторов сервиса. Это не входит в возможности, поэтому в подобном случае необходимо исправлять неточность на собственном сайте и экспортировать новость повторно. Кроме того, проблемой может стать прохождение долгого времени от момента помещения сообщения в экспортный файл до момента публикации на сервисе. Всё это обусловлено техническими особенностями работы агрегатора новостей: время итерации до публикации может занимать до 40 минут, это обозначено тем, что в процессе обработки новостное сообщение проходит через большое количество алгоритмов и любая обработка занимает время. Попадание в агрегатор перепечатки собственной заметки сводится к минимуму. Здесь фигурирует термин «дубликат». Дубликатами считаются документы, сильно совпадающие с оригинальным сообщением. Дубликаты автоматически определяются роботом до формирования сюжета. Поэтому такие новости не участвуют в поиске по сервису и не попадают в сюжет. Из каждой группы дубликатов остается по одному сообщению, которое называют «мастером». Оно может быть пред-

ставлено на странице сюжета и в результатах поиска. «Мастер» определяется по времени публикации новости, по сравнительному анализу текстов, а также по количеству цитирований и их анализу.

Основными продуктами агрегатора Яндекса являются:

- страница сюжета,
- новостной блок на главной странице Яндекса,
- главная страница Новостей, страницы рубрик,
- поиск по новостям.

Поиск по новостным сообщениям охватывает наименьшую аудиторию по сравнению с остальными продуктами сервиса, но тем не менее данная аудитория является очень ценной, так как в значительной степени состоит из журналистов, PR-специалистов и профессионалов в этой области.

Подробнее следует остановиться на основном продукте – сюжете. Его идея заключается в том, чтобы дать читателям возможность выбора и показать событие с разных точек зрения – от разных источников. Не претендуя на конкуренцию с новостными сайтами, на странице сюжета показывается наиболее полная и многогранная картина. Сюжет часто бывает не точный и развивается с течением времени. Идеальный сюжет должен отражать изменения и временную линию развития события. Для более полной картины кроме новостной информации в сюжет добавляются ссылки на аналитические материалы по соответствующей теме, интервью, обзоры и так далее.

Создание сюжета происходит автоматически и состоит из нескольких этапов. Сначала происходит кластеризация новостных сообщений. Раз в 5 минут робот проверяет обновления и считывает RSS файлы от всех партнеров, получая таким образом новость. Затем робот автоматически создает группы сообщений, к которым, по его мнению, на основе запрограммированного алгоритма относятся новости, освещающие одно и то же событие. На основе анализа текста строится матрица близости документов. После того, как построен кластер, необходимо построить аннотацию. Она состоит из 3–4 строк и кратко отражает основную фактуру событий кластера. Аннотирование сюжета включает в себя выбор заголовка и фрагментов сообщений. После этого происходит выбор основного заголовка сюжета, который и будет показываться на главной странице в топе

анонсов. На последнем этапе происходит выбор статей и интервью, которые не являются новостями, но относятся к сюжету. Ссылки на них будут присутствовать в сюжете.

Самым важным этапом из перечисленных является определение заголовка сюжета. Именно он отражает то, как агрегатор видит все обработанные новости из разных источников, и то, каким образом новость будет подаваться многомиллионной аудитории. Существуют специальные требования при выборе заголовка. Он должен быть максимально понятным, информативным и отражать актуальное положение дел. Заголовок не должен содержать оценочных суждений, мнений и игры слов, а также фактов, не свойственных сюжету.

Важным является и создание анонса сюжета, при создании которого основной целью является максимальная информативность. Анонс строится автоматически, путем выбора ключевых слов, из всех сообщений сюжета выделяются наиболее значимые объекты: имена людей, названия организаций, географические объекты, даты и числа и так далее. Аннотация подбирается таким образом, чтобы по максимуму передать содержание сообщений всего сюжета.

В данном рассматриваемом поле существует понятие «ядерность» лексики. Например, новости «Один из политиков анонсировал возобновление поставок электроэнергии в Крым» и «Один из политиков порадовал крымчан скорым возобновлением поставок электроэнергии» имеют разную лексическую окраску. Слово «порадовал» во втором примере робот определяет как редковстречающееся, из-за чего новость с подобным заголовком в сюжете будет располагаться ниже остальных. Кроме этого фактора при ранжировании в сюжете учитываются такие показатели, как цитирование источника в сюжете, дата публикации и вес источника.

Любое новостное сообщение также автоматически роботом относится к двум рубрикам: тематической и географической. Тематическая определяется на основе специализации издания, рубрикации источника и анализа материала. География сообщения определяется путем выделения из его текста основных географических единиц, затем происходит автоматическое определение релевантных для сюжета географических объектов. Основная цель робота при выполнении этого процесса – получить из множества сообщений все новости рубрики и региона.

Чтобы сервис смог «прочитать» полученную новость, файл, оформленный в формате RSS, должен иметь следующие атрибуты, которые позволят роботу обрабатывать данные:

- `<title>` – заголовок сообщения, будет показываться в анонсе.
- `<link>` – URL сообщения или ссылка, по которой перейдет пользователь кликая по заголовку в агрегаторе, является уникальным идентификатором.
- `<author>` – фамилия и имя автора, позволяет просмотреть все материалы автора.
- `<category>` – рубрика, позволит роботу более точно определить тематическую принадлежность сообщения.
- `<enclosure>` – элемент для иллюстраций, аудио- или видеоконтента, содержит ссылку на данный контент.
- `<pubDate>` – время публикации материала, отображается в агрегаторе рядом с заголовком.
- `<yandex:full-text>` – полный текст сообщения, который полностью не отображается в агрегаторе, но участвует в кластеризации и служит материалом для создания аннотаций.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день агрегаторы новостей работают почти автоматически, без участия человека, при этом они уверенно набирают популярность, тем самым вытесняя сетевые издания, а также существенно облегчают работу с новостями, делая ее более удобной и быстрой.

## Список литературы

1. Дубинский, А. Г. Проблема автоматизации поиска информации в глобальной сети [Текст] / А. Г. Дубинский // Проблемы автоматизации информационных технологий. – Днепрпетровск, 1999. – С. 40–48.
2. Кураленок, И. Е. Оценка систем текстового поиска [Текст] / И. Е. Кураленок, И. С. Некрестьянов // Программирование. – 2002. – № 4. – С. 226–242.
3. Рябинков, А. Повышение эффективности поиска в сети Интернет путем анализа геопространственного контекста веб-страниц [Текст] / А. Рябинков // Информационные технологии. – Москва, 2005. – № 11. – С. 11.
4. Сурин, А. И. Основы WEB-технологий [Текст] / А. И. Сурин, А. Русак, С. А. Брик, П. Храмов. – М.: ИТУИТ.РУ, 2003. – 512 с
5. Интеллектуальные технологии в Сети, Полный Гид По Семантическим Технологиям.

Часть 2 [Электронный ресурс]. – URL: <http://miw.by/post/470>.

6. Официальный сайт Яндекс, Информация для СМИ [Электронный ресурс]. – URL: <https://yandex.ru/support/news/info-for-mass-media.xml>.

7. Официальный сайт Яндекс, Экспорт новостей [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.yandex.ru/export.html>.

8. Статистика сайта Яндекс Экспорт новостей [Электронный ресурс]. – URL: <https://stat.yandex.ru/Russia/News>.

9. Официальный сайт MediaMetrics, Информация о рейтинге [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediametrics.ru/info/>.

10. Введение в Web 2.0. Семантический Web [Электронный ресурс] // ИИНТУИТ. – URL: <http://www.intuit.ru/studies/courses/606/462/lecture/10399>.

*N. N. Khramova*

### DATA GENERATION NEWS VIA RSS ON THE EXAMPLE OF AN AGGREGATOR YANDEX.NEWS

*The author considers the problem of increasing the flow of information and provides a way to easily navigate in the information field. The author examines and describes the degree of urgency of the problem of generation of news and extent of its study, describes the essence of the functioning and operation of the news aggregators on the example of a detailed review of the service Yandex.News. The characteristic of technology RSS, structures the list of necessary conditions for the possibility of online publication to become a partner portal, which includes a news aggregator.*

**Keywords:** the generation of news, news aggregator, RSS, mashup, Yandeks.Novosti.

#### References

1. Dubinsky, A. G. (1999) *Problema avtomatizacii poiska informacii v global'noj seti* [=The problem of automation of information retrieval on the WAN], Dnepropetrovsk, pp. 40–48. (In Russ.).

2. Kuralenok, I. E. and Nekrestyanov, I. S. (2002) *Otsenka sistem tekstovogo poiska, Programmirovaniye* [=Evaluation systems text search, Programming], no. 4, pp. 226–242. (In Russ.).

3. Ryabinkov A. (2005) *Povyshenie ehffektivnosti poiska v seti Internet putem analiza geoprostranstvennogo konteksta veb-stranits, Informatsionnye tekhnologii* [=Improving the efficiency of the search on the Internet by analyzing geospatial context of web pages, Information technologies], Moscow, no. 11, p. 11. (In Russ.).

4. Surin A. I., Rusakov, A., Brik, S. A. and Hramtsov, A. P. (2003) *Osnovy WEB-tekhnologij* [=Basics of WEB-technologies], Moscow, ITUIT, 512 p. (In Russ.).

5. *Intellektual'nye tekhnologii v Seti, Polnyj Gid Po Semanticheskim Tekhnologiyam. Chast' 2* [=Intelligent Network technology, complete guide to semantic technology. Part 2], available at: <http://miw.by/post/470>, accessed 07.10.2015. (In Russ.).

6. *Ofitsial'nyj sajt YAndeks, Informatsiya dlya SMI* [=The official website Yandex, information for the media], available at: <https://yandex.ru/support/news/info-for-mass-media.xml>, accessed 07.10.2015. (In Russ.).

7. *Ofitsial'nyj sajt Yandeks, Ehksport novostej* [=The official website Yandex, Export news], available at: <https://news.yandex.ru/export.html>, accessed 07.10.2015. (In Russ.).

8. *Statistika sajta Yandeks Ehksport novostej* [=Site stats Yandex News feeds] available at: <https://stat.yandex.ru/Russia/News>, accessed 07.10.2015. (In Russ.).

9. *Ofitsial'nyj sajt MediaMetrics, Informatsiya o rejtinge* [=The official website MediaMetrics, information on the rating of], available at: <http://mediametrics.ru/info/>, accessed 07.12.2015. (In Russ.).

10. *IINTUIT, Vvedenie v Web 2.0. Semanticheskij Web* [=IINTUIT, Introduction to Web 2.0. Semantic Web], available at: <http://www.intuit.ru/studies/courses/606/462/lecture/10399>, accessed 07.10.2015. (In Russ.).

Храмова Наталья Николаевна – магистрант факультета журналистики Челябинского государственного университета.  
nata74chel@yandex.ru

## ЭЛЕКТРОННЫЙ СЛЕД ЛИЧНОСТИ: ВЫНУЖДЕННАЯ ПУБЛИЧНОСТЬ

*Социальные медиа расширили «сферу публичного» личности, вынуждая оставлять персональные данные в процессе информационного потребления. Более того след личности в информационном пространстве появляется без ведома и желания персоны, что требует нового осмысления и регулирования информационной приватности, этики сбора, обработки и распространения личных данных, фото и другого медиаконтента, с участием человека.*

**Ключевые слова:** электронный след личности, социальные медиа, сфера публичного, web 2.0., медибезопасность.

Социальные медиа и современное глобальное информационное пространство открывает много новых возможностей для развития личности и социальных связей. Теперь возможно делать карьеру, развивать свои профессиональные знания и навыки, искать работодателей и проходить обучения, имея только доступ в интернет и определенные навыки поиска информации.

И. В. Лысак приводит тезис о том, что электронные СМИ, к которым относятся новые и социальные медиа, «способны конструировать новую символическую среду повседневной жизни. Они моделируют отношение людей к миру действительности и предлагают интеллектуальные, эмоциональные и поведенческие образцы, в той или иной степени управляющие людьми» [1]. Однако доступ к информационным ресурсам имеет свою цену. Пользователь сведениями о себе, которые необходимо указывать при регистрации аккаунтов в социальных сетях, форумах, специальных онлайн-сервисах и т. д. И это только малая часть электронных следов, который оставляет каждый пользователь интернета. Электронные письма, документы, тексты сообщений и документов, фото, данные о социальных связях, геолокационные данные, история поисковых запросов и это досье мы пополняем ежедневно.

Так какие же данные составляют сегодня электронные следы личности? Их можно разделить на три блока:

1. Статические, редко меняющиеся данные, описывающие атрибуты личности – имя, фамилия, место рождения, номер счета и банковской карты СНИЛС, номер паспорта, водительского удостоверения, ИНН и т. п.

2. Динамические (непостоянные) – телефонный номер, адрес электронной почты, аккаунты в социальных сетях. Привязки к координатам — географическим (место рождения и

жительства), временным (дата рождения, окончания института).

3. Отношения и события. Семейные связи, рабочие отношения, членство в общественных организациях и религиозных группах.

Совокупность подобных связей представляет собой семантическую сеть, содержащую достаточно полные знания о личности. Эти данные создают личность виртуальную, являющуюся полным или частичным отождествлением реальной личности человека. Легальное создание полной виртуальной личности, не имеющей связи с реальным человеком, сегодня крайне проблематично, поскольку требует достаточно большого объема информации, в том числе подтвержденного государственными органами. Тема анализа и построения семантических сетей выходит за рамки теории о коммуникациях и затрагивает базовые понятия инженерии знаний. В частности, первые попытки осмысления термина «семантическая сеть» произведены еще в 70-е годы XX века [2].

Социальные медиа в идеальном воплощении могли развиваться в новую модель «сферы публичного» – явления, описанного Ю. Хабермасом [3]. Возможность обращения к единой социальной арене как к источнику актуальной, верифицированной информации, влияющей на общественное благо, характеризуется широкой доступностью. Для этой благородной цели и была назначена плата. Каждый пользователь сферы публичного жертвует долей личной приватности для формирования единой социальной арены, где формируется нормативная ориентация и создается «общественное мнение», контролирующего и рационализирующего воздействие государственной власти и коммерческих организаций.

Однако в случае социальных медиа функциональные возможности этой площадки расши-

ряются, но вместе с тем размывается их целевая направленность. Интерактивные сообщества не служат цели кристаллизации групповой морали и ценностей. Коммерческие цели, манипулирование общественным мнением, политические влияния – негативные факторы еще в XX веке показали утопичность идеи «сферы публичного», а в XXI лишь еще раз доказали невозможность существования объективной информационной реальности.

Кроме того, существует проблема того, что индивидуум, как активный участник, так и потребитель контента социальных медиа представляет собой не только единицу общества, но и личность с ее индивидуальными целями и интересами, реализуемыми средствами различных каналов коммуникации. Что углубляет вопрос этичности взаимоотношений участников системы массовых коммуникаций.

На заре развития интернет-коммуникаций и социальных медиа анонимность была гарантом безопасности личности, но анонимность отдельных личностей – фактор небезопасности и нестабильности системы в общем. Поэтому постепенно интернет-коммуникации двигаются по пути идентификации пользователей. Если обратиться к основным вехам развития социальных медиа, то можно проследить тенденции деанонимизации участников сообществ.

**1. Анонимный период** – в России 1990-е – 2000-е годы (*FidoNet*, *Icq*, *Livejournal* и проч.) Для создания экаунта достаточно было никнейма и пароля. То есть каждый пользователь имел возможность зарегистрировать неограниченное количество аккаунтов с одного IP, аккаунты не имели привязки ни по номеру телефона, ни по другим идентификаторам.

**2. Период персональных профилей** – 2005–2012 г.г. (*Web 2.0* – Одноклассники, *ВКонтакте*, *Мой.Мир*). В социальных сетях пропагандируется принцип открытости – реальные имена, фотографии на аватарах, реальные данные в профилях. Администрация социальных сетей проводит регулярные «чистки» пользователей без реальных аватаров и с вымышленными именами.

**3. Гиперперсонификация** – 2012 – по наст. время (склеивание профилей и всей персональной информации). Переломным моментом можно назвать новое пользовательское соглашение Google, которое вступило в силу 1 марта 2012 года [4] (актуальная редакция от 30 апреля 2014 года). Согласно этой политике, компания может собирать и хранить: личную

информацию о пользователях, оставленную при создании учетной записи, информацию из служб, с которыми работает пользователь, информацию из журналов серверов компании (поисковые запросы, IP-адреса, информация о маршруте SMS-сообщений и прочее), сведения о местоположении пользователя, определенные сведения, хранимые на устройствах пользователей, Cookie файлы и анонимные идентификаторы.

После внесения изменений, которые были сделаны в одностороннем порядке (пользователю, имеющему почту, документы и другие данные в Google ничего другого не оставалось), конечно, была сохранена политика конфиденциальности, но она также претерпела значительные изменения. Пользователь может удалить свою личную информацию из служб Google, но компания оставляет за собой право хранить ее резервные копии.

Все собираемые данные призваны быть использованными в благих целях: для обмена информацией между пользователями, поддержки, защиты и развития существующих служб, а также для повышения эффективности поисковых запросов. Но ряд публичных конфликтов компании говорит об обратном. В частности, в 2012 году Google выдала властям США содержание почтовых отправок, метаданные, информацию о подписках и другие данные сотрудников *WikiLeaks*, только спустя два с половиной года уведомила пользователей об этом [5].

Социальная сеть Facebook ушла дальше, согласно пользовательскому соглашению владельцы экаунтов обязаны иметь актуальную информацию на своей странице. Например, номер телефона должен быть заменен в течение 48 часов после его смены. Претерпевает изменение и диктаторское отношение компаний по отношению к пользовательскому контенту. Так, *Instagram*, согласно правилам использования, которые опубликованы для пользователей только на английском языке [6], фиксирует передачу всех авторских прав на опубликованные фото и видео компании Facebook, официально являющейся владельцем социальной сети *Instagram*.

Проникновение в частную жизнь пользователей сегодня тотально. А онлайн-репутация неотделима от реальной жизни. Все опубликованные тексты, изображения, фото и видео остаются на внешних серверах и не доступны для полного удаления самим пользователем. Кроме того, публикация начинается еще до

самостоятельного выбора личностью. По данным компании AVG, занимающейся защитой данных в Интернете, 92 % американских детей оставляют первые электронные следы еще до достижения двух лет, у 7 % детей электронный адрес появляется еще до рождения, а у пяти процентов в это время уже есть аккаунт в социальной сети (и почти четверть всех новорожденных уже отметились в интернете своими фотографиями, так как 23 % родителей выкладывают в интернет фотографии УЗИ-скрининга) [7]. И по мере распространения социальных сетей, эти показатели только растут.

Пользователь, принявший решение о удалении своих данных из аккаунтов электронной почты и социальных сетей, не может сделать это в полной мере, как мы уже писали выше. Пользовательские соглашения сервисов позволяют деактивировать аккаунт, скрыть информацию и другие возможности, но данные о пользователе так и останутся на серверах.

В настоящее время появилось даже отдельное явление, такое как «виртуальное самоубийство». Для пользователей, решивших очиститься от электронных следов созданы специальные сервисы, помогающие удалить себя из виртуального пространства. Например, Accountkiller [8]. Есть неафишируемые инструменты Google, а также специальный сервис Web 2.0 suicide machine [9] и другие.

Новое понимание публичности несет самые различные последствия. С одной стороны, большое количество данных о психологических особенностях, информационном потреблении, поведенческих моделях и многом другом дает ученым огромную базу для анализа. Благодаря возможности сбора большого количества данных создано новое междисциплинарное исследовательское поле, в котором могут быть объединены подходы математики, биологии, физики, инженерии, экономической теории, психологии, социологии, коммуникационных дисциплин. Современные исследования требуют серьезного математического аппарата, поскольку позволяют обрабатывать огромное количество эмпирических наблюдений, строить модели, создавать прогнозы.

Вот пример того, как Ричард Колбау и Кристин Гласс из Sandia National Laboratories создали модель прогнозирования процессов распространения «вирусных» идей, а также раннего оповещения о вспышках болезней и т. д. [10]. Алгоритм анализа и моделирования данных учитывает такие параметры, как внутри-

межгрупповые связи людей в соцсетях, наличие лидеров и ведомых, центра и периферии внутри каждой группы. Методика исследователей была проверена на распространении интернет-мемов (высказывание, картинка, видео и т. д., спонтанно приобретшее большую популярность) по базе 2008 года.

Но у этой медали есть и обратная сторона, повсеместная публичность и вовлеченность в социум стирает границы личности и индивидуальности. Скорлупа, сохраняющая индивидуальные черты отдельного индивидуума, становится очень тонкой. Кто-то превращается в общий омут, кому-то удается поддерживать собственные границы. Социальное давление – один из мощнейших стимулов влияния на поступки человека – становится слишком велико.

С свете обозначенных выше тенденций мы видим наиболее актуальными развития следующих направлений в исследованиях о массовых коммуникациях в сфере социальных медиа и интернет-коммуникаций.

- Новые принципы и реализация медиабезопасности личности в пространстве интернета.
- Этика распространения пользовательского контента,
- Верификация пользовательского контента.

И это далеко не все проблемы, которые сегодня набирают силу. Эти аспекты требуют оперативной рефлексии, вынесения на общественное обсуждение и принятие к реализации.

## Список литературы

1. Лысак, И. В. СМИ как средство конструирования социальной реальности в современном мире [Текст] / И. В. Лысак // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота. – 2009. – № 7 (26): в 2-х ч. Ч. I. – С. 92–93.
2. Roussopoulos, N. D. A semantic network model of data bases [Text] / N. D. Roussopoulos. – TR No 104, Department of Computer Science, University of Toronto, 1976.
3. Habermas, Jürgen (1962 trans 1989) The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society [Text] / Jürgen Habermas. – Polity, Cambridge.
4. Условия использования Google от 1 марта 2012 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.google.ru/intl/ru/policies/terms/archive/20120301/regional.html>
5. Wikileaks writes Google a letter about staff emails handed over to the FBI. [Electronic resource]. – URL: [http://www.upi.com/Top\\_](http://www.upi.com/Top_)

News/World-News/2015/01/25/Wikileaks-writes-Google-a-letter-about-staff-emails-handed-over-to-the-FBI/8451422227058/

6. Terms of Use (on January 19, 2013) [Electronic resource]. – URL: <https://www.instagram.com/about/legal/terms/>

7. Milian, Mark. Study: 82 percent of kids under 2 have an online presence. [Electronic resource] / Mark Milian. – URL: <http://edition.cnn.com/2010/TECH/social.media/10/07/baby.pictures/index.html>.

8. AccountKiller.com [Electronic resource]. – URL:<https://www.accountkiller.com/en/>.

9. The Suicide Machine [Electronic resource]. – URL:<http://suicidemachine.org/>.

10. Colbaugh, Richard. Proactive defense for evolving cyber threats [Electronic resource] / Richard Colbaugh, Kristin Glass // Conference paper: Intelligence and Security Informatics (ISI). – 2011.

*E. I. Morozova*

## ELECTRONIC IMPRESS: FORCED PUBLICITY

*Social media expanded «public sphere», forced to leave the personal data in the process of information consumption. Moreover the next person in the information space there without the knowledge and consent to person, which requires new thinking and regulation of information privacy, ethics, data collection, processing and dissemination of personal data, photos and other media content, with the participation of the person.*

**Keywords:** electronic impress, social media, new media, public sphere, web 2.0., media security.

### References

1. Lysak, I. V. (2009) SMI kak sredstvo konstruirovaniya socialnoy realnosti v sovremennom mire [= The media as a means of constructing the social reality in the Modern World], in: *Almanakh sovremennoy nauki i obrazovaniya* [=The Almanac of modern science and education], no. 7, pp. 92–93. (In Russ).

2. Roussopoulos, N. D. (1976) *A semantic network model of data bases*, TR No. 104, Department of Computer Science, University of Toronto.

3. Habermas, Jürgen (1962 trans 1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*, Polity, Cambridge.

4. *Usloviya ispolzovaniya Google ot 1 marta 2012 goda* [=Google Terms of Service from 1 March 2012], available at: <http://www.google.ru/intl/ru/policies/terms/archive/20120301/regional.html>, accessed 23.12.2015. (In Russ).

5. *Wikileaks writes Google a letter about staff emails handed over to the FBI*, available at: [http://www.upi.com/Top\\_News/World-News/2015/01/25/Wikileaks-writes-Google-a-letter-about-staff-emails-handed-over-to-the-FBI/8451422227058/](http://www.upi.com/Top_News/World-News/2015/01/25/Wikileaks-writes-Google-a-letter-about-staff-emails-handed-over-to-the-FBI/8451422227058/), accessed 23.12.2015.

6. *Terms of Use (on January 19, 2013)*, available at: <https://www.instagram.com/about/legal/terms/>, accessed 23.12.2015.

7. Milian, Mark (2010) *Study: 82 percent of kids under 2 have an online presence*, available at: <http://edition.cnn.com/2010/TECH/social.media/10/07/baby.pictures/index.html> accessed 23.12.2015

8. *AccountKiller.com*, available at: <https://www.accountkiller.com/en/>, accessed 23.12.2015.

9. *The Suicide Machine*, available at: <http://suicidemachine.org/>, accessed 12.01.2015.

10. Colbaugh, Richard and Glass, Kristin (2011). Proactive defense for evolving cyber threats, in: *Conference paper: Intelligence and Security Informatics (ISI)*, 2011.

Морозова Елена Игоревна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики Челябинского государственного университета.

[elena.igorevna.morozova@gmail.com](mailto:elena.igorevna.morozova@gmail.com)

# КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

В. А. Горновая

## КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА ПРЕСС-РЕЛИЗА

*Сегодня пресс-релиз выступает одним из ключевых механизмов взаимодействия организаций со средствами массовой информации. Мы провели анализ критериев качества пресс-релиза, рассмотрев научные исследования, рекомендации практиков и обратив внимание на опыт pr-специалистов Южного Урала. В статье критерии сгруппированы по двум аспектам: требования к форме и содержанию pr-сообщения.*

**Ключевые слова:** связи с общественностью, pr, первичный текст, вторичный текст, pr-текст.

Качественно написанный пресс-релиз является показателем эффективности работы пресс-секретаря, позволяет осуществить ключевую задачу организации, будь то продажа продукта, привлечение участников на мероприятие или повышение узнаваемости персоны. В данном исследовании мы задались целью выявить основные критерии качества пресс-релиза, основываясь на ранее опубликованных научных трудах российских исследователей и статьях практиков.

Вслед за С. В. Антроповым мы будем понимать под пресс-релизом «документ с информацией для СМИ, который отправляется журналистам с расчетом на их интерес к изложенной теме и появлению в СМИ публикаций на основе пресс-релиза» [9].

Критерии качества пресс-релизов принято делить на две большие группы: рассматривать требования к форме и к содержанию текста. Начнем с первой группы.

Форма pr-текста усваивается журналистом в первые секунды получения сообщения, уже на этом этапе он ведет отбор и останавливается лишь на тех сообщениях, которым доверяет. Поэтому важно удержать его внимание и убедить в необходимости прочесть текст целиком. Этому служат критерии, относящиеся к форме пресс-релиза.

М. В. Гундарин, С. В. Антропов, А. Леднёв и ряд других предприняли попытки обозначить эти критерии. Формулировки исследователей несколько расходятся, однако, в целом, все они останавливаются на трех основных рекомендациях к авторам пресс-релизов.

Во-первых, фирменный бланк организации. Он придает большую значимость сообщаемой информации, способствует запоминанию брен-

да. В большинстве случаев бланк, предназначенный для печати пресс-релиза, лаконичен: на нем размещен логотип компании и контактные данные пресс-секретаря для оперативной связи и уточнения деталей релиза.

Нередко в российской практике можно заметить полное отсутствие бланка. Это может свидетельствовать о недостаточном опыте pr-специалиста, новизне организации или нерегулярной подготовке пресс-релизов.

Во-вторых, читабельный текст. Для эффективного распространения информации необходимо, чтобы журналист оперативно изучил полученные данные и приступил к работе с ними. Это становится возможным за счет оформления текста: стандартный шрифт (Arial или Times New Roman), крупный размер (12 или 14 кегль), наличие межстрочных интервалов (1 или 1,5).

В-третьих, выделение наиболее важных моментов в тексте. Ими являются первый абзац pr-сообщения, имена комментаторов, значимые отрывки цитат. Визуальное выделение помогает журналисту сориентироваться в незнакомом тексте.

Второй аспект изучения критериев качества пресс-релизов относится к содержанию текста.

Во-первых, отправной точкой в написании пресс-релиза является информационный повод. М. В. Гундарин рекомендует тщательно выбирать новость, которую необходимо сообщить журналистам: «В тексте должна содержаться только одна “главная” новость. Все остальные должны быть подчинены ей» [10. С. 101].

Например, в пресс-релизе «В Челябинске прошел детский хоккейный турнир против домашнего насилия» информационным поводом является хоккейный матч «В спорте – спортивная злость, в доме – семья и любовь», по-

священный проведению международной акции «16 дней без насилия» [3].

Во-вторых, при написании пресс-релиза важно определиться с его объемом. Эксперты советуют направлять в адрес средств массовой информации текст объемом не более 1–2 страниц. Это правило сформулировано следующим образом: «масштабность восприятия информации читателем увеличивается, если текст написан в краткой и сжатой форме» [11].

М. В. Гундарин определяет рекомендуемую структуру пресс-релиза: так называемая «прямая информационная пирамида» [10. С. 101]. Иными словами, основные данные, информационный повод в таком тексте содержатся в первом предложении, «лидер-абзаце». Именно по этим данным журналист делает вывод о необходимости работы с пресс-релизом и дальнейшей публикации его в своем издании. После «верхушки пирамиды», то есть формулировки основной информации, следуют пояснения: дополнительные сведения, комментарии экспертов. По этому же принципу строятся информационные сообщения в СМИ.

Так, в пресс-релизе «ММК отмечен премией за развитие и оптимизацию закупочной деятельности» в соответствии с названным критерием ключевые данные представлены в лидер-абзаце: «ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» в третий раз приняло участие в главном национальном конкурсе среди закупщиков России – премии «Лидер конкурентных закупок 2015». В этом году специальную награду Премии «За развитие и оптимизацию закупочной деятельности» получил заместитель генерального директора ОАО «ММК» по коммерции Сергей Ушаков» [6].

В последующих абзацах приводятся комментарии генерального директора «ММК» и последовательно перечисляются достижения комбината, позволившие получить премию. Получив данный пресс-релиз, журналист сможет использовать его в соответствии с жанровыми требованиями своего средства массовой информации. При необходимости написания короткой заметки он возьмет лидер-абзац и комментарий, для расширенного информационного сообщения проанализирует обзор достижений комбината.

Менее удачна структура пресс-релиза «В Кунашакском районе сотрудники полиции поздравили с юбилеем ветерана МВД», подготовленного пресс-службой ГУ МВД России по Челябинской области. В лидер-абзаце бес-

системно представлена информация разной степени значимости: «6 декабря свое 55-летие отметил ветеран органов внутренних дел Баймухаметов Байрам Нургалеевич. Поздравил с этим праздником Байрама Нургалеевича начальник отдела МВД России по Кунашакскому району Рустам Ибрагимов. Он пожелал ветерану крепкого здоровья, семейного благополучия и долголетия. Также юбиляра поздравили председатель Совета ветеранов при ОМВД Рев Галеевич и бывшие коллеги по работе» [1].

При работе над данным текстом необходимо разделить его на несколько абзацев, а перед этим определиться, что является ключевой новостью – юбилей ветерана ОВД или персона начальника отдела ОВД.

В-третьих, качественный пресс-релиз отличается отсутствием рекламы: «текст пресс-релиза представляет собой чисто информационное сообщение» [12]. Очевидно, что одной из задач рг-специалиста является «продажа» своего спикера или товара, его презентация широкому кругу лиц. Однако в пресс-релизах необходимо смещать акцент в сторону общественной значимости поднимаемого вопроса. Не «В Челябинске появится новый завод», а «В Челябинске строится завод с 50 000 рабочих мест».

В-четвертых, критерием качества рг-текста является достоверность фактов, изложенных в нем. Необходимо проверять числовые данные, согласовывать комментарии экспертов. Более того, именно на цифрах и фактах специалисты советуют строить пресс-релиз [8].

В качестве примера можно привести следующие заголовки: «ММК в первом полугодии 2015 года направил на природоохранную деятельность около 2,3 млрд рублей», «“Добрые сердца” собрали 800 тысяч рублей в поддержку тяжелобольных детей».

Любопытно, что за несколько предшествующих лет коренным образом изменились требования по дистрибуции пресс-релизов. Публикуя «Книгу руководителя отдела PR» в 2006 году, М.В. Гундарин пишет: «лучше пресс-релиз пересылать по почте или с курьером – «достоинства» факсовой бумаги, как и самого факсимильного способа передачи текстов, общеизвестны» [10. С. 100].

Сегодня же самой востребованной площадкой для передачи пресс-релиза является электронная почта. Журналисты рекомендуют дублировать в «теле» письма содержание пресс-релиза, а также дополнять сообщение ссылками, фото- и видеоматериалами. Это так-

же способствует повышению интереса СМИ к рг-сообщению. В плане дистрибуции появляются и новые механизмы: социальные сети. В профессиональном сообществе сегодня наиболее востребован Facebook.

Говоря о критериях оценки качества пресс-релизов, важно упомянуть об опыте челябинских рг-служб. В городе запущен проект «PR-дозор», в рамках которого осуществляется мониторинг публикаций рг-специалистов. Однако речь идет не об официальных источниках, а об альтернативных – в поле зрения экспертов попадают страницы рг-специалистов в социальной сети Facebook.

Регулярно организаторы размещают рейтинг и антирейтинг публикаций. В качестве экспертов выступают фотограф Ярослав Намков; кандидат культурологии, декан культурологического факультета Челябинской государственной академии культуры и искусств Евгений Андреев; кандидат философских наук, доцент Челябинского филиала РАНХиГС, политолог, блогер Андрей Лавров; политтехнолог, специалист по PR и политическому консалтингу, ведущий тренер Университета риторики и ораторского искусства (Москва), сертифицированный тренер «SPb-training «Корпорация успеха» (С - Петербург) Елена Ильюшина.

В отличие от приведенной нами ранее системы расстановки критериев, где разграничиваются критерии формы и содержания, здесь ранжирование проводится по трем группам, трем типам контента: «копирайтинг», «фото / видео» и «маркетинг / PR»:

#### 1. Копирайтинг:

интересность, интрига (контента) истории, запоминаемость  
оформление поста, (читабельность)  
полезность поста  
простота, (логика изложения) понятность текста  
оригинальность материала  
эмоциональность подачи материала, внутренняя энергетика  
смысловая нагрузка  
соответствие особенности социальной сети (контексту платформы)

#### 2. Фото/видео:

уникальность фото/видео контента  
качественность видео/фото  
смысловая нагрузка фото/видео изображений  
общественная значимость

#### 3. Маркетинг/PR:

эффективность в привлечении внимания  
запоминаемость, полезность информации  
уровень продаваемости услуги/товара/бренда/лица (наличие продающих элементов)  
эффективность в отклике аудитории на контент  
отстройка от конкурентов [4].

Во многом критерии совпадают с традиционными рекомендациями к содержанию пресс-релиза: называется читабельность, простота текста, уникальность контента. Однако в связи с переходом на открытую площадку, где аудиторией рг-специалиста становятся не только журналисты, но и клиенты компании, появляются новые, специфические критерии. В этом ключе обратим внимание на предпочтение эмоциональной подачи материала – контент в социальной сети становится авторским, личностным, отсюда и аудитории более интересно отношение автора к производимому продукту.

Так, в декабрьском рейтинге лидером стала Екатерина Железнякова, начальник отдела рекламы в фирме «Юничел». На портале цитируется ее публикация: «Давно хотела сделать такой пост! Нередко приходится читать злобные отзывы интернет-пользователей, о том, что обувь у нас не модная, не современная и не красивая и топором рубленая итд..»

Хотя, наш бренд, в общем-то, на ультрамодность и не претендует. Юничел — это качественная, кожаная обувь на каждый день по доступной цене.

Вот назрел такой эксперимент! На фото две модели: одна Baldinini, другая Юничел)))

Лейблы намеренно убраны. Коллекции этого года. Есть варианты?» [7].

Также интерес представляет критерий «соответствие особенности социальной сети (контексту платформы)». Facebook считается площадкой с аудиторией, состоящей из представителей бизнеса, политики. У них довольно широкий круг интереса, однако есть и свои «табу»: в частности, нецензурная лексика. Это тоже необходимо учитывать при выходе на такую площадку.

Главным показателем эффективности рг-текста является тот факт, что журналист начинает работу с ним для дальнейшей публикации в СМИ. При этом первичный текст, переходя в статус вторичного, подвергается трансформации. Этот процесс также подвергался изучению. Исследования показали, что «Композиционный аспект изменений заключается в

сокращении, расширении, перестановке структурных элементов или перефразировке исходного текста. Стилистический аспект связан с «упрощением» «текста-стимула», с адаптацией его к традиционному языку прессы» [13].

Например, рассмотрим пресс-релиз «Маргарита Павлова примет участие в работе горячей линии детского «Телефона Доверия»» и написанный по его следам журналистский текст «В Челябинске будет работать прямая горячая линия детского телефона доверия» на сайте <http://echochel.ru/>.

В первичном тексте акцент делается на персону – Уполномоченного по правам ребенка. Ключевая информация содержится в первом абзаце текста: «17 мая 2011 г. в Муниципальном Кризисном центре (Советская, 36) с 11.00 до 12.00 состоится прямая горячая линия Телефона доверия, в которой примет участие региональный Уполномоченный по правам ребенка в Челябинской области Маргарита Павлова» [5].

Объем текста составляет девять абзацев, приводится обширная справка, контактные данные организатора, информация для СМИ. Этот анонсный пресс-релиз, поскольку он размещен за день до запланированного мероприятия.

В абзаце вторичного текста акцент смещен на значимость события, первичное сообщение сжато до одного абзаца: «В Челябинске будет работать прямая горячая линия детского телефона доверия. Сегодня с 11 до 12 часов дня на вопросы юных южноуральцев и их родителей ответит уполномоченный по правам ребенка в регионе Маргарита Павлова. Добавим, что этот телефон доверия в прошлом году был подключён к всероссийскому каналу, что сделало консультации более профессиональными и доступными. Ежедневно на вопросы детей и подростков отвечают юристы, психологи и социальные работники. Всего же в стране работает около 300 таких служб. Ежегодно они принимают более полумиллиона звонков» [2].

Это подтверждает ранее сформулированные требования к пресс-релизу: информация в исходном тексте должна быть изложена лаконично, в максимально простой форме.

Таким образом, по форме признаками качественного пресс-релиза является фирменный бланк организации, читабельность и выделение наиболее важных моментов в тексте. В содержательном аспекте критериями качества рг-текста является наличие информационного повода, объем не более 1–2 страниц,

структура типа «прямая информационная пирамида», отсутствие рекламы и достоверность фактов.

### Список литературы

1. В Кунашакском районе сотрудники полиции поздравили с юбилеем ветерана МВД [Электронный ресурс]. – URL: <https://74.mvd.ru/news/item/6874850/>.
2. В Челябинске будет работать прямая горячая линия детского телефона доверия [Электронный ресурс]. – URL: <http://echochel.ru/news/2011/05/17/22670/>.
3. В Челябинске прошел детский хоккейный турнир против домашнего насилия [Электронный ресурс]. – URL: <http://ombudsman74.ru/news/1508>.
4. Критерии [Электронный ресурс]. – URL: <http://pr-dozor.ru/criteria>
5. Маргарита Павлова примет участие в работе горячей линии детского «Телефона Доверия» [Электронный ресурс]. – URL: <http://ombudsman74.ru/news/83>.
6. ММК отмечен премией за развитие и оптимизацию закупочной деятельности [Электронный ресурс]. – URL: [http://mmk.ru/press\\_center/66261/](http://mmk.ru/press_center/66261/).
7. Номинация: пресс-секретари [Электронный ресурс]. – URL: <http://pr-dozor.ru/>.
8. Андрианов, А. Как написать пресс-релиз [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sandrianov.ru/?s=content&id=13>.
9. Антропов, С. В. Как правильно написать пресс-релиз? Примеры и образцы пресс-релизов [Электронный ресурс] / С. В. Антропов. – URL: <http://brave-agency.ru/articles/86/>.
10. Гундарин, М. В. Книга руководителя отдела PR / М. В. Гундарин. – СПб.: Питер, 2006. – 386 с.
11. Зорина, П. В. Написание пресс-релизов для интернет-СМИ в системе связей с общественностью [Электронный ресурс] / П. В. Зорина, Н. В. Шайдакова. – URL: <http://sibac.info/16127>.
12. Леднёв, А. Пресс-релизы как способ продвижения [Электронный ресурс]. – URL: <http://lifehacker.ru/2013/02/10/press-relizy-kak-sposob-prodvizheniya/>.
13. Носова, Е. А. От пресс-релиза к журналистскому тексту: основные типы трансформаций / Е. А. Носова // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – Т.11. – Вып. 6. Журналистика. – 2012. – С. 117–121.

## QUALITY CRITERIA OF THE PRESS RELEASE

*Press release is one of the important mechanisms of interaction of the organizations with the media. We have analyzed the quality criteria of the press release, examined the research, recommendations of practitioners and drawing attention to the experience of pr-specialists of the Southern Urals. The article criteria grouped into two aspects: the requirements for the form and content of the pr-posts.*

**Keywords:** public relations, pr, primary text, secondary text, pr-text.

### References

1. *V Kunashakskom rajone sotrudniki policii pozdravili s yubileem veterana MVD* [=In Kunashaksky District police congratulates veteran MIA], available at: <https://74.mvd.ru/news/item/6874850/>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
2. *V Chelyabinske budet rabotat' pryamaya goryachaya liniya detskogo telefona doveriya* [=In Chelyabinsk will operate a direct hotline child helpline], available at: <http://echochel.ru/news/2011/05/17/22670/>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
3. *V Chelyabinske proshel detskij hokkejnij turnir protiv domashnego nasiliya* [=In Chelyabinsk, held a children's hockey tournament against domestic violence], available at: <http://ombudsman74.ru/news/1508>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
4. *Kriterii* [=Criteria], available at: <http://pr-dozor.ru/criteria>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
5. *Margarita Pavlova primet uchastie v rabote goryachej linii detskogo «Telefona Doveriya»* [=Margarita Pavlova will take part in the children's hot line «telephone hotline»], available at: <http://ombudsman74.ru/news/83>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
6. *MMK otmechen premiej za razvitie i optimizaciyu zakupochnoj deyatel'nosti* [=MMK received an award for the development and optimization of procurement activities], available at: [http://mmk.ru/press\\_center/66261/](http://mmk.ru/press_center/66261/), accessed 05.12.2015. (In Russ.).
7. *Nominaciya: press-sekretari* [=Nomination: press secretaries], available at: <http://pr-dozor.ru/>, accessed 05.12.2015 (in Russ.).
8. Andrianov, A. *Kak napisat' press-reliz* [=How to write a press release], available at: <http://www.sandrianov.ru/?s=content&id=13>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
9. Antropov, S. V. *Kak pravil'no napisat' press-reliz? Primery i obrazcy press-relizov* [=How to write a press release? Examples and sample press releases], available at: <http://brave-agency.ru/articles/86/>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
10. Gundarin, M. V. (2006) *Kniga rukovoditelya otdela PR* [=PR Specialist's book], SPb, 386 p. (In Russ.).
11. Zorina, P. V. and Shajdakova, N. V. *Napisanie press-relizov dlya internet-SMI v sisteme svyazey s obshchestvennost'yu* [=Writing press releases to online media in the public relations], available at: <http://sibac.info/16127>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
12. Lednyov, A. *Press-relizy kak sposob prodvizheniya* [=Press releases as a way to promote], available at: <http://lifehacker.ru/2013/02/10/press-relizy-kak-sposob-prodvizheniya/>, accessed 05.12.2015. (In Russ.).
13. Nosova, E. A. (2012) *Ot press-reliza k zhurnalistskomu tekstu: osnovnye tipy transformacij* [=From the press release to the journalistic texts: the main types of transformations], in: *Vestnik NGU* [=Vestnik NSU], no. 6, pp. 117–121. (In Russ.).

Горновая Варвара Алексеевна – пресс-секретарь Челябинского регионального благотворительного фонда «Родная», магистр первого года обучения направления «Журналистика» Челябинского государственного университета.

varvara.gornovaya@mail.ru

## **РОЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Эта статья рассказывает о том, какое место связи с общественностью занимают в работе некоммерческих организаций. Автор на примере челябинского регионального отделения общероссийской общественной организации «Деловая Россия» рассматривает функционал пресс-секретаря, который взаимодействует с общественностью. Особое внимание в тексте уделяется тому, какие потребности есть у коммерческой и некоммерческой организации, и чем они отличаются. Как выяснилось, основная цель пресс-секретаря в некоммерческой организации – продвинуть некую идею. На основании анализа функционала, который выполняет пресс-секретарь (освещение деятельности организации, наполнение ресурсов контентом, медиапланирование, организация мероприятий, взаимодействие со СМИ и т. д.), была определена роль связей с общественностью. Специфика некоммерческой организации в том, что бюджет у нее ограничен, однако, для проведения мероприятий, которые будут формировать имидж, необходимы средства. Работа пресс-секретаря позволяет сделать организацию узнаваемой, о ней регулярно говорят, пишут среди целевой аудитории, в связи с чем, деятельность организации лежит на поверхности. Когда для мероприятий начинается поиск средств, то руководство организации может прийти к своей целевой аудитории, которая знает об этой организации. Именно связи с общественностью продвигают идею организации, что способствует привлечению внимания со стороны общественности, а также средств, как для обеспечения жизнедеятельности организации, так и для организации некоторых мероприятий.*

**Ключевые слова:** пресс-служба, связи с общественностью, значение пресс-служб, функции пресс-секретаря.

С развитием новых технологий сфера медиа существенно трансформировалась. В нашей стране существует множество некоммерческих организаций. Их основная цель – отстаивание той или иной позиции. Получение прибыли не является для них первостепенной задачей, хотя опять же говорить, что все некоммерческие организации не нацелены на получение материальной выгоды будет ошибочным. Когда подобная организация начинает расти, объединять все большее количество единомышленников, высказывать свою позицию, иными словами расширяться, тогда в большинстве случаев у них начинает работу пресс-служба. Наличие пресс-секретаря, специалиста по связям с общественностью, PR-специалиста – показатель успешности данной организации. Позволить себе содержать пресс-службу может не каждая структура, но практически каждая стремится к этому. Специалисты по связям с общественностью способствует еще большему развитию.

Век информационных технологий таков, что деятельность любой организации необходимо освещать, причем стоит учитывать тот информационный поток, который есть. Если вы живете в богатом на события информацион-

ном пространстве, то выделиться, быть услышанным или увиденным становится сложнее. На представителей пресс-служб и возлагают данную задачу – показать деятельность организации с целью формирования определенного мнения. Связи с общественностью сравнительно недавно появились в нашей стране. Существует множество определений этого понятия, каждый сам для себя формирует функционал этого направления.

Г. Г. Почепцов в своей книге «Паблик рилейшнз для профессионалов» дает следующее определение: «Связи с общественностью – это эффективная стратегия в области управления общественным мнением» [5. С. 110]. Он рассматривает связи с общественностью как стратегию управления коммуникативным пространством. Отметим, что речь здесь идет не просто о коммуникации, а о переходе от локальных «коммуникативных пространствах организации (корпорации)» к рассмотрению «глобального коммуникативного пространства», на котором господствует общественное мнение.

Остановимся на данном определении, ведь для некоммерческой организации первоначаль-

но важно формирование какой-либо позиции на то или иное явление или событие.

Некоммерческая общественная организация – это организация, деятельность которой не направлена на получение прибыли. Тогда возникает вопрос, зачем подобным структурам связи с общественностью, для которых привлечение материальных средств является одним из направлений деятельности. Любая общественная некоммерческая организация является носителем некоей идеологии. Остановимся подробнее на деятельности челябинского регионального отделения общероссийской общественной организации «Деловая Россия». Эта организация представляет интересы среднего бизнеса, создана она для ведения диалога между предпринимателями и представителями власти. В России существует 4 подобных организации, деятельность которых направлена на защиту интересов бизнес-сообщества: «РСПП» – большой бизнес, «Опора России» – малый бизнес, Торгово-промышленная палата и «Деловая Россия» – средний бизнес. «Деловая Россия» позиционирует себя, как «союз предпринимателей нового поколения российского бизнеса, работающих в основном в несырьевом — перерабатывающем секторе нашей экономики: в машиностроении, строительстве, лёгкой промышленности, в сельском хозяйстве и сфере финансовых услуг, информационных технологий и многих других» [2]. На сегодняшний день на территории Российской Федерации открыто 77 отделений. В Челябинске также есть отделение данной организации, на примере которой мы и рассмотрим роль связей с общественностью в деятельности некоммерческих организаций. ЧРО ООО «Деловая Россия» существует с 2011 года. Одну из должностей занимает пресс-секретарь, который и осуществляет связи с общественностью. Данная организация ставит своей целью в партнёрском диалоге с обществом и властью добиться развития России как демократической страны с современной диверсифицированной рыночной экономикой, развитым многочисленным бизнесом и сильным государством, обеспечивающим эффективное развитие и порядок в стране. Содействовать формированию и реализации экономической политики государства, нацеленной на создание благоприятных условий для развития предпринимательства, частной инициативы, конкуренции как средства достижения общей стратегической цели – повышения уровня жизни её граждан на основе эконо-

мического роста. Исходя из цели пресс-служба выполняет определенные роли.

Конечно, мы понимаем, что так называемое формирование связей с общественностью в некоммерческих организациях произошло гораздо позже, чем, например, в политическом секторе. Существующая ситуация обусловлена особенностями социально-экономического и политического развития России в новейшей истории. Проникать в социальную сферу связи с общественностью стали позднее, чем в экономическую или политическую жизнь, где постоянно меняющиеся условия, высокая конкуренция, борьба за потребителей, необходимость заботы об имидже изначально потребовали традиционного инструментария СО. Более того, в России, где государство всегда доминировало и доминирует по отношению к обществу, которое в свою очередь индифферентно и не имеет классических гражданских институтов, социальная сфера всегда воспринималась как второстепенная и финансировалась по остаточному принципу [6. С. 187].

Для обеспечения собственной жизнедеятельности некоммерческий блок начал создавать собственные пресс-службы. Мы понимаем, что представители СМИ сами не приходят в подобные организации и не рассказывают об их деятельности. У любой общественной организации есть своя целевая аудитория. У «Деловой России» это представители среднего бизнеса и представители власти. Необходимость использования связей с общественностью очевидна, ведь именно благодаря им происходит воздействие на целевую группу. Связи с общественностью всегда что-то продвигают. В коммерческом блоке – это товары или услуги, в данном случае – это идея. Продвигается она посредством освещения деятельности самой организации, ее членов и реализуемых проектов. Собственно сами проекты и есть деятельность организации. У «Деловой России» есть множество проектов. Эта организация постоянно участвует в различных форумах, круглых столах, бизнес-миссиях, деловых поездках и т. д. Кроме этого, она и сама выступает в роли организатора некоторых мероприятий. Однако надо понимать, что на организацию того же самого форума необходим бюджет, а организация является некоммерческой – денег у нее нет, бюджет всегда ограничен. Как действовать в таком случае? Здесь в работу включаются связи с общественностью, которые начинают искать спонсоров. Для того чтобы найти спонсора, необходимо ему предложить что-то взамен.

Естественно, если к тому или иному спонсору придет никому не известная компания, то скорей всего получить какую-либо помощь ей не удастся. Разберем подробно функционал специалиста по связям с общественностью ЧРО ООО «Деловая Россия», который нам поможет определиться с ролью СО в некоммерческих организациях. Однако для начала посмотрим на задачи организации, из которых раскрытие функционала будет более понятным.

Задачи «Деловой России»:

- взаимодействие с органами государственной власти, подготовка аналитических докладов, экспертных заключений, проектов текстов законодательных актов с целью создания условий для экономического роста, развития предпринимательства в России, реализации интересов как нового делового сословия России в целом, так и отдельных его членов;

- формирование позитивного отношения российских граждан к бизнесу, признание им той важной роли, которую он играет в развитии общества;

- защита интересов бизнеса от неправомерных действий со стороны конкурентов, государственных и правоохранительных структур, а также организация работы по устранению избыточных административных и иных барьеров, препятствующих ускоренному развитию российской экономики;

- проведение в рамках организации совместных деловых и социальных проектов;

- возобновление забытых и создание новых традиций российского делового сообщества.

Отсюда вытекает следующий функционал пресс-секретаря.

**Освещение деятельности организации.**

Пресс-секретарь обязан писать о каждом событии, которое произошло в организации. Например, один из участников «Деловой России» выступил модератором круглого стола на тему: «Кадастровая оценка». Сначала должен появиться анонс этого мероприятия на сайте организации, затем анонс должен быть разослан по представителям СМИ. Анонс формируется так, чтобы привлечь внимание журналистов. Порой пресс-секретарь для разных изданий пишет разные анонсы, потому что кому-то важна одна составляющая, а кому-то – другая. И еще один инструмент, которым активно пользуются в современном обществе – это социальные сети. Мы не будем подробно разбирать работу с соцсетями, потому что это тема для другой статьи. Скажем лишь то, что этим инструментом

в последнее время пользуются многие, ведь он бесплатен и уже успел доказать свою эффективность. Далее пресс-секретарь должен связаться с представителями СМИ и подтвердить их участие. Помимо этого, он готовит раздаточный материал для всех участников круглого стола. После мероприятия ему необходимо написать релиз. Этот материал публикуется на сайте организации, а также рассылается всем средствам массовой информации. На этом работа не заканчивается, далее необходимо провести мониторинг – понять, сколько откликов получил его релиз. Под освещением понимается любые материалы, написанные и опубликованные, раскрывающие деятельность организации.

**Наполнение ресурсов организации контентом.** Помимо того, что пресс-секретарь пишет релизы и анонсы для СМИ, он еще и создает тексты другой направленности. Надо понимать, что у организации есть собственные ресурсы, где размещают материалы. В данном случае это сайт (региональный и федеральный), соцсети, печатная продукция. Печатная продукция «Деловой России» не имеет постоянной регулярности. Обычно выпуск газеты или журнала привязывают к тому или иному событию. Туда входят материалы не только информационного характера, это могут быть аналитические статьи, комментарии делороссов, их биографии, очерки. Все это показывает жизнедеятельность организации. Безусловно, контент может быть как собственный, так и из других источников. Очень часто на ресурсах «Деловой России» размещают новости деловых изданий, которые могут быть интересны бизнес-сообществу. В последнее время тенденция такова, что все больше материалов являются уникальными, написанными самим пресс-секретарем. Если посмотреть на сайт «Деловой России», как федеральный, так и региональный, то можно заметить, что он постоянно обновляется.

**Курирование проектов.** Под эгидой «Деловой России» регулярно проводятся различные проекты. Один из последних, самых масштабных, на уровне региона – это реалити-шоу «ПРОСТО БИЗНЕС». Стоит отметить, что проект набрал невероятную популярность, уже снято три сезона, следующие планируется снимать на федеральном уровне. Пресс-секретарь обязан помогать в организации проекта – привлечение спонсоров, написание коммерческих предложений, освещение этих проектов, создание отдельных площадок для освещения, одним словом, ответственность за рекламную кампанию лежит на нем. Надо понимать, что все проекты также не-

сут определенную идею – привлечение внимания населения к предпринимательской деятельности, популяризация бизнеса, развитие стартапов.

Это лишь часть функционала пресс-секретаря. Конечно, он занимается и составлением медиапланов, поиском инфоповодов и так далее. На основании функционала можно определить роль связей с общественностью в некоммерческих организациях.

Бюджет, выделяемый на осуществление мероприятий в сфере связей с общественностью для коммерческих организаций, не сопоставим с бюджетами некоммерческих организаций. Некоммерческие организации, таким образом, всегда имеют «преимущество» ограниченных бюджетных ресурсов. Именно эти бюджетные ограничения и требовали от некоммерческих организаций использования в связях с общественностью более рискованных и оригинальных способов по сравнению с коммерческими фирмами. В начале 1990-х профессор Бизнеса из Гарварда, Розабет Мосс Кантер советовала Американским бизнесменам делать большее из меньшего. Именно этим и занимаются все некоммерческие организации.

По своей природе некоммерческие организации являются предпринимательскими, поэтому сегодня, активно используя инструментарий современного бизнеса, они еще больше преуспевают в том, чтобы делать большее из меньшего.

Деятельность специалистов по связям с общественностью в некоммерческом секторе, как, правило, ассоциируется с фандрайзингом и спонсорингом.

А. Н. Чумиков дает следующие определения этим понятиям [6. С. 235]:

Спонсоринг (от англ. Sponsor – покровитель, заказчик) – это подбор или организация события (или иного объекта спонсирования); ведение и контроль события; проведение и/или контроль рекламной и СО-кампании, гарантированное осуществление проекта с учетом интересов спонсора.

Фандрайзинг (от англ. fund-raising – сбор средств) – целенаправленный систематический поиск спонсорских или иных средств для осуществления социально-значимых проектов и поддержки тех или иных институтов.

Также под фандрайзингом понимается «деятельность по привлечению и аккумуляции финансовых средств из различных источников на реализацию социально-культурных проектов и программ, обычно не имеющих непосредственно коммерческой выгоды, и носящих кратковременный характер» [4. С. 173].

Итак, из вышесказанного можно сделать следующие выводы. Деятельность пресс-службы «Деловой России» не направлена на получение прибыли. Основная цель – продвинуть идею. В данном случае – привлечение новых членов в организацию. Это делается путем популяризации предпринимательской деятельности, созданием новых проектов, направленных на улучшение бизнес-среды, а также продвижение самой организации среди своей целевой аудитории – средний бизнес. Таким образом, именно связи с общественностью способствует тому, что организация существует, о ней знают и в нее вступают новые члены.

Из этого можно сделать вывод роль связей с общественностью в любой некоммерческой организации:

- привлечение внимания своей целевой аудитории к организации;
- продвижение некоей идеи, которая повлечет за собой ряд необходимых действий. Связи с общественностью позволяют организации заявлять о своей позиции, транслировать ее через определенные каналы. Также именно деятельность специалистов по связям с общественностью помогают получать этой организации средства на осуществление своей деятельности.

### Список литературы

1. Ачкасова, В. А. Связи с общественностью как социальная инженерия [Текст] / В. А. Ачкасова, М. Л. Бабочиева, Н. Н. Белянина и др.; под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
2. Деловая Россия Челябинск [Электронный ресурс]. – URL: <http://deloros74.ru>.
3. Кондратьев, Э. Связи с общественностью: учеб. пособие для высш. шк. [Текст] / Э. Кондратьев, Р. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. – М.: Акад. Проект, 2004. – 432 с.
4. Кривоносов, А. Д. Основы пиарологии (науки о связях с общественностью): учебное пособие для вузов [Текст] / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб.: Роза мира, 2008. – 410 с.
5. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшенз для профессионалов [Текст] / Г. Г. Почепцов. – М.: Ваклер, 2005. – 255 с.
6. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006. – 552 с..

## THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN NON-PROFIT ORGANIZATIONS

*This article talks about the place of public relations in the take-profit organizations. The author of the example of the Chelyabinsk regional branch of the Russian public organization "Business Russia" considers the functionality of the PR-specialist, which interacts with the public. Particular attention is paid to the text, which needs have a commercial or non-commercial organizations, and how they differ. As it turned out, the main purpose of the PR-specialist to the non-profit organization - to promote a certain idea. On the basis of functional analysis, which performs the press secretary (the lighting of the organization, content resources, content, media planning, event management, media relations, and so on), Identified the role of public relations. The specifics of non-profit organization that her budget is limited, however, to carry out activities that will form the image, the necessary funds. Jobs PR-specialist allows you to make a recognizable organization, regularly speak about it, write to the target audience, in this connection, the organization is on the surface. When the event begins fundraising, the organization's leadership can come to its target audience, which knows about the organization. That public relations promoting the idea of the organization, which helps to attract the attention of the public, as well as the means for ensuring life organization and for the organization of certain events.*

**Keywords:** media relations, public relations, PR, PR place, interaction with the media.

### References

1. Achkasova, V. A. (2005), *Svyazi s obshchestvennost'yu kak social'naya injeneriya* [=Public Relations as a social engineering], St. Petersburg, 336 p. (In Russ.).
2. *Delovaya Rossiya Chelyabinsk* [=Internet Language: Business Russia Chelyabinsk], available at: <http://deloros74.ru>, accessed 11.01.2016. (In Russ.).
3. Kondrat'ev, E. (2004) *Svyazi s obshchestvennost'yu: uchebnoe posobie* [=Public Relations textbook], Moscow, 432 p. (In Russ.).
4. Krivonosov, A. D. (2008) *Osnovi piarologii (nauka o svyazyah s obshchestvennost'yu): uchebnoe posobie* [=Basics piarologii (the science of public relations): a tutorial], St. Petersburg, 410 p. (In Russ.).
5. Pohepcov, G. G. (2005) *PR dlya professionalov* [=PR professionals], Moscow, 255 p. (In Russ.).
6. Chumikov, A. N. (2006) *Svyazi s obshchestvennost'yu: teoriya i praktika* [=Public Relations: Theory and Practice], Moscow, 552 p. (In Russ.).

Климова Регина Олеговна – пресс-секретарь ЧРО ООО «Деловая Россия», PR-специалист ВУК «Комплексные продажи», магистр факультета журналистики ЧелГУ.  
regklim@gmail.com

## МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТАНДАРТИЗАЦИИ

В настоящее время продолжается разработка профессиональных стандартов деятельности в области журналистики и средств массовой информации. В основе этих работ – общероссийский классификатор занятий. Предлагаем познакомиться с фрагментом этого документа, касающимся профессий, связанных с журналистикой, а также рядом уже утвержденных профессиональных стандартов.

Общероссийский классификатор занятий. ОК 010–2014 (МСКЗ–08). – М.: Стандартинформ, 2015. С. 170–172.

*Основная группа*

2 Специалисты высшего уровня квалификации

*Подгруппа*

26 Специалисты в области права, гуманитарных областей и культуры

*Малая группа*

264 Писатели, журналисты и лингвисты

Писатели, журналисты и лингвисты задумывают и создают литературные произведения; интерпретируют и распространяют новости и общественные события посредством средств массовой информации; осуществляют письменный или устный перевод с одного языка на другой. Выполняемые обязанности работников данной малой группы обычно включают: написание литературных произведений; оценку качеств литературных и других произведений искусства; сбор информации о текущих событиях и их описание; поиск, расследование, интерпретацию и распространение новостей и общественных событий посредством газет, телевидения, радио и других средств массовой информации; письменный перевод с одного языка на другой; синхронный перевод с одного языка на другой. Занятия данной малой группы подразделяются на следующие начальные группы:

2641 Писатели, поэты и другие литераторы

2642 Журналисты

2643 Переводчики и другие лингвисты.

2642 Журналисты

Журналисты проводят исследования, расследуют, интерпретируют и распространяют новости и информацию об общественных событиях посредством газет, телевидения, радио и других средств массовой информации. В их обязанности входит:

– сбор местных, национальных и международных новостей посредством интервью, расследований и наблюдений, посещение общественных мероприятий, поиск документов, обзор письменных произведений, посещение фильмов и сценических представлений;

– сбор, составление отчетов и подготовка комментариев к новостям и текущим событиям для публикации в газетах и периодических изданиях или для передачи по радио, телевидению или в сети интернет;

– получение, анализ и проверка достоверности новостей и других документов;

– интервью с политическими и другими общественными деятелями на пресс- конференциях или других мероприятиях, включая индивидуальные интервью, записанные для радио, телевидения или интернет-изданий;

– проведение исследований и составление отчетов о развитии событий в специализированных областях, таких как медицина, наука и техника;

– написание редакционных статей и подготовка комментариев по актуальным проблемам для привлечения общественного интереса и выражения мнений о публикации или эфирном материале;

– подготовка критических обзоров литературных, музыкальных и других произведений искусства на основе своих знаний, суждений и опыта, для газет, телевидения, радио и других средств массовой информации;

– выбор материалов для публикации, проверка стиля, грамматики, точности и законности содержания, а также согласование всех необходимых правок;

– поддержание связи с производственным персоналом для проверки последней корректуры перед печатью;

– выбор, подбор и подготовка рекламных материалов о деловых или других организациях для публикации в печати, передачи по радио, телевидению и в других средствах массовой информации.

*Примеры занятий, отнесенных к данной начальной группе:*

Газетный репортер

Журналист

Продюсер телевизионных/радио новостей

Редактор газеты

Редактор отдела

Репортер телевизионных/радио новостей

Составитель спортивных текстов

*Некоторые родственные занятия, отнесенные к другим начальным группам:*

Специалист, связи с общественностью – 2432

Автор – 2641

Редактор книг – 2641

Фотожурналист – 3431

Кинооператор – 3521

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «21» мая 2014 г. №339н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Корреспондент средств массовой информации

105

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

Корреспондент (репортер) в мультимедийных, печатных, теле-  
и радиовещательных средствах массовой информации (СМИ)

(наименование вида профессиональной деятельности)

11.003

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Подготовка и создание информационного материала, освещающего события, явления, факты, предназначенного для распространения с помощью средств массовой информации

Группа занятий:

2451	Журналисты и литературные работники	-	-
(код ОКЗ <sup>1</sup> )	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

92.2	Деятельность в области радиовещания и телевидения
92.4	Деятельность информационных агентств
92.40	Деятельность журналистов и фоторепортеров
(код ОКВЭД <sup>2</sup> )	(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	6	Отслеживание информационных поводов и планирование деятельности	А/01.6	6
			Получение информации для подготовки материала	А/02.6	6
			Обработка и проверка полученной информации для материала	А/03.6	6
			Формирование материала	А/04.6	6

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	Код	A	Уровень квалификации	6
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Корреспондент, репортер
-----------------------------------	-------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат (В особых случаях по решению редакции квалификационный уровень может быть снижен)
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2451	Журналисты и литературные работники
ОКСО <sup>3</sup>	030600	Журналистика
	030901	Издательское дело и редактирование

#### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Отслеживание информационных поводов и планирование деятельности	Код	A/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Самостоятельный поиск событий, явлений, фактов как основы материала
	Согласование темы будущего материала с редакцией

	Получение задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией
	Изучение специфики и особенностей освещаемой темы
	Определение основной сюжетной линии будущего материала
	Составление графика работы для соблюдения сроков задания
	Подготовка предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции
Необходимые умения	Определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории Пользоваться современными средствами связи, информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации Использовать приемы эффективной коммуникации Анализировать большой объем информации Соблюдать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом
Необходимые знания	Достоверные источники информации Технологии и методы поиска информации Специальные знания в информационной специализации СМИ Приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы Профессиональная этика журналистской деятельности Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Получение информации для подготовки материала	Код	A/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование контактов, необходимых для создания материала (по заданию редакции или собственной инициативе)
	Подготовка вопросов для интервью
	Проведение интервью, проведение опросов
	Выезд на места для освещения событий на определенной редакцией территории
	Фото-, видео- аудиодокументирование освещаемого события
	Освещение события в теле-, радиопрограммах, транслируемых в прямом эфире, в онлайн-трансляциях программ сетевых СМИ
	Организация работы съемочной группы (для теле-, радио- и мультимедийного корреспондента)
Необходимые умения	Пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи
	Организовывать и проводить интервью

	Использовать современные технические средства для фотосъемки, видео-, аудиозаписи информации
	Использовать приемы коммуникации, выступать публично
	Работать в кадре, перед микрофоном (для теле-, радио- и мультимедийного корреспондента)
	Координировать работу участников съемочной группы
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
	Профессиональная этика журналистской деятельности
	Методика интервьюирования
	Основы психологии общения
	Основы операторского искусства
Другие характеристики	-

### 3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Обработка и проверка полученной информации для материала	Код	А/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Изучение и анализ собранной информации
	Поиск дополнительных источников информации для проверки полученных данных
	Анализ дополнительной информации для проверки достоверности полученной информации
	Обработка материалов (обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных)
Необходимые умения	Пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, в том числе в сети Интернет
	Анализировать большой объем информации
	Использовать методы обработки и редактирования информации с использованием современных технических средств
Необходимые знания	Методы проверки и оценки достоверности информации
	Этика журналистской деятельности
	Специальные знания в информационной специализации СМИ
	Требования к формату материала
Другие характеристики	-

### 3.1.4. Трудовая функция

Наименование	Формирование материала	Код	A/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подготовка обработанных материалов в формате публикации
	Подготовка материала определенного жанра и тематики (очерки, статьи, аудио/видеосюжеты) для телевидения, радио, сетевого издания, печати и информационных лент
	Разработка предложений для монтажа видео-, аудиоматериалов при формировании видеоматериала
	Представление материала ответственному (выпускающему) редактору для печати, эфира, размещения в сетевом издании
Необходимые умения	Выстраивать сюжет материала согласно сценарным законам
	Расставлять акценты на значимых деталях в итоговом материале
	Формулировать заголовок для материала
	Готовить материалы в соответствии с требованиями редакции
Необходимые знания	Грамматика и стилистика русского и иностранного языка, необходимого для осуществления трудовых обязанностей
	Специальные знания в информационной специализации СМИ
	Принципы построения материалов в соответствии с законами жанра
	Основы линейного и нелинейного монтажа
Другие характеристики	-

## IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

### 4.1. Ответственная организация-разработчик

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «04» июня 2014 г. №357н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Оператор средств массовой информации

139

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

Оператор в сфере средств массовой информации (СМИ)  
(наименование вида профессиональной деятельности)

11.007

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Проведение и обеспечение фото- и видеосъемки материалов, предназначенных для распространения с помощью средств массовой информации

Группа занятий:

3132	Техники и операторы аппаратуры для радио-, телевидения и телесвязи	3131	Фотографы, техники и операторы аппаратуры для записи изображения и звука
(код ОКЗ <sup>1</sup> )	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

74.8	Предоставление различных видов услуг
74.81	Деятельность в области фотографии
92.2	Деятельность в области радиовещания и телевидения
(код ОКВЭД <sup>2</sup> )	(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Обеспечение производства телепрограмм и проектов	5	Осуществление видеосъемки в павильоне, с выполнением при необходимости функции оператора-постановщика	А/01.5	5
			Выезд на съемки вместе с журналистом	А/02.5	5
			Организация производства телепрограмм и иных визуальных произведений	А/03.5	5
			Обеспечение качественной записи звука при производстве программ	А/04.5	5
			Осуществление производственного процесса подготовки и создания постановочных программ с помощью операторской техники	А/05.5	5
В	Руководство работой других телеоператоров и технического обслуживающего персонала	5	Подготовка студии к прямому эфиру или записи совместно с видеоинженерами	В/01.5	5
			Руководство операторской группой, ведущей съемку, организация ее работы	В/02.5	5

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование 

Обеспечение производства телепрограмм и проектов
--

 Код 

А
---

 Уровень квалификации 

5
---

Происхождение обобщенной трудовой функции 

Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
------------	---------------------------	--	--

  
Код оригинала Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Телеоператор Кинооператор Видеооператор Оператор видеозаписи Звукооператор Оператор звукозаписи
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	3132	Оператор тележурналистского комплекса
		Звукооформитель радиовещания
	3131	Фотографы, техники и операторы аппаратуры для записи изображения и звука
		Оператор звукозаписи
ОКСО <sup>3</sup>	071105	Кинооператорство

### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Осуществление видеосъемки в павильоне, с выполнением при необходимости функции оператора-постановщика	Код	A/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Съемка авторских, коммерческих, новостных, концертных и других программ в прямом эфире и для записи с использованием необходимой аппаратуры и в соответствии с предъявляемыми на телевидении требованиями
	Контроль качества записи во время съемки
	Контроль исправности и работоспособности необходимой аппаратуры (камеры, микрофона, батарей, накамерного освещения)
	Съемки проб артистов и участников программ, а также специальных проб света, грима, костюмов персонажей
Необходимые умения	Пользоваться приемами композиции кадра и световым решением
	Работать со съемочной техникой, светотехникой и оптическими аксессуарами
	Определять место для всех необходимых камер
	Настраивать экспозицию и фокусное расстояние
	Выбирать правильную композицию
	Выдерживать статику в начале и в конце каждого кадра
	Приостанавливать кадр в нужный момент, делая необходимые акценты
	Работать с крупным планом
Необходимые знания	Законы видеомонтажа, системы нелинейного монтажа
	Перспектива видеокadra
	Основы композиции и экспонетрии
	Основополагающие принципы функционирования организаций отрасли
	Передовой отечественный и зарубежный опыт операторской работы
	Проблемы в жизни страны и государств региона, входящих в сферу профессиональных интересов
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
	Нормативные документы, определяющие требования, предъявляемые к уровню телевизионных программ
	Основы работы со светом, световым оборудованием
	Основы звукорежиссуры и записи звука
	Правила использования съемочной и осветительной техники
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование  Код  Уровень (подуровень) квалификации

Происхождение трудовой функции 

Оригинал X	Займствовано из оригинала		
------------	---------------------------	--	--

  

Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
---------------	---

Трудовые действия	Проведение съемки авторских, коммерческих, новостных, концертных и других программ на выезде с использованием необходимой аппаратуры и в соответствии с предъявляемыми на телевидении требованиями
	Контроль качества записи во время съемок
	Контроль исправности и работоспособности необходимой аппаратуры (камеры, микрофона, батарей, переносного освещения)
	Выполнение указаний журналиста в ходе совместной работы
	Съемка проб артистов и участников программ, а также специальных проб света, грима, костюмов персонажей
Необходимые умения	Работать со съемочной техникой, светотехникой и оптическими аксессуарами в разных климатических условиях
	Работать с мобильными системами, спутниковыми модемами
	Определять место для всех необходимых камер
	Работать с крупным планом
	Реализовывать средствами операторского оборудования режиссерский или журналистский замысел на съемочной площадке
Необходимые знания	Законы видеомонтажа и системы нелинейного монтажа
	Принципы и правила использования съемочного оборудования
	Основы композиции и экспонетрии
	Основополагающие принципы функционирования организаций отрасли
	Основы звукорежиссуры и записи звука
	Передовой отечественный и зарубежный опыт операторской работы
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.3. Трудовая функция

Наименование  Код  Уровень (подуровень) квалификации

Происхождение трудовой функции 

Оригинал X	Займствовано из оригинала		
------------	---------------------------	--	--

  

Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
---------------	---

Трудовые действия	Составление заявки на необходимую операторскую технику для проведения трактовых репетиций, съемок, в том числе передач прямого эфира
	Совершенствование технологий съемочного процесса и предупреждения операторского брака
	Своевременное информирование руководителя отдела и технической службы о неисправности подотчетной съемочной и осветительной аппаратуры
	Отбор дублей
	Сдача готовых программ совместно с коллегами
Необходимые умения	Работать со съемочной техникой, светотехникой и оптическими аксессуарами
	Делать настройку экспозиции и фокусного расстояния
	Выбирать правильную композицию
Необходимые знания	Законы видеомонтажа, системы нелинейного монтажа
	Перспектива видеокadra
	Принципы и правила использования съемочного оборудования
	Основы композиции и экспонометрии
Другие характеристики	Основополагающие принципы функционирования организаций отрасли
	-

### 3.1.4. Трудовая функция

Наименование	Обеспечение качественной записи звука при производстве программ	Код	A/04.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Составление заявки на необходимое радиотехническое оборудование для проведения трактовых репетиций, съемок, в том числе передач прямого эфира
	Совершенствование технологий звукозаписи и предупреждения брака
	Своевременное информирование руководителя отдела и технической службы о неисправности подотчетной аппаратуры
	Запись или обработка звука
	Контроль технического качества фонограммы
	Обеспечение сбалансированности различных звуков
	Контроль (микширование) уровня звука в соответствии с экспликацией звукорежиссера
Необходимые умения	Работать со звукозаписывающей техникой
	Своевременно выявлять неисправности оборудования и принимать оперативные меры для их устранения
	Готовить оборудование к ведению записи и выдаче передач в эфир

Необходимые знания	Технология съемок и последующего озвучивания
	Правила расстановки микрофонов
	Принципы и правила использования оборудования
	Свойства звука, акустические характеристики помещений, предметов, инструментов
	Принципы функционирования организаций отрасли
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.5. Трудовая функция

Наименование	Осуществление производственного процесса подготовки и создания постановочных программ с помощью операторской техники	Код	A/05.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Съемка проб артистов и участников программ, а также специальных проб света, грима, костюмов персонажей
	Использование технических средств для достижения необходимых художественных эффектов
	Использование технических средств для донесения до зрителя основной мысли режиссера и общей атмосферы сюжета
	Разработка режиссерских сценариев (экспликаций) совместно с коллегами
	Разработка проектов календарно-постановочных планов создания программ совместно с коллегами
	Использование возможностей современной аппаратуры (камеры, средств освещения)
Необходимые умения	Настраивать экспозицию и фокусное расстояние
	Передавать настроение и атмосферу события
	Пользоваться приемами композиции кадра и светового решения
	Понимать смысловое и пластическое содержание эпизода
	Приостанавливать кадр в нужный момент, делая необходимые акценты
Необходимые знания	Законы видеомонтажа, системы нелинейного монтажа
	Перспектива видеокadra
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
	Принципы и правила использования съемочного оборудования
	Основы звукорежиссуры и записи звука
	Основы композиции и экспонетрии
Другие характеристики	-

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство работой других телеоператоров и технического обслуживающего персонала	Код	В	Уровень квалификации	5
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Телеоператор Кинооператор Видеооператор Оператор видеозаписи Звукооператор Оператор звукозаписи
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Опыт работы оператором не менее двух лет
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	3132	Оператор тележурналистского комплекса
		Звукооформитель радиовещания
	3131	Оператор звукозаписи
		Оператор видеозаписи
ОКСО <sup>3</sup>	071105	Кинооператорство

#### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Подготовка студии к прямому эфиру или записи совместно с видеоинженерами	Код	В/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Определение сцен, нуждающихся в использовании вспомогательного операторского оборудования
	Выбор изобразительной трактовки сцен
	Разработка концепции звукового оформления
	Обработка звука, контроль качества звука, технического качества фонограммы
	Руководство работой ассистента оператора и другого технического персонала
	Контроль исправности и работоспособности необходимой аппаратуры (камеры, микрофона, батарей, накамерного освещения, радиотехнического оборудования)
Необходимые умения	Пользоваться приемами композиции кадра и световым решением
	Пользоваться технологией записи и обработки звука
	Пользоваться техническими средствами (цифровыми и аналоговыми)
	Использовать организаторские способности
	Работать со съемочной техникой, светотехникой и оптическими аксессуарами, радиотехническим оборудованием
	Определять места расстановки необходимых камер
	Настраивать экспозицию и фокусное расстояние
	Работать оператором-постановщиком
Необходимые знания	Законы видеомонтажа, системы нелинейного монтажа
	Функции оператора-постановщика
	Перспектива видеокadra
	Технология съемок и последующего озвучивания
	Основы композиции и экспонетрии
	Основы работы со светом, световым оборудованием
	Свойства звука, акустические характеристики различных помещений, предметов, инструментов
	Основы звукорежиссуры и записи звука
	Правила использования съемочной и осветительной техники
Другие характеристики	-

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство операторской группой, ведущей съемку, организация ее работы	Код	V/02.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Комплектация необходимой съемочной техники
	Руководство работой ассистента оператора
	Руководство установкой специального освещения и работой осветителя
	Контроль подготовки студии к прямому эфиру или записи

	Руководство процессом съемки при многокамерной съемке
	Своевременное информирование технического отдела о наличии и качестве расходных материалов
	Контроль своевременного приобретения необходимых расходных материалов
	Осуществление наставничества / обучения телеоператоров
	Определение мест для расстановки телевизионных камер и выяснение необходимости применения других технических средств
	Контроль качества эффектов, светового и цветового изображения
	Согласование с руководителями программ проектов декораций и композиции кадров
	Контроль исправности видеоаппаратуры, осветительной аппаратуры и радиотехнического оборудования на месте съемки
Необходимые умения	Осуществлять контроль за соблюдением технологий съемки и качеством картинки, руководство и (или) наставничество
	Работать со служебными документами, оформлять необходимую документацию
	Работать с современным профессиональным комплексом операторского оборудования
	Разрабатывать световую и цветовую партитуру
	Правильно выбирать композицию
	Встраивать перспективу видеокadra
	Перестраивать экспозицию и фокусное расстояние
	Работать со светом
	Выполнять различные виды съемки
Необходимые знания	Правила внутреннего трудового распорядка
	Методические и нормативные материалы по вопросам выполняемой работы
	Основы фотокомпозиции
	Особенности работы с осветительными приборами
	Правила использования оборудования
Другие характеристики	-

#### **IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта**

##### **4.1. Ответственная организация-разработчик**

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте России», город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «4» августа 2014 г. №538н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Редактор средств массовой информации

122

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

Редактирование и подготовка материалов к публикации  
в средствах массовой информации (СМИ)

(наименование вида профессиональной деятельности)

11.006

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Удовлетворение потребностей населения в актуальной информации различной тематики

Группа занятий:

1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы	2451	Журналисты и литературные работники
(код ОКЗ <sup>1</sup> )	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

22.12	Издание газет
22.13	Издание журналов и периодических публикаций
92.2	Деятельность в области радиовещания и телевидения
92.4	Деятельность информационных агентств
(код ОКВЭД <sup>2</sup> )	(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Работа над содержанием публикаций СМИ	6	Выбор темы публикации (разработка сценариев)	А/01.6	6
			Подготовка к публикации собственных материалов (работа в эфире)	А/02.6	6
			Отбор авторских материалов для публикации	А/03.6	6
			Редактирование материалов	А/04.6	6
В	Организация работы подразделения СМИ	7	Разработка концепции авторских проектов	В/01.7	7
			Планирование и координация деятельности подразделения	В/02.7	7
			Анализ результатов деятельности подразделения	В/03.7	7
			Установление и поддержание контактов с внешней средой	В/04.7	7

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Работа над содержанием публикаций СМИ	Код	А	Уровень квалификации	6
--------------	--	-----	---	-------------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистраци- онный номер професси- онального стандарта

Возможные наименования должностей	Редактор Литературный редактор Ведущий редактор Редактор отдела Редактор новостей Заместитель главного редактора Шеф-редактор Старший редактор Ответственный редактор Редактор-консультант Редактор-стилист
---	---

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат в области СМИ
Требования к опыту практической работы	Не менее шести месяцев в должности корреспондента
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2451	Журналисты и литературные работники
ЕКС <sup>3</sup>	-	Редактор
ОКСО <sup>4</sup>	030901	Издательское дело и редактирование

### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование Выбор темы публикации (разработка сценариев) Код A/01.6 Уровень (подуровень) квалификации 6

Происхождение трудовой функции 

Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
------------	---------------------------	--	--

 Код оригинала \_\_\_\_\_ Регистрационный номер профессионального стандарта \_\_\_\_\_

Трудовые действия	Поиск и оценка информационных поводов
	Определение круга проблем, которые необходимо осветить в свежем выпуске газеты (журнала, передачи), расстановка смысловых акцентов
	Формулирование заданий корреспондентам по самостоятельному выбору тем и поиску информации для публикаций, а также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой
	Рекомендации по составлению сценариев сюжетов, разрабатываемых тележурналистами, редактирование сценариев
Необходимые умения	Выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события
	Определять приоритетные для публикаций темы
	Объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала
	Составлять сценарии
Необходимые знания	Основные источники необходимой информации
	Принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов)
	История России, основы международной политики
	Специализированные знания в предметной области СМИ
	Иностранные языки, необходимые для осуществления трудовых (должностных) обязанностей
	Профессиональная журналистская этика
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование Подготовка к публикации собственных материалов / работа в эфире Код A/02.6 Уровень (подуровень) квалификации 6

Происхождение трудовой функции 

Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
------------	---------------------------	--	--

 Код оригинала \_\_\_\_\_ Регистрационный номер профессионального стандарта \_\_\_\_\_

Трудовые действия	Оценка целесообразности и принятие решений о включении собственных материалов в выпуск (для шеф-редакторов)
	Сбор необходимой информации для подготовки материала
	Анализ содержания полученной информации, целесообразности и способов ее внедрения в проект
	Создание материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки)
	Работа в теле- или радиозфире (в том числе ведение собственной программы)
Необходимые умения	Владеть стилистикой различных журналистских жанров: писать статьи, заметки, рецензии
	Уверенно выступать перед публикой в теле- или радиозфире, владеть навыками грамотной устной речи (для редакторов теле- и радиокompаний)
	Поддерживать беседы на актуальные темы
	Корректно вести полемику, аргументировать свою точку зрения
Необходимые знания	Задачи и методы, технология и техника создания журналистских публикаций, их содержательная и структурно-композиционная специфика
	Основные жанры журналистики, их стилистические особенности
	Принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами)
	Профессиональная журналистская этика
	Правила и нормы современного русского литературного языка
	Специализированные знания в предметной области СМИ
Другие характеристики	-

### 3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Отбор авторских материалов для публикации	Код	А/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Ознакомление с материалами, предоставляемыми в СМИ авторами (корреспондентами)
	Оценка степени компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации
	Проверка актуальности и достоверности информации, предоставленной авторами
	Анализ содержания полученных материалов, целесообразности и способов их использования в проекте
	Принятие решений о публикации, отклонении материалов или о возможности их размещения в последующих выпусках СМИ (для шеф-редакторов)

Необходимые умения	Оценивать качество предоставленных материалов, принимать оперативные решения по поводу возможности их публикации
	Выявлять сильные и слабые стороны предоставленных авторами материалов, характер информации, которой их нужно дополнить; корректировать недочеты
Необходимые знания	Информационная политика СМИ
	Задачи и методы, технология и техника создания журналистских публикаций, их содержательная и структурно-композиционная специфика
	Правила современного русского литературного языка
	Законодательство Российской Федерации об авторском праве
	Этика делового общения
	Профессиональная журналистская этика
Другие характеристики	-

### 3.1.4. Трудовая функция

Наименование	Редактирование материалов	Код	А/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Анализ структуры и содержания материалов, ошибок и недочетов, которые необходимо исправить
	Проверка фактических данных
	Выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла
	Приведение материала в соответствие с требованиями СМИ
	Работа над контекстом, орфографией и стилем текста
	Принятие решений о добавлении в материал дополнительной информации (текста, иллюстраций)
	Работа с фото-, видео-, аудиоинформацией
	Реализация комплекса мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта
	Согласование рекомендуемых поправок с авторами, работающими по авторскому договору
Необходимые умения	Сочетать различные форматы материалов в составе одного и того же СМИ
	Определять сильные и слабые стороны предоставленных авторами материалов, характер дополнительной информации
	Разъяснять автору его ошибки
	Формулировать предложения автору об исправлении и дополнении материала
	Определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации; употреблять их в составе заголовков

	Пользоваться наиболее распространенными программами обработки цифровых данных (графики, аудио- и видеофайлов)
Необходимые знания	Информационная политика СМИ
	Техника редакторского анализа текста
	Правила и нормы современного русского литературного языка
	Задачи и методы, технология и техника создания журналистских публикаций, их содержательная и структурно-композиционная специфика
	Методы и приемы редактирования журналистских текстов
	Методы и технологии подготовки медиапродукта в разных форматах (текст, аудио, видео, фото, графика)
	Методы применения цифровых технологий в печати, на телевидении, в радиовещании, в интернет-СМИ
	Законодательство Российской Федерации об авторском праве
Профессиональная журналистская этика	
Другие характеристики	-

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация работы подразделения СМИ	Код	В	Уровень квалификации	6
--------------	---	-----	---	-------------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Ведущий редактор Руководитель подразделения
---	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в должности редактора или корреспондента
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
	2451	Журналисты и литературные работники

ЕКС	-	Руководитель подразделения
	-	Редактор
ОКСО	030901	Издательское дело и редактирование

### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка концепции авторских проектов	Код	В/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ
	Принятие решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором
	Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов
	Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней
Необходимые умения	Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски
	Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ
Необходимые знания	Цели и задачи предлагаемого медиапроекта
	Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики
	Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики
	Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции
	Основы законодательства Российской Федерации об авторском праве
	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации
Другие характеристики	-

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Планирование и координация деятельности подразделения	Код	В/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Проведение совещаний
	Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период
	Координация действий работников
	Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана
Необходимые умения	Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски
	Выбирать оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов действий
	Координировать действия подразделения с работой организации в целом
	Владеть методами эффективного управления персоналом
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Основы менеджмента в СМИ
	Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)
	Технология редакционно-издательского процесса
	Этика делового общения
	Основы организации труда и управления
	Трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения)
	Локальные нормативные акты организации
	Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Анализ результатов деятельности подразделения	Код	В/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала <input type="checkbox"/>		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Проведение совещаний по вопросам оптимизации деятельности подразделения
	Подготовка предложений главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении
	Уведомление руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты
	Анализ эффективности работы отдела; выявление ошибок, развитие конструктивных идей

Необходимые умения	Выявлять причины, приводящие к успехам или неудачам
	Учитывать мнения и предложения работников для разработки идей
	Владеть методами эффективного управления персоналом
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Основы менеджмента в СМИ
	Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)
	Локальные нормативные акты организации
	Этика делового общения
	Основы организации труда и управления
	Технологии и методики проведения анализа и оценки качества выполненной работы
Другие характеристики	-

### 3.2.4. Трудовая функция

Наименование	Установление и поддержание контактов с внешней средой	Код	В/04.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала <input type="checkbox"/>	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)
	Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)
	Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами
Необходимые умения	Применять в работе информацию, полученную от аудитории
	Составлять договоры
Необходимые знания	Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории
	Правила и нормы современного русского литературного языка
	Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации
	Профессиональная журналистская этика
	Этика делового общения
Другие характеристики	-

## IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

### 4.1. Ответственная организация-разработчик

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих

<sup>4</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «8» сентября 2014 г. № 626н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Режиссер средств массовой информации

171

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

Подготовка медиапродуктов средств массовой информации (СМИ)  
к выпуску

11.009

Код

(наименование вида профессиональной деятельности)

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Организация производственного процесса создания медиапродуктов и создание визуального формата продуктов для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения

Группа занятий:

2455	Актеры, режиссеры театра, кино и др.	-	-
------	--------------------------------------	---	---

(код ОКЗ<sup>1</sup>)

(наименование)

(код ОКЗ)

(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

92	Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта
92.20	Деятельность в области радиовещания и телевидения
92.40	Деятельность информационных агентств

(код ОКВЭД<sup>2</sup>)

(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа	6	Обработка материала для получения готового медиапродукта	А/01.6	6
			Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта	А/02.6	6
В	Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ	6	Планирование хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ	В/01.6	6
			Организация хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ	В/02.6	6
			Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта	В/03.6	6

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа	Код	A	Уровень квалификации	6
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Режиссер монтажа
-----------------------------------	------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат
Требования к опыту практической работы	Не менее 12 месяцев работы в должности помощника режиссера монтажа
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2455	Актеры, режиссеры театра, кино и др.
ЕКС <sup>3</sup>	-	Режиссер
ОКСО <sup>4</sup>	071101 65	Режиссер телевизионных программ
	071102 65	Режиссер мультимедиапрограмм

#### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Обработка материала для получения готового медиапродукта	Код	A/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Отсмотр исходного материала и отбор дублей, в том числе выявление дефектов отдельных дублей
-------------------	---

	Информирование режиссера о случаях отклонения метража смонтированных сюжетов (фрагментов) от метража, утвержденного в режиссерском сценарии
	Коррекция метража смонтированных сюжетов (фрагментов) согласно метражу, утвержденному в режиссерском сценарии
	Монтаж медиапродукта всех видов и жанров
	Обеспечение качественного монтажа и соблюдения технологических процессов
	Согласование с композитором метража смонтированных фрагментов, идущих под фонограмму, подготовка точной разметки для синхронизации музыкальных акцентов
	Подбор дополнительных фонограмм для озвучивания программ
	Осуществление монтажа всех звуковых материалов (музыки, реплик, шумов), синхронизация с видеорядом совместно со звукорежиссером
	Оформление программ, определение и утверждение «шапки» программ, подбор заставок
	Обеспечение систематизации и хранения видеозаписей (фонограмм)
Необходимые умения	Использовать современные технические средства монтажа
	Осуществлять линейный и нелинейный монтаж
	Подбирать дополнительные фонограммы для озвучивания
	Использовать технические средства монтажа и различные типы монтажного оборудования
	Использовать современные технические архивации медиапродуктов
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации
	Нормативные документы, регулирующие деятельность сетевых и телерадиовещательных СМИ
	Организация процесса и технология создания медиапродуктов
	Современные технологии монтажа медиапродуктов
	Нормативные документы и инструкции по проведению монтажа
	Современные методы линейного и нелинейного монтажа
	Технические средства монтажа и типы монтажного оборудования
	Принципы работы компьютерных систем монтажа
	Нормативные документы, определяющие требования, предъявляемые к уровню телевещания
	Правила внутреннего трудового распорядка, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта	Код	A/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Обеспечение соблюдения сроков проведения монтажно-тонировочных работ, предусмотренных календарно-постановочным планом
	Монтаж медиапродуктов в соответствии с режиссерским сценарием и оперативными указаниями режиссера (редактора)
	Обеспечение оперативной готовности каждого сюжета
	Подготовка материала к просмотру (прослушиванию)
	Просмотр совместно с режиссером (режиссером-постановщиком) и звукорежиссером окончательного варианта смонтированной программы
	Подготовка при необходимости готовой программы к перезаписи
Необходимые умения	Корректно оценивать сроки, необходимые для проведения монтажно-тонировочных работ
	Использовать технические средства монтажа и типы монтажного оборудования
	Организовывать процесс монтажа и соблюдать технологию создания медиапрограмм
	Понимать режиссерский замысел
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации
	Нормативные документы, регулирующие деятельность сетевых и телерадиовещательных СМИ
	Современные технологии монтажа медиапродуктов
	Нормативные документы и инструкции по проведению монтажа
	Технические средства монтажа и типы монтажного оборудования
	Принципы работы компьютерных систем монтажа
	Правила внутреннего трудового распорядка, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ	Код	В	Уровень квалификации	6
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Режиссер Режиссер-постановщик
-----------------------------------	----------------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат
Требования к опыту практической работы	Опыт работы ассистентом режиссера не менее одного года

Особые условия допуска к работе	-
---------------------------------	---

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2455	Актеры и режиссеры театра, кино и др.
ЕКС	-	Главный режиссер, режиссер-постановщик
ОКСО	071101 65	Режиссер телевизионных программ
	071102 65	Режиссер мультимедиапрограмм

#### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Планирование хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ	Код	V/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Разработка совместно с творческой группой проекта календарно-постановочного плана (графика производства)
	Разработка совместно с творческой группой сметы проектов
	Подготовка и направление на утверждение проекта календарно-постановочного плана (графика производства)
	Подготовка и направление на утверждение сметы проектов
	Разработка предложений о приеме на работу и тарификации работ
	Уведомление руководителя о необходимости применения поощрений или дисциплинарных взысканий в отношении сотрудников
	Составление ведомости на выплату гонорара
Необходимые умения	Составлять календарно-постановочный план, график производственного процесса, смету проектов
	Оценивать сроки, необходимые для реализации проектов
	Оценивать финансовые издержки при реализации проектов
	Корректно оценивать объем и стоимость работ, выполненных подчиненными
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации
	Нормативные документы, определяющие требования к уровню сетевых телерадиовещательных СМИ
	Основы законодательства Российской Федерации об авторском праве
	Трудовое законодательство Российской Федерации
	Основы бухгалтерского учета

	Этика делового общения
	Порядок заключения и исполнения авторских договоров
	Основы экономики, организации производства, труда и управления
	Правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Организация хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ	Код	В/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Осуществление в соответствии с календарно-тематическим планом творческого и производственного процесса создания медиапродуктов
	Обеспечение выполнения комплекса работ по подготовке медиапродуктов
	Содействие обеспечению медиапродуктов необходимыми современными техническими средствами
	Контроль использования технических средств
	Координация работы художественно-производственного персонала
	Учет загрузки художественно-производственного персонала
	Контроль готовности съемочных (творческих) групп к записи и монтажу
	Отбор и представление на утверждение в установленном порядке состава ведущих программ
	Отбор и представление на утверждение в установленном порядке состава основных участников программ
	Разработка звукового решения медиапродукта
	Контроль комплекса работ, связанных с производством медиапродуктов
	Постановка производственных заданий монтажерам и контроль их выполнения
	Осуществление приемки медиапродукта
Необходимые умения	Применять систему стимулирования работников для повышения эффективности их трудовой деятельности
	Использовать при работе современные технические средства коммуникации
	Контролировать процесс создания медиапродукта на всех этапах его разработки
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации
	Нормативные документы, определяющие требования к уровню сетевых и телерадиовещательных СМИ

	Трудовое законодательство Российской Федерации
	Основы бухгалтерского учета
	Этика делового общения
	Основы экономики, организации производства, труда и управления
	Правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Обеспечение высокого качества медиапродукта	Код	В/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Обобщение и внедрение передового отечественного и зарубежного опыта создания медиапродуктов
	Совершенствование организации производства и управления творческими коллективами
	Обеспечение правильной трактовки создателями медиапродукта авторского замысла
	Предоставление помощи авторам в процессе работы над сценарным планом
	Разработка режиссерского сценария
	Руководство процессом создания медиапродукта
	Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта
	Подготовка передач
Необходимые умения	Подготовка медиапродуктов на основе материалов, представленных корреспондентами, подготовка комментариев, основанных на архивных материалах
	Обеспечивать выполнение комплекса работ по подготовке создания медиапродуктов
	Оценивать основные тенденции в развитии сетевого вещания и телерадиовещания
	Разрабатывать режиссерский сценарий
	Планировать работу производственного комплекса
Необходимые знания	Обеспечивать качество производимого продукта в соответствии с внутренними документами и директивами организации
	Важнейшие общественно-политические события в стране и за рубежом, история России
	Состояние и перспективы развития экономической, научной и культурной жизни в стране и за рубежом
	Программы автоматизации эфира
Другие характеристики	Звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура
	-

## IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

### 4.1. Ответственная организация-разработчик

Институт труда и страхования ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих

<sup>4</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «4» августа 2014 г. №533н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации

161

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

11.008

Код

Организация технологического процесса подготовки к выпуску продукции  
печатных средств массовой информации (СМИ)  
(наименование вида профессиональной деятельности)

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Удовлетворение потребностей читателей в продукции печатных  
средств массовой информации

Группа занятий:

2451	Журналисты и литератур- ные работники	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатацион- ных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
(код ОКЗ <sup>1</sup> )	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

22.12	Издание газет
22.13	Издание журналов и периодических публикаций
(код ОКВЭД <sup>2</sup> )	(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ	7	Разработка макета издания	А/01.7	7
			Отбор иллюстративных материалов	А/02.7	7
			Заказ печати тиража и прием выполненной работы	А/03.7	7
В	Организация и контроль выпуска продукции печатного СМИ	7	Руководство отделом допечатной подготовки	В/01.7	7
			Распределение материалов между отделами	В/02.7	7
			Прием выполненной работы	В/03.7	7

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ	Код	А	Уровень квалификации	7
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Ответственный секретарь, выпускающий, арт-директор
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в должности редактора или дизайнера
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
	2451	Журналисты и литературные работники
ЕКС <sup>3</sup>	-	Руководитель подразделения
	-	Выпускающий
ОКСО <sup>4</sup>	030901	Издательское дело и редактирование

#### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка макета издания	Код	А/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Разработка модели издания исходя из целевого назначения и читательского адреса
	Разработка и утверждение композиции каждого номера издания на основе имеющейся модели
	Формулирование задания по предоставлению материалов для штатных фотокорреспондентов или художников
	Отбор иллюстративного материала для публикаций
	Принятие решений об обновлении отдельных элементов дизайна издания
Необходимые умения	Изучать и применять на практике положительный опыт в дизайне отечественных и зарубежных СМИ
	Применять базовые приемы композиции материалов в газете (журнале)
	Оценивать соотношение качества изображений на экране и в печати
Необходимые знания	Принципы художественно-технического оформления печатной продукции
	Модульные технологии проектирования композиции газетного издания
	Профессиональные компьютерные программы верстки
	Компьютерные программы для работы с растровой и векторной графикой
	Технология редакционно-издательского процесса
	Требования к материалам, направляемым в типографию
	Технические средства монтажа и типы монтажного оборудования
	Стандарты, технические условия, инструкции, санитарные нормы и другие нормативные документы по оформлению газеты (журнала)
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование  Код  Уровень (подуровень) квалификации

Происхождение трудовой функции

Код оригинала      Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подбор иллюстративного материала для публикаций из внешних источников
	Оформление подписки на материалы информационных агентств
	Принятие решений о целесообразности приобретения авторских художественно-графических оригиналов

	Подготовка проектов и организация своевременного заключения договоров с лицами, привлекаемыми для изготовления графического материала и выполнения других работ по художественному оформлению издания вне штата
Необходимые умения	Составлять договоры, оформлять заказы на графические работы
	Пользоваться профессиональной и юридической терминологией
	Вести переговоры
Необходимые знания	Методы получения необходимых материалов
	Правила составления и оформления договоров
	Юридическая терминология
	Законодательство Российской Федерации об авторском праве
Другие характеристики	-

### 3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Заказ печати тиража и прием выполненной работы	Код	A/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подготовка заказов для полиграфической организации
	Формулирование технических указаний к печати
	Организация заключения договоров с полиграфической организацией
	Сдача подписанного оригинал-макета в печать
	Контроль соблюдения сроков выполнения заказа полиграфической организацией
	Контроль качества выполнения заказа полиграфической организацией
	Прием сигнального экземпляра
	Прием тиража
	Формулирование претензий к полиграфической организации
Необходимые умения	Составлять производственную документацию
	Составлять юридическую документацию
	Рассчитывать сроки выполнения заказа полиграфической организацией
	Оценивать качество полиграфического исполнения печатной продукции
	Пользоваться профессиональной и юридической терминологией
Необходимые знания	Правила оформления заказов на выполнение полиграфических работ и транспортировку продукции
	Правила оформления претензий
	Основы технологии полиграфического производства
	Нормативные документы по качеству полиграфической продукции
	Требования к материалам, направляемым в типографию
	Правила оформления изданий для выпуска в печать
Порядок приема тиражей из печати	

	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы по подготовке и выпуску газеты (журнала)
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
Другие характеристики	-

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация и контроль выпуска продукции печатного СМИ	Код	В	Уровень квалификации	7
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заемствовано из оригинала <input type="checkbox"/>	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Ответственный секретарь, выпускающий
-----------------------------------	--------------------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в должности редактора
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
	2451	Журналисты и литературные работники
ЕКС	-	Выпускающий
	-	Руководитель подразделения
ОКСО	030901	Издательское дело и редактирование

### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство отделом допечатной подготовки	Код	В/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Составление плана-графика выполнения корректуры, верстки и других допечатных процессов
	Формулирование заданий для дизайнеров, верстальщиков, корректоров; указание сроков их выполнения
	Предложения главному редактору (генеральному директору) по реализации кадровой политики в отделе
	Уведомление руководителя организации о необходимости применения санкций в отношении сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты
	Контроль соблюдения сроков выполнения корректуры, верстки, дизайнерских работ, разметки для печати, публикации материалов в Интернете
	Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана выпуска номера
	Контроль качества выполнения заданий по дизайну и верстке, публикации материалов в Интернете
	Контроль подготовки документов по расчетам за выполненные работы, установление размеров оплаты труда внештатных сотрудников
	Организация соблюдения сотрудниками правил охраны труда, пожарной безопасности в рамках подразделения
Необходимые умения	Составлять планы и графики работ
	Адекватно оценивать временные затраты на все производственные процессы
	Мотивировать сотрудников к быстрой и систематической работе
	Оценивать качество выполненной работы
	Оперативно принимать решения в случае непредвиденных обстоятельств, грозящих срывом сроков выполнения тех или иных работ
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Технология редакционно-издательского процесса
	Правила подготовки оригинал-макетов
	Порядок разработки планов издания печатных СМИ, графиков редакционных и производственных процессов издательской деятельности
	Основы организации труда и управления

	Основы трудового законодательства
	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы по подготовке и выпуску газеты (журнала)
	Требования к материалам, направляемым в типографию
	Устав организации и другие внутренние нормативные акты
	Постановления, приказы, распоряжения, руководящие и нормативные материалы вышестоящих органов, касающиеся редакционно-издательской деятельности
	Правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Распределение материалов между отделами	Код	В/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Передача авторских оригиналов редакторам отделов
	Передача отредактированных текстов в корректуру
	Передача откорректированных текстов и других материалов в верстку
	Передача сверстанного оригинал-макета на контрольное чтение главному редактору
	Передача подготовленных материалов руководителю отдела интернет-публикаций
	Передача сигнального экземпляра / цветопробы на утверждение главному редактору
Необходимые умения	Использовать при работе современные технические средства коммуникации
	Оценивать временные затраты на все производственные процессы
	Принимать оперативные решения по поводу временного перераспределения обязанностей отсутствующих сотрудников
	Разъяснять сотрудникам задания главного редактора
	Пользоваться профессиональной терминологией
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Текущие планы и графики выполнения работ
	Технология редакционно-издательского процесса
	Основы организации труда и управления
	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы по подготовке и выпуску газеты (журнала)
	Правила подготовки оригинал-макетов
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
Другие характеристики	-

### 3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Прием выполненной работы	Код	В/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Прием авторских оригиналов
	Прием отредактированных материалов из отделов
	Прием корректуры
	Прием верстки
	Прием подписанного главным редактором оригинал-макета
	Прием готовых интернет-публикаций
Необходимые умения	Использовать при работе современные технические средства коммуникации
	Оценивать качество выполненной работы
	Пользоваться профессиональной терминологией
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Текущие планы и графики выполнения работ
	Технология редакционно-издательского процесса
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
	Правила подготовки оригинал-макетов
	Правила оформления изданий для выпуска в свет
	Требования к материалам, направляемым в типографию
	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы по подготовке и выпуску газеты (журнала)
	Основы организации труда и управления
Другие характеристики	-

## IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

### 4.1. Ответственная организация-разработчик

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих

<sup>4</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «21» мая 2014 г. №332н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств

109

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

11.008

Код

Организация подготовки к выпуску продукции сетевых изданий и информационных агентств

(наименование вида профессиональной деятельности)

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Удовлетворение потребностей населения в продукции сетевых изданий и информационных агентств

Группа занятий:

2451	Журналисты и литературные работники	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
(код ОКЗ <sup>1</sup> )	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

92.40	Деятельность информационных агентств
(код ОКВЭД <sup>2</sup> )	(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению сетевого издания / сайта информационного агентства	7	Разработка макета ресурса	А/01.7	7
			Отбор иллюстративных материалов	А/02.7	7
В	Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания / информационного агентства	7	Руководство производственным отделом	В/01.7	7
			Распределение материалов между отделами	В/02.7	7
			Прием выполненной работы	В/03.7	7

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению сетевого издания/сайта информационного агентства	Код	A	Уровень квалификации	7
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Ответственный секретарь, выпускающий, арт-директор
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура
Требования к опыту практической работы	Не менее одного года в сфере сетевых СМИ
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
	2451	Журналисты и литературные работники
ЕКС <sup>3</sup>	-	Руководитель подразделения
	-	Выпускающий
ОКСО <sup>4</sup>	030901	Издательское дело и редактирование

#### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка макета ресурса	Код	A/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Разработка модели сайта исходя из целевого назначения и читательского адреса
	Разработка общей концепции художественного оформления сайта
	Разработка и утверждение композиции каждой публикации на основе имеющейся модели
	Формулирование задания по предоставлению материалов для штатных фотокорреспондентов или художников
	Отбор иллюстративного материала для публикаций
	Принятие решений об обновлении отдельных элементов дизайна сетевого издания
	Соблюдение правил охраны труда, производственной санитарии, пожарной безопасности
Необходимые умения	Изучать и применять на практике положительный опыт в дизайне отечественных и зарубежных сетевых ресурсов
	Применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице
Необходимые знания	Принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов
	Языки гипертекстовой разметки
	Профессиональные компьютерные программы верстки
	Компьютерные программы для работы с растровой и векторной графикой
	Технология редакционно-издательского процесса
	Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
	Стандарты, технические условия, инструкции, санитарные нормы и другие нормативные документы в области электронных сетевых изданий
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Отбор иллюстративных материалов	Код	A/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---------------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Поиск иллюстративного материала для публикаций из внешних источников
	Оформление подписки на материалы информационных агентств
	Принятие решений о целесообразности приобретения авторских художественно-графических оригиналов

	Подготовка проектов и организация своевременного заключения договоров с лицами, привлекаемыми для изготовления графического материала и фотографиями вне штата
Необходимые умения	Составлять договоры, оформлять заказы на графические работы
	Пользоваться профессиональной и юридической терминологией
	Вести переговоры
Необходимые знания	Методы получения необходимых материалов
	Правила составления и оформления договоров
	Законодательство Российской Федерации об авторском праве
Другие характеристики	-

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания / информационного агентства	Код	В	Уровень квалификации	7
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Ответственный секретарь, выпускающий
-----------------------------------	--------------------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в должности редактора
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
	2451	Журналисты и литературные работники
ЕКС	-	Выпускающий
	-	Руководитель подразделения
ОКСО	030901	Издательское дело и редактирование

### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство производственным отделом	Код	В/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--------------------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Составление плана-графика выполнения корректуры, веб-редактирования, публикации материалов на сайте
	Формулирование заданий для дизайнеров, веб-редактора, корректоров, администратора сайта с указанием сроков их выполнения
	Подготовка предложений главному редактору (руководителю организации) по реализации кадровой политики в отделе
	Применение санкций в отношении сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты
	Контроль соблюдения сроков выполнения корректуры, веб-редактирования, дизайнерских работ, публикации материалов
	Принятие оперативных решений при возникновении угрозы нарушения плана публикации материалов
	Контроль качества выполнения заданий по дизайну и веб-редактированию, публикации материалов
	Контроль подготовки документов для расчетов за выполненные работы, установления размеров оплаты труда внештатных сотрудников
	Организация соблюдения правил охраны труда, производственной санитарии, пожарной безопасности в рамках подразделения
Необходимые умения	Составлять планы и графики работ
	Оценивать временные затраты на все производственные процессы
	Мотивировать сотрудников к быстрой и систематической работе
	Оценивать качество выполненной работы
	Оперативно связываться с сотрудниками по производственному процессу
	Оперативно принимать решения в случае непредвиденных обстоятельств, грозящих срывом сроков выполнения тех или иных работ
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Технология редакционно-издательского процесса
	Постановления приказы, распоряжения, руководящие и нормативные материалы вышестоящих органов, касающиеся редакционно-издательской деятельности
	Порядок разработки планов издания СМИ, графиков редакционных и производственных процессов издательской деятельности

	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы в области электронных изданий
	Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
	Устав организации и другие внутренние нормативные акты
	Основы организации труда и управления
	Трудовое законодательство Российской Федерации
Другие характеристики	Правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
	Нести ответственность за результаты работы производственного отдела

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Распределение материалов между отделами	Код	В/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
	Код оригинала		Регистрационный номер профессионального стандарта		

Трудовые действия	Передача авторских оригиналов редакторам отделов
	Передача отредактированных текстов в корректуру
	Передача откорректированных текстов и других материалов веб-редактору
	Передача материалов для публикации администратору сайта
Необходимые умения	Использовать при работе современные технические средства коммуникации
	Оценивать временные затраты на все производственные процессы
	Принимать оперативные решения по поводу временного перераспределения обязанностей отсутствующих сотрудников
	Оперативно связываться с сотрудниками по производственному процессу
	Доходчиво объяснять сотрудникам задания главного редактора
	Пользоваться профессиональной терминологией
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Текущие планы и графики выполнения работ
	Технология редакционно-издательского процесса
	Технология производства электронных сетевых изданий
	Основы организации труда и управления
	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы в области электронных изданий
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
Другие характеристики	-

### 3.2.3. Трудовая функция

Наименование  Код  Уровень (подуровень) квалификации

Происхождение трудовой функции

<input checked="" type="checkbox"/> Оригинал X	<input type="checkbox"/> Заимствовано из оригинала	<input type="text"/>	<input type="text"/>
--	--	----------------------	----------------------

Код оригинала      Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Прием авторских оригиналов
	Прием отредактированных материалов из отделов
	Прием корректуры
	Прием работы веб-редактора
	Прием опубликованных материалов и уведомление главного редактора о необходимости их проверки
Необходимые умения	Использовать при работе современные технические средства коммуникации, в том числе социальные сети и другие интернет-ресурсы
	Поддерживать оперативную связь с сотрудниками
	Оценивать качество выполненной работы
	Пользоваться профессиональной терминологией
Необходимые знания	Структура и задачи редакции
	Текущие планы и графики выполнения работ
	Технология редакционно-издательского процесса
	Технология производства электронных сетевых изданий
	Стандарты, технические условия, инструкции и другие нормативные документы по подготовке и выпуску газеты (журнала)
	Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
	Основы организации труда и управления
	Государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения
Другие характеристики	-

## IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

### 4.1. Ответственная организация-разработчик

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих

<sup>4</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «28» октября 2014 г. № 811н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации

120

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

11.005

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации (СМИ)

Код

(наименование вида профессиональной деятельности)

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Организация процесса создания и продвижения медийных проектов в целях удовлетворения информационных потребностей различных аудиторий

Группа занятий:

1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы	2451	Журналисты и литературные работники
------	---	------	-------------------------------------

(код ОКЗ<sup>1</sup>)

(наименование)

(код ОКЗ)

(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

92.20	Деятельность в области радиовещания и телевидения
-------	---

(код ОКВЭД<sup>2</sup>)

(наименование вида экономической деятельности)

## II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	6	Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ	А/01.6	6
			Подготовка создания сценарного материала нового продукта	А/02.6	6
			Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	А/03.6	6
			Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	А/04.6	6
			Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	А/05.6	6
			Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ	А/06.6	6
			Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	А/07.6	6
В	Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	7	Руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	В/01.7	7
			Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов	В/02.7	7
			Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	В/03.7	7
			Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ	В/04.7	7

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	Код	A	Уровень квалификации	6
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Продюсер Продюсер телевизионных и радиопрограмм Продюсер информационных проектов
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее одного года в области организации отдыха и развлечений, культуры и спорта
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2451	Журналисты и литературные работники
ЕКС <sup>3</sup>	-	Продюсер телевизионных и кинофильмов
ОКСО <sup>4</sup>	071103	Продюсерство кино и телевидения

#### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ	Код	A/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Поиск идеи / материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации
	Определение темы и основного содержания нового продукта и новостного блока
	Оценка оригинальности идеи нового продукта
	Оценка актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности
	Определение целевой аудитории нового продукта
	Согласование тематики нового продукта с руководством канала
Необходимые умения	Находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации
	Планировать освещение значимых событий
	Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте
	Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле
	Прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта
	Анализировать социально значимые процессы и явления
Необходимые знания	Современные информационно-коммуникационные технологии
	Информационная специализация СМИ
	Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии
	Корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ
	История России, новейшая история и основы международной политики
	Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
Другие характеристики	-

### 3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Подготовка создания сценарного материала нового продукта	Код	A/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Инициирование творческих идей для создания нового продукта
	Формирование требований к создаваемому сценарному материалу
	Ведение переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала
	Контроль сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала

	Оценка качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений
Необходимые умения	Изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов
	Определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ
	Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи
	Подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов
	Принимать оперативные обоснованные решения
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
	История России, новейшая история и основы международной политики
	Грамматика, стилистика, фонетика русского языка
	Принципы создания и редактирования текстов
Другие характеристики	-

### 3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	Код	А/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Определение производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование
	Определение потребности в кадровых ресурсах для создания продукта
	Выбор оптимального плана подготовки и реализации продукта
	Разработка производственного графика создания продукта
	Оценка творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта
	Оценка возможных рисков при создании продукта
	Расчет финансовых средств, необходимых для создания нового продукта
	Выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)
Необходимые умения	Определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта
	Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий
	Использовать необходимое программное обеспечение
	Формировать бюджет (сметную документацию)

Необходимые знания	Современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов
	Передовой отечественный и зарубежный опыт
	Методы и инструменты эффективного менеджмента
	Экспертный анализ и методы оценки рисков
	Основы бюджетирования
Другие характеристики	-

### 3.1.4. Трудовая функция

Наименование	Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	Код	A/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Обоснование целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности
	Подготовка финансовых предложений для инвесторов/спонсоров
	Поиск инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений
Необходимые умения	Анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения
	Оценивать результаты своей деятельности
	Выступать перед аудиторией
Необходимые знания	Новейшие теоретические и практические знания в области медиа-производства
	Основы драматургии, режиссуры и монтажа
	Методы эффективного убеждения
	Основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания
	Грамматика и стилистика русского языка
Другие характеристики	-

### 3.1.5. Трудовая функция

Наименование	Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	Код	A/05.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Определение квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части)
	Организация подбора кадров для создания продукта
	Организация обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета
	Подготовка к заключению договоров (контрактов)
Необходимые умения	Определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты
	Определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы
	Вести переписку, телефонные и личные переговоры
Необходимые знания	Принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм
	Основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд
	Трудовое законодательство Российской Федерации
	Правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

### 3.1.6. Трудовая функция

Наименование	Организация деятельности рабочей группы продукта телерадиовещательных СМИ	Код	A/06.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Организация творческого и производственного процессов, рациональная расстановка кадров
	Координация деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса
	Ведение собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений
	Решение вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках
	Обеспечение эффективного использования материальных и финансовых ресурсов
	Контроль соблюдения производственного графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции
	Руководство группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию
	Контроль выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности

Необходимые умения	Объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом
	Разрешать конфликтные ситуации
	Читать и составлять финансовые отчеты
	Эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи
Необходимые знания	Специфика профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера)
	Методы эффективного менеджмента
	Основы бухгалтерского учета
Другие характеристики	-

### 3.1.7. Трудовая функция

Наименование	Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	Код	A/07.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование рекомендаций для создания промороликов
	Разработка маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга / рекламы, создание презентационного/рекламного материала
	Организация проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга
	Ведение переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания
Необходимые умения	Определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта
	Ставить цели и определять пути их достижения
	Формировать имидж продукта
	Использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий
	Определять необходимость оперативного влияния на ситуацию
	Оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации о рекламе
	Методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента
	Передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания
	Технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм
	Технические средства телерадиовещания
Другие характеристики	-

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	Код	В	Уровень квалификации	7
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Директор программ
-----------------------------------	-------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в сфере средств массовой информации Опыт руководящей работы
Особые условия допуска к работе	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1229	Руководители специализированных (производственно-эксплуатационных) подразделений (служб), не вошедшие в другие группы
ОКСО	071401	Социально-культурная деятельность

#### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	Код	В/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Организация, координация и контроль работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир
	Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ
	Ежедневный контроль работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок
	Кастинг и выбор ведущих
	Организация и контроль подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями
	Проверка рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата
	Утверждение наполнения и изменения сетки вещания, контроль выхода элементов эфира и их длительности
	Осуществление контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире
	Решение ежедневных производственных задач
	Контроль соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности
Необходимые умения	Использовать приемы эффективного менеджмента
	Оценивать эффективность трудовой деятельности работников
	Проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей
	Использовать в работе необходимые программные продукты
	Определять приоритеты текущих и общих дел
Необходимые знания	Основные положения организации труда
	Трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения)
	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве
	Теория и практика управленческого менеджмента
	Основные принципы эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования
	Правила по охране труда, пожарной безопасности
Другие характеристики	Управленческие навыки

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов	Код	В/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Займствовано из оригинала	<input type="checkbox"/>	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Определение необходимости исследования спроса на продукты / проекты
	Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации
	Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта
	Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач
Необходимые умения	Выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации
	Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке
	Определять сильные и слабые стороны конкурентов
	Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ
	Работать с большим объемом информации
	Обосновывать и принимать стратегические решения
Необходимые знания	Конъюнктура рынка медиапродуктов
	Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики
Другие характеристики	-

### 3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	Код	В/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
Происхождение трудовой функции	Оригинал X	Заемствовано из оригинала		Код Регистрационный номер профессионального стандарта	

Трудовые действия	Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ
	Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ
	Определение модели и формата новых продуктов
	Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов
	Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ
	Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов
	Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир
Необходимые умения	Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике

	Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями
	Моделировать структуру новых продуктов
	Регулировать творческие разногласия в коллективе
Необходимые знания	История России, новейшая история и основы международной политики
	Цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ
	Социальные и психологические характеристики целевой аудитории
	Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)
	Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания
	Инновационный опыт в сфере СМИ
Другие характеристики	-

### 3.2.4. Трудовая функция

Наименование 

Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ
--

 Код 

В/04.7
--------

 Уровень (подуровень) квалификации 

7
---

Происхождение трудовой функции

Оригинал X	Заимствовано из оригинала		
------------	---------------------------	--	--

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов
	Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления
Необходимые умения	Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации
	Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений
	Владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей
	Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации
	Создавать положительный имидж организации
Необходимые знания	Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)
	Основы этики и психологии делового общения
Другие характеристики	-

#### IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

##### 4.1. Ответственная организация-разработчик

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), город Москва	
Проректор	Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup>Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup>Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup>Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих

<sup>4</sup>Общероссийский классификатор специальностей по образованию

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ**

В настоящее время в высшей школе действуют федеральные стандарты по всем трем ступеням обучения (бакалавриат, магистратура, аспирантура). Образовательная деятельность в университете ведется в соответствии с этими нормативными документами. Публикуем тексты федеральных образовательных стандартов.

### **Приказ Министерства образования и науки РФ от 30 июля 2014 г. N 901 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.06.01 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело (уровень подготовки кадров высшей квалификации)» С изменениями и дополнениями от 30 апреля 2015 г.**

В соответствии с подпунктом 5.2.41 Положения о Министерстве образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 3 июня 2013 г. N 466 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 23, ст. 2923; N 33, ст. 4386; N 37, ст. 4702; 2014, N 2, ст. 126; N 6, ст. 582; N 27, ст. 3776), и пунктом 17 Правил разработки, утверждения федеральных государственных образовательных стандартов и внесения в них изменений, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 661 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 33, ст. 4377), приказываю:

1. Утвердить прилагаемый федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.06.01 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело (уровень подготовки кадров высшей квалификации).
2. Настоящий приказ вступает в силу с 1 сентября 2014 года.

Министр Д. В. Ливанов

Зарегистрировано в Минюсте РФ 20 августа 2014 г.  
Регистрационный N 33684

### **Приложение**

#### **Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования Уровень высшего образования Подготовка кадров высшей квалификации Направление подготовки 42.06.1 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 30 июля 2014 г. N 901) С изменениями и дополнениями от: 30 апреля 2015 г.**

### **I. Область применения**

Настоящий федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки кадров высшей квалификации 42.06.01 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело (далее соответственно – программа аспирантуры, направление подготовки).

## **II. Используемые сокращения**

В настоящем федеральном государственном образовательном стандарте используются следующие сокращения:

ВО – высшее образование;

УК – универсальные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования; сетевая форма – сетевая форма реализации образовательных программ.

## **III. Характеристика направления подготовки**

3.1. Получение образования по программе аспирантуры допускается в образовательных организациях высшего образования, организациях дополнительного профессионального образования, научных организациях (далее – организация).

3.2. Обучение по программе аспирантуры в организациях осуществляется в очной и заочной формах обучения.

Объем программы аспирантуры составляет 180 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы аспирантуры с использованием сетевой формы, реализации программы аспирантуры по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении.

3.3. Срок получения образования по программе аспирантуры:

– в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 3 года. Объем программы аспирантуры в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.;

– в заочной форме обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год (по усмотрению организации) по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения. Объем программы аспирантуры в заочной форме обучения, реализуемый за один учебный год определяется организацией самостоятельно;

– при обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, устанавливается организацией самостоятельно, но не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения. При обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья организация вправе продлить срок не более чем на один год по сравнению со сроком, установленным для соответствующей формы обучения. Объем программы аспирантуры при обучении по индивидуальному плану не может составлять более 75 з.е. за один учебный год.

3.4. При реализации программы аспирантуры организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

3.5. Реализация программы аспирантуры возможна с использованием сетевой формы.

3.6. Образовательная деятельность по программе аспирантуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации, если иное не определено локальным нормативным актом организации.

## **IV. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу аспирантуры**

4.1. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу аспирантуры, включает средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радиовещание,

информационные агентства, интернет-СМИ), другие средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью), книгоиздательства и информационно-библиотечные системы, а также исследовательские и образовательные организации в данной сфере.

4.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу аспирантуры, являются различные типы информации, отражающие практики, связанные с функционированием средств массовой информации, других средств массовой коммуникации, книгоиздательства и информационно-библиотечных систем, и результаты научных исследований в выбранной сфере.

4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу аспирантуры:

Научно-исследовательская деятельность в области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела;

преподавательская деятельность по образовательным программам высшего образования.

Программа аспирантуры направлена на освоение всех видов профессиональной деятельности, к которым готовится выпускник.

## **V. Требования к результатам освоения программы аспирантуры**

5.1. В результате освоения программы аспирантуры у выпускника должны быть сформированы: универсальные компетенции, не зависящие от конкретного направления подготовки; общепрофессиональные компетенции, определяемые направлением подготовки; профессиональные компетенции, определяемые направленностью (профилем) программы аспирантуры в рамках направления подготовки (далее – направленность программы).

5.2. Выпускник, освоивший программу аспирантуры, должен обладать следующими универсальными компетенциями:

– способностью к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);

– способностью проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки (УК-2);

– готовностью участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3);

– готовностью использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках (УК-4);

– способностью планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-5).

5.3. Выпускник, освоивший программу аспирантуры, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

– способностью самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1);

– готовностью к преподавательской деятельности по основным образовательным программам высшего образования (ОПК-2).

5.4. При разработке программы аспирантуры все универсальные и общепрофессиональные компетенции включаются в набор требуемых результатов освоения программы аспирантуры.

5.5. Перечень профессиональных компетенций программы аспирантуры организация формирует самостоятельно в соответствии с направленностью программы и (или) номенклатурой научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени, утверждаемой Министерством образования и науки Российской Федерации\*(1).

## **VI. Требования к структуре программы аспирантуры**

6.1. Структура программы аспирантуры включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возмож-

ность реализации программ аспирантуры, имеющих различную направленность программы в рамках одного направления подготовки.

6.2. Программа аспирантуры состоит из следующих блоков:

*Блок 1.* «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

*Блок 2.* «Практики», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

*Блок 3.* «Научные исследования», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

*Блок 4.* «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации «Исследователь. Преподаватель–исследователь».

Таблица

Структура программы аспирантуры

Наименование элемента программы	Объем (в з.е.)
Блок 1 «Дисциплины (модули)»	30
Базовая часть	9
Дисциплины (модули), в том числе направленные на подготовку к сдаче кандидатских экзаменов	
Вариативная часть	21
Дисциплина/дисциплины (модуль/модули), в том числе направленные на подготовку к сдаче кандидатского экзамена Дисциплина/дисциплины (модуль/модули), направленные на подготовку к преподавательской деятельности	
Блок 2 «Практики»	141
Вариативная часть	
Блок 3 «Научные исследования»	
Вариативная часть	9
Блок 4 «Государственная итоговая аттестация»	
Базовая часть	180
Объем программы аспирантуры	

6.3. Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части *Блока 1* «Дисциплины (модули)», в том числе направленные на подготовку к сдаче кандидатских экзаменов, являются обязательными для освоения обучающимся независимо от направленности программы аспирантуры, которую он осваивает.

Набор дисциплин (модулей) *вариативной части* Блока 1 «Дисциплины (модули)» организация определяет самостоятельно в соответствии с направленностью программы аспирантуры в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО.

Программа аспирантуры разрабатывается в части дисциплин (модулей), направленных на подготовку к сдаче кандидатских экзаменов в соответствии с примерными программами, утверждаемыми Министерством образования и науки Российской Федерации\*(2).

6.4. В *Блок 2* «Практики» входят практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогическая практика).

Педагогическая практика является обязательной.

Способы проведения практики:

- стационарная;
- выездная.

Практика может проводиться в структурных подразделениях организации.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

6.5. В *Блок 3* «Научные исследования» входят научно–исследовательская деятельность и подготовка научно–квалификационной работы (диссертации) на соискание ученой степени кандидата наук.

После выбора обучающимся направленности программы и темы научно–квалификационной работы (диссертации) набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.

6.6. В Блок 4 «Государственная итоговая аттестация» входят подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, а также представление научного доклада об основных результатах подготовленной научно–квалификационной работы (диссертации), оформленной в соответствии с требованиями, устанавливаемыми Министерством образования и науки Российской Федерации\*(3).

По результатам представления научного доклада об основных результатах подготовленной научно–квалификационной работы (диссертации) организация дает заключение, в соответствии с пунктом 16 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. N 842 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 40, ст. 5074; 2014, N 32, ст. 4496).

## **VII. Требования к условиям реализации программы аспирантуры**

7.1. Общесистемные требования к реализации программы аспирантуры.

Информация об изменениях:

Приказом Минобрнауки России от 30 апреля 2015 г. N 464 в подпункт 7.1.1 внесены изменения  
См. текст подпункта в предыдущей редакции

7.1.1. Организация должна располагать материально–технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно–исследовательской деятельности обучающихся, предусмотренных учебным планом.

7.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно–библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно–образовательной среде организации. Электронно–библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно–образовательная среда должны обеспечивать возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно–телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), и отвечающая техническим требованиям организации, как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно–образовательная среда организации должна обеспечивать:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, и к изданиям электронных библиотечных систем, и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы;

– проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно–образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно–коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно–образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации\*(4).

7.1.3. В случае реализации программы аспирантуры в сетевой форме требования к реализации программы аспирантуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально–технического и учебно–методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы аспирантуры в сетевой форме.

7.1.4. В случае реализации программы аспирантуры на кафедрах, созданных в установленном порядке в иных организациях или в иных структурных подразделениях организации, требования к условиям реализации программы аспирантуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов организаций.

7.1.5. Квалификация руководящих и научно–педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. N 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный N 20237), и профессиональным стандартам (при наличии).

7.1.6. Доля штатных научно–педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должна составлять не менее 60 процентов от общего количества научно–педагогических работников организации.

7.1.7. Среднегодовое число публикаций научно–педагогических работников организации в расчете на 100 научно–педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должно составлять не менее 2 в журналах, индексируемых в базах данных Web of Science или Scopus, или не менее 20 в журналах, индексируемых в Российском индексе научного цитирования, или в научных рецензируемых изданиях, определенных в Перечне рецензируемых изданий согласно пункту 12 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. N 842 «О порядке присуждения ученых степеней» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 40, ст. 5074).

7.1.8. В организации, реализующей программы аспирантуры, среднегодовой объем финансирования научных исследований на одного научно–педагогического работника (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должен составлять величину не менее, чем величина аналогичного показателя мониторинга системы образования, утверждаемого Министерством образования и науки Российской Федерации\*(5).

7.2. Требования к кадровым условиям реализации программы аспирантуры.

7.2.1. Реализация программы аспирантуры обеспечивается руководящими и научно–педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы аспирантуры на условиях гражданско–правового договора.

7.2.2. Доля научно–педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно–педагогических работников, реализующих программу аспирантуры, должна составлять не менее 60 процентов.

7.2.3. Научный руководитель, назначенный обучающемуся, должен иметь ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации), осуществлять самостоятельную научно–исследовательскую, творческую деятельность (участвовать в осуществлении такой деятельности) по направленности (профилю) подготовки, иметь публикации по результатам указанной научно–исследовательской, творческой деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществлять апробацию результатов указанной научно–исследовательской, творческой деятельности на национальных и международных конференциях.

7.3. Требования к материально–техническому и учебно–методическому обеспечению программы аспирантуры.

7.3.1. Организация должна иметь специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы аспирантуры, включает в себя лабораторное оборудование в зависимости от степени сложности, для обеспечения преподавания дисциплин (модулей), осуществления научно-исследовательской деятельности и подготовки научно-квалификационной работы (диссертации), а также обеспечения проведения практик. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению зависят от направленности программы и определяются в примерных основных образовательных программах.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

В случае неиспользования в организации электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий обязательной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

7.3.2. Организация должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению).

7.3.3. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе аспирантуры.

7.3.4. Обучающимся и научно-педагогическим работникам должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

7.3.5. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья должны быть обеспечены электронными и (или) печатными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.4. Требования к финансовому обеспечению программы аспирантуры.

7.4.1. Финансовое обеспечение реализации программы аспирантуры должно осуществляться в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. N 638 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 сентября 2013 г., регистрационный N 29967).

---

\* (1) Подпункт 5.2.73 (3) Положения о Министерстве образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 3 июня 2013 г. N 466 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 23, ст. 2923; N 33, ст. 4386; N 37, ст. 4702; 2014, N 2, ст. 126; N 6, ст. 582; N 27, ст. 3776).

\* (2) Пункт 3 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. N 842 «О порядке присуждения ученых степеней» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 40, ст. 5074).

\*(3) Пункт 15 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. N 842 «О порядке присуждения ученых степеней» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 40, ст. 5074; 2014, N 32, ст. 4496).

\*(4) Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149–ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961; N 52, ст. 6963), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152–ФЗ «О персональных данных» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173; N 31, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683).

\*(5) Пункт 4 Правил осуществления мониторинга системы образования, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 662 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 33, ст. 4378).

**Приказ Министерства образования и науки РФ от 7 августа 2014 г. N 951  
«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.2 Журналистика (уровень бакалавриата)»**

В соответствии с подпунктом 5.2.41 Положения о Министерстве образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 3 июня 2013 г. N 466 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 23, ст. 2923; N 33, ст. 4386; N 37, ст. 4702; 2014, N 2, ст. 126; N 6, ст. 582; N 27, ст. 3776), и пунктом 17 Правил разработки, утверждения федеральных государственных образовательных стандартов и внесения в них изменений, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 661 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 33, ст. 4377), приказываю:

1. Утвердить прилагаемый федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата).

2. Признать утратившими силу:

приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 декабря 2009 г. N 775 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (квалификация (степень) «бакалавр»)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 9 февраля 2010 г., регистрационный N 16332);

пункт 24 изменений, которые вносятся в федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования по направлениям подготовки, подтверждаемого присвоением лицам квалификации (степени) «бакалавр», утвержденных приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 31 мая 2011 г. N 1975 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 июня 2011 г., регистрационный N 21200).

Министр Д.В. Ливанов

Зарегистрировано в Минюсте РФ 25 августа 2014 г.  
Регистрационный N 33777

**Приложение**

**Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования  
Уровень высшего образования  
Бакалавриат  
Направление подготовки  
42.03.02 Журналистика  
(утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 7 августа 2014 г. N 951)**

*ГАРАНТ:*

*См. справку о федеральных государственных образовательных стандартах*

**I. Область применения**

Настоящий федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата по направлению подготовки 42.03.2 Журналистика (далее соответственно - программа бакалавриата, направление подготовки).

## II. Используемые сокращения

В настоящем федеральном государственном образовательном стандарте используются следующие сокращения:

ВО – высшее образование;

ОК – общекультурные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования; сетевая форма – сетевая форма реализации образовательных программ.

## III. Характеристика направления подготовки

3.1. Получение образования по программе бакалавриата допускается только в образовательной организации высшего образования (далее – организация).

3.2. Обучение по программе бакалавриата в организациях осуществляется в очной, очно-заочной и заочной формах обучения.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

3.3. Срок получения образования по программе бакалавриата:

– в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года. Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.;

– в очно-заочной или заочной формах обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год в очно-заочной или заочной формах обучения не может составлять более 75 з.е.;

– при обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е.

Конкретный срок получения образования и объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, в очно-заочной или заочной формах обучения, а также по индивидуальному плану определяются организацией самостоятельно в пределах сроков, установленных настоящим пунктом.

3.4. При реализации программы бакалавриата организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

3.5. Реализация программы бакалавриата возможна с использованием сетевой формы.

3.6. Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации, если иное не определено локальным нормативным актом организации.

#### IV. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата

4.1. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает решение профессиональных задач в средствах массовой информации и в смежных информационно-коммуникационных сферах.

4.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

массовая информация, передаваемая по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другим медиа, адресованная различным аудиторным группам.

4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- журналистская авторская;
- редакторская;
- проектно-аналитическая;
- организационно-управленческая;
- социально-организаторская;
- производственно-технологическая.

При разработке и реализации программы бакалавриата организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов организации.

Программа бакалавриата формируется организацией в зависимости от видов учебной деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы:

- ориентированной на научно-исследовательский и (или) педагогический вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа академического бакалавриата);
- ориентированной на практико-ориентированный, прикладной вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа прикладного бакалавриата).

4.4. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- журналистская авторская деятельность:
- создание материалов для различных типов, видов СМИ и других медиа с учетом их специфики;
- редакторская деятельность:
- приведение предназначенных для размещения в газете, журнале, на информационной ленте, в теле-, радиоэфире, интернет-СМИ, материалов в соответствии с языковыми нормами, профессиональными стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов;
- проектно-аналитическая деятельность:
- участие в разработке и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата, в различных видах программирования, планирования;
- организационно-управленческая деятельность:
- участие в соответствии с должностным статусом в организации работы медиапредприятий, их подразделений, творческих коллективов;
- социально-организаторская деятельность:
- привлечение к сотрудничеству со СМИ и другими медиа представителей различных сегментов общества, организаций, учреждений и взаимодействие с ними;
- производственно-технологическая деятельность:
- участие в производственном процессе выпуска издания, теле-, радиопрограммы, интернет-СМИ и других медиа на базе современных технологий.

## V. Требования к результатам освоения программы бакалавриата

5.1. В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

5.2. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-5);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-6);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-7);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-8);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-9);
- способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-10).

5.3. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

- способностью осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);
- способностью понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций (ОПК-3);
- способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности (ОПК-5);
- способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ (ОПК-6);
- способностью руководствоваться в профессиональной деятельности правовыми нормами, регулирующими функционирование СМИ (ОПК-7);
- способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике (ОПК-8);
- способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный

смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним (ОПК-9);

– способностью учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте (ОПК-10);

– способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11);

– способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы (ОПК-12);

– способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними (ОПК-13);

– способностью базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов (ОПК-14);

– способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика) (ОПК-15);

– быть способным использовать современные методы редакторской работы (ОПК-16);

– способностью эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности (ОПК-17);

– способностью эффективно использовать иностранный язык в связи с профессиональными задачами (ОПК-18);

– способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация) (ОПК-19);

– способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ (ОПК-20);

– способностью применять знание основ паблик рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21);

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-22).

5.4. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

– журналистская авторская деятельность:

способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, её проверки и анализа (ПК-1);

способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2);

- редакторская деятельность:  
способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3);
- проектно-аналитическая деятельность:  
способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);
- организационно-управленческая деятельность:  
способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиaproдукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5);
- социально-организаторская деятельность:  
способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6);
- производственно-технологическая деятельность:  
способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радио-программы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями (ПК-7).

5.5. При разработке программы бакалавриата все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата, включаются в набор требуемых результатов освоения программы бакалавриата.

5.6. При разработке программы бакалавриата организация вправе дополнить набор компетенций выпускников с учетом направленности программы бакалавриата на конкретные области знания и (или) вид (виды) деятельности.

5.7. При разработке программы бакалавриата требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям), практикам организация устанавливает самостоятельно с учетом требований соответствующих примерных основных образовательных программ.

## **VI. Требования к структуре программы бакалавриата**

6.1. Структура программы бакалавриата включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программ бакалавриата, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее – направленность (профиль) программы).

6.2. Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

*Блок 1 «Дисциплины (модули)»*, который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

*Блок 2 «Практики»*, который в полном объеме относится к вариативной части программы.

*Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»*, который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемый Министерством образования и науки Российской Федерации\*.

*Таблица*

*Структура программы бакалавриата*

Структура программы бакалавриата	Объем программы бакалавриата в з.е.	
	программа академического бакалавриата	программа прикладного бакалавриата

Блок 1	Дисциплины (модули)	204–207	174–207
	Базовая часть	105–126	105–126
	Вариативная часть	81–99	69–81
Блок 2	Практики	24–30	24–60
	Вариативная часть	24–30	24–60
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6–9	6–9
	Базовая часть	6–9	6–9
Объем программы бакалавриата		240	240

6.3. Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы бакалавриата, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы бакалавриата, организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО, с учетом соответствующей (соответствующих) примерной (примерных) основной (основных) образовательной (образовательных) программы (программ).

6.4. Дисциплины (модули) по философии, истории, иностранному языку, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части *Блока 1* «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата. Объем, содержание и порядок реализации указанных дисциплин (модулей) определяются организацией самостоятельно.

6.5. Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках:

базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата в объеме не менее 72 академических часов (2 зачетные единицы) в очной форме обучения;

элективных дисциплин (модулей) в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном организацией. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья организация устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

6.6. Дисциплины (модули), относящиеся к *вариативной части* программы бакалавриата и практики, определяют направленность (профиль) программы бакалавриата. Набор дисциплин (модулей), относящихся к вариативной части программы бакалавриата и практик, организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО. После выбора обучающимся направленности (профиля) программы, набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.

6.7. В *Блок 2* «Практики» входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Типы учебной практики:

– практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способы проведения учебной практики:

– стационарная;

– выездная.

Типы производственной практики:

– практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способы проведения производственной практики:

– стационарная;

– выездная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

При разработке программ бакалавриата организация выбирает типы практик в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата. Организация вправе предусмотреть в программе бакалавриата иные типы практик дополнительно к установленным настоящим ФГОС ВО.

Учебная и (или) производственная практики могут проводиться в структурных подразделениях организации.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

6.8. В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка и сдача государственного экзамена (если организация включила государственный экзамен в состав государственной итоговой аттестации).

6.9. При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме не менее 30 процентов вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

6.10. Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» должно составлять не более 60 процентов от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока.

## **VII. Требования к условиям реализации программы бакалавриата**

7.1. Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата.

7.1.1. Организация должна располагать материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

7.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), и отвечать техническим требованиям организации, как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации должна обеспечивать:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы;

– проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации\*\*.

7.1.3. В случае реализации программы бакалавриата в сетевой форме требования к реализации программы бакалавриата должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы бакалавриата в сетевой форме.

7.1.4. В случае реализации программы бакалавриата на созданных в установленном порядке в иных организациях кафедрах или иных структурных подразделениях организации требования к реализации программы бакалавриата должны обеспечиваться совокупностью ресурсов указанных организаций.

7.1.5. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. N 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный N 20237) и профессиональным стандартам (при наличии).

7.1.6. Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должна составлять не менее 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

7.1.7. В организации, реализующей программы бакалавриата, среднегодовой объем финансирования научных исследований на одного научно-педагогического работника (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должен составлять величину не менее чем величина аналогичного показателя мониторинга системы образования, утверждаемого Министерством образования и науки Российской Федерации\*\*\*.

7.2. Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата.

7.2.1. Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на условиях гражданско-правового договора.

7.2.2. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна составлять не менее 70 процентов.

7.2.3. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 60 процентов.

7.2.4. Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 10 процентов.

7.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата.

7.3.1. Специальные помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению определяются в примерных основных образовательных программах.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

В случае неиспользования в организации электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

7.3.2. Организация должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению).

7.3.3. Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата.

7.3.4. Обучающимся должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

7.3.5. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья должны быть обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.4. Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата.

7.4.1. Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата должно осуществляться в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. N 638 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 сентября 2013 г., регистрационный N 29967).

---

\* Подпункт 5.2.1 Положения о Министерстве образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 3 июня 2013 г. N 466 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 23, ст. 2923; N 33, ст. 4386; N 37, ст. 4702; 2014, N 2, ст. 126; N 6, ст. 582; N 27, ст. 3776).

\*\* Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961, ст. 6963; 2014, N 19, ст. 2302; N 30, ст. 4223, ст. 4323), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683; 2014, N 23, ст. 2927).

\*\*\* Пункт 4 Правил осуществления мониторинга системы образования, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 662 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 33, ст. 4378).

**Приказ Министерства образования и науки РФ от 3 ноября 2015 г. N 1295  
«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего  
образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика  
(уровень магистратуры)»**

В соответствии с подпунктом 5.2.41 Положения о Министерстве образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 3 июня 2013 г. N 466 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 23, ст. 2923; N 33, ст. 4386; N 37, ст. 4702; 2014, N 2, ст. 126; N 6, ст. 582; N 27, ст. 3776; 2015, N 26, ст. 3898; N 43, ст. 5976), и пунктом 17 Правил разработки, утверждения федеральных государственных образовательных стандартов и внесения в них изменений, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 661 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 33, ст. 4377; 2014, N 38, ст. 5069), приказываю:

1. Утвердить прилагаемый федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры).

2. Признать утратившими силу:

приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 марта 2010 г. N 199 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (квалификация (степень) «магистр»)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 апреля 2010 г., регистрационный N 17074);

пункт 25 изменений, которые вносятся в федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования по направлениям подготовки, подтверждаемого присвоением лицам квалификации (степени) «магистр», утвержденных приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 31 мая 2011 г. N 1975 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 июня 2011 г., регистрационный N 21200).

Министр Д. В. Ливанов

Зарегистрировано в Минюсте РФ 24 ноября 2015 г.  
Регистрационный N 39820

**Приложение**

**Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования  
Уровень высшего образования  
Магистратура  
Направление подготовки  
42.04.02 Журналистика  
(утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 3 ноября 2015 г. N 1295)**

**I. Область применения**

Настоящий федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (далее соответственно – программы магистратуры, направление подготовки).

## **II. Используемые сокращения**

В настоящем федеральном государственном образовательном стандарте используются следующие сокращения:

ОК – общекультурные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования; сетевая форма – сетевая форма реализации образовательных программ.

## **III. Характеристика направления подготовки**

3.1. Получение образования по программе магистратуры допускается только в образовательной организации высшего образования и научной организации (далее – организация).

3.2. Обучение по программе магистратуры в организации осуществляется в очной, очно-заочной или заочной формах обучения.

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

3.3. Срок получения образования по программе магистратуры:

– в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 2 года. Объем программы магистратуры в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.;

– в очно-заочной или заочной формах обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий увеличивается не менее чем на 3 месяца и не более чем на полгода по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения;

– при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения. При обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на полгода по сравнению со сроком, установленным для соответствующей формы обучения. Объем программы магистратуры за один учебный год при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е.

Конкретный срок получения образования и объем программы магистратуры, реализуемый за один учебный год, в очно-заочной или заочной формах обучения, а также по индивидуальному учебному плану определяются организацией самостоятельно в пределах сроков, установленных настоящим пунктом.

3.4. При реализации программы магистратуры организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

3.5. Реализация программы магистратуры возможна с использованием сетевой формы.

3.6. Образовательная деятельность по программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации, если иное не определено локальным нормативным актом организации.

## **IV. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры**

4.1. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает решение задач, связанных с функционированием средств массовой информации (далее – СМИ) (газет, журналов, телевидение, радиовещание, информационные агентства, ин-

формационно-телекоммуникационные сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), других медиа, смежных информационно-коммуникационных организаций (издательств, пресс-служб, рекламных агентств и агентств по связям с общественностью), а также научных и образовательных организаций.

4.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются массовая информация, передаваемая СМИ и другими медиа, адресованная различным аудиторным группам, а также научная информация, связанная с анализом функционирования СМИ и других средств массовой коммуникации.

4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры:

- журналистская авторская;
- организационно-управленческая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая;
- информационно-аналитическая;
- проектно-аналитическая.

При разработке и реализации программы магистратуры организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится магистр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технических ресурсов организации.

Программа магистратуры формируется организацией в зависимости от видов деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы:

- ориентированной на научно-исследовательский и (или) педагогический вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа академической магистратуры);
- ориентированной на производственно-технологический, практико-ориентированный, прикладной вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа прикладной магистратуры).

4.4. Выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие профессиональные задачи:

- журналистская авторская деятельность:  
выполнение профессионально-творческих обязанностей по созданию медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности;
- организационно-управленческая деятельность:  
выполнение организационно-управленческих функций в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов;
- научно-исследовательская деятельность:  
проведение научного исследования различных аспектов функционирования СМИ, других видов массовой коммуникации на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики;
- педагогическая деятельность:  
осуществление преподавательской и учебно-методической деятельности, связанной с данным направлением подготовки и медиаобразованием;
- информационно-аналитическая деятельность:  
осуществление сбора, анализа, обобщения информации, необходимой для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности;  
разработка аналитического обоснования в процессе медиапроектирования и медиамоделирования;
- проектно-аналитическая деятельность:  
разработка концепций различного рода медиапроектов, перспективное планирование;

## V. Требования к результатам освоения программы магистратуры

5.1. В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

5.2. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий (ОК-4).

5.3. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);
- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4);
- готовностью следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5);
- готовностью следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6);
- готовностью учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности (ОПК-7);
- готовностью к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8).

5.4. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры:

- журналистская авторская деятельность:
  - готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов (ПК-1);
  - готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (ПК-2);
- организационно-управленческая деятельность:
  - готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов (ПК-3);
- научно-исследовательская деятельность:
  - готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты (ПК-4);
- педагогическая деятельность:
  - готовностью в различных формах преподавать дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразованием, разрабатывать учебно-методические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию (ПК-5);

– информационно-аналитическая деятельность:

готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (ПК-6);

– проектно-аналитическая деятельность:

способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования (ПК-7).

5.5. При разработке программы магистратуры все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры, включаются в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры.

5.6. При разработке программы магистратуры организация вправе дополнить набор компетенций выпускников с учетом направленности программы магистратуры на конкретные области знания и (или) вид (виды) деятельности.

5.7. При разработке программы магистратуры требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям), практикам организация устанавливает самостоятельно с учетом требований соответствующих примерных основных образовательных программ.

## VI. Требования к структуре программы магистратуры

6.1. Структура программы магистратуры включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программ магистратуры, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее – направленность (профиль) программы).

6.2. Программа магистратуры состоит из следующих блоков:

*Блок 1 «Дисциплины (модули)»*, который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

*Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)»*, который в полном объеме относится к вариативной части программы.

*Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»*, который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утвержденном Министерством образования и науки Российской Федерации\*.

Таблица 1

Структура программы магистратуры

Структура программы магистратуры		Объем программы магистратуры в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	69–72
	Базовая часть	21–30
	Вариативная часть	39–51
Блок 2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	39–45
	Вариативная часть	39–45
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6–9
	Базовая часть	6–9
Объем программы магистратуры		120

6.3. Дисциплины (модули), относящиеся к *базовой части* программы магистратуры, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы магистратуры, организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО, с учетом соответствующей (соответствующих) примерной (примерных) основной (основных) образовательной (образовательных) программы (программ).

6.4. Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы магистратуры, практики (в том числе НИР) определяют направленность (профиль) программы. Набор дисциплин (модулей) и практик (в том числе НИР), относящихся к *вариативной части* Блока 1 «Дисциплины (модули)» и Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» программ академической или прикладной магистратуры, организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО. После выбора обучающимся направленности (профиля) программы набор соответствующих дисциплин (модулей), практик (в том числе НИР) становится обязательным для освоения обучающимся.

6.5. В Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» входит производственная, в том числе преддипломная практики.

Типы производственной практики:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- педагогическая практика;
- творческая практика;
- НИР.

Способы проведения производственной практики:

- стационарная;
- выездная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

При разработке программ магистратуры организация выбирает типы практик в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры. Организация вправе предусмотреть в программе магистратуры иные типы практик дополнительно к установленным - настоящим ФГОС ВО.

Производственная практика может проводиться в структурных подразделениях организации.

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

6.6. В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (если организация включила государственный экзамен в состав государственной итоговой аттестации).

6.7. При разработке программы магистратуры обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специализированные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме не менее 30 процентов вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

6.8. Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа, в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» должно составлять не более 30 процентов от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию этого Блока.

## **VII. Требования к условиям реализации программы магистратуры**

7.1. Общесистемные требования к реализации программы магистратуры.

7.1.1. Организация должна располагать материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

7.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам

(электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации должна обеспечивать:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы;

– проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации\*\*.

7.1.3. В случае реализации программы магистратуры в сетевой форме требования к реализации программы магистратуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы магистратуры в сетевой форме.

7.1.4. В случае реализации программы магистратуры на созданных в установленном порядке в иных организациях кафедрах или иных структурных подразделениях организации требования к реализации программы магистратуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов указанных организаций.

7.1.5. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. N 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный N 20237), и профессиональным стандартам (при наличии).

7.1.6. Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должна составлять не менее 60 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

7.1.7. Среднегодовое число публикаций научно-педагогических работников организации за период реализации программы магистратуры в расчете на 100 научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должно составлять не менее 2 в журналах, индексируемых в базах данных Web of Science или Scopus, и не менее 20 в журналах, индексируемых в Российском индексе научного цитирования.

7.2. Требования к кадровым условиям реализации программы магистратуры.

7.2.1. Реализация программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы магистратуры на условиях гражданско-правового договора.

7.2.2. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, должна составлять не менее 70 процентов.

7.2.3. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, должна быть не менее:

- 70 процентов для программы академической магистратуры;
- 60 процентов для программы прикладной магистратуры.

7.2.4. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратуры (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу магистратуры, должна быть не менее:

- 15 процентов для программы академической магистратуры;
- 20 процентов для программы прикладной магистратуры.

7.2.5. Общее руководство научным содержанием программы магистратуры определенной направленности (профиля) должно осуществляться штатным научно-педагогическим работником организации, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

7.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программ магистратуры.

7.3.1. Специальные помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы магистратуры, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием в зависимости от степени его сложности. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению определяются в примерных основных образовательных программах.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

В случае неиспользования в организации электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

7.3.2. Организация должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению).

7.3.3. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе магистратуры.

7.3.4. Обучающимся должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

7.3.5. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья должны быть обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.4. Требования к финансовым условиям реализации программ магистратуры.

7.4.1. Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры должно осуществляться в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. N 638 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 сентября 2013 г., регистрационный N 29967).

---

\* Перечень направлений подготовки высшего образования - магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. N 1061 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 14 октября 2013 г., регистрационный N 30163), с изменениями, внесенными приказами Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 января 2014 г. N 63 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 февраля 2014 г., регистрационный N 31448), от 20 августа 2014 г. N 1033 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 3 сентября 2014 г., регистрационный N 33947), от 13 октября 2014 г. N 1313 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 ноября 2014 г., регистрационный N 34691), от 25 марта 2015 г. N 270 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 апреля 2015 г., регистрационный N 36994) и от 1 октября 2015 г. N 1080 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 октября 2015 г., регистрационный N 39355).

\*\* Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961, ст. 6963; 2014, N 19, ст. 2302; N 30, ст. 4223, ст. 4243; N 48, ст. 6645; 2015, N 1, ст. 84), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683; 2014, N 23, ст. 2927; N 30, ст. 4217, ст. 4243).

## Требования к публикациям в журнале «Знак: проблемное поле медиаобразования»

Принимаются статьи, посвященные различным аспектам состояния и развития информационного и коммуникационного пространства.

Объем статьи: от 2500 до 5000 слов (включая заголовочный комплекс и перевод на английский язык). Это около 16000–40000 знаков с пробелами. Ссылки – не менее 10.

Просим сопровождать статью расширенной аннотацией на английском языке (150–200 слов) и переводом списка литературы на английский язык (вся библиография транслитерируется, при этом названия статей и места их размещения (журналы, сборники) переводятся на английский язык).

### *Краткий образец оформления библиографии.*

В русскоязычной части статьи:

Андреев, В. М. Археологический памятник как основание генерации культурно-исторической среда современного культурного пространства [Текст] / В. М. Андреев // Культура – искусство – образование: научные поиски и практические решения. – Челябинск, 2014. – С. 10–13.

В англоязычной:

Andreyev, V. M. (2014) Arkheologicheskij pamyatnik kak osnovaniye generatsii kul'turno-istoricheskoy sredy sovremennogo kul'nogo prostranstva [=Archaeological site as the foundation of generation of cultural and historical environment of modern cultural field], in: *Cul'tura – iskusstvo – obrazovaniye: nauchnye poiski i practicheskije reshenija* [=Culture – art – education: researching and practice], Chelyabinsk, pp. 10–13. (In Russ.).

Общие принципы оформления иноязычной библиографии:

- 1) все фамилии авторов пишутся с запятой перед инициалами, через запятую, последняя фамилия автора присоединяется с помощью and (запятая перед and не ставится);
- 2) год в скобках после ФИО автора;
- 3) название публикации выделяется курсивом, если это название книги, либо без курсива (если это статья в журнале, глава в монографии и т.п.);
- 4) перевод названия на английский в квадратных скобках;
- 5) если это материал в издании, то после квадратной скобки ставится запятая и добавляется in:
- 6) название журнала, книги – курсивом
- 7) затем перевод названия на английский в квадратных скобках;
- 8) через запятую издательство, город, страницы с указанием pp.

Обязательные элементы статьи: фамилия и инициалы автора (авторов), название статьи, краткая аннотация на русском языке, ключевые слова на русском языке, перевод на английский язык фамилии автора, названия статьи, аннотации, ключевых слов; сведения об авторе (фамилия, имя, отчество полностью, должность, звание, степень, домашний адрес, телефоны, электронный адрес). В случае несоответствия статьи требованиям автору высылается мотивированный отказ. Отправка статьи для публикации в журнале одновременно означает согласие автора с ее размещением в открытых интернет-источниках.

Внимание! Публикуются только статьи, ранее нигде не размещенные, не повторяющие ранее опубликованные материалы автора. Оригинальность – не ниже 75 % (25 % - цитаты из научной литературы и анализируемых источников).

Вопросы можно задавать по электронной почте [mzagidullina@gmail.com](mailto:mzagidullina@gmail.com).

## ПРИМЕРНЫЕ ОБРАЗЦЫ ОФОРМЛЕНИЯ БИБЛИОГРАФИИ:

### Список литературы

1. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика: учебное пособие для студентов вузов [Текст] / А. Амзин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 134 с.
2. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. [Текст] / И. В. Арнольд. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Высш. шк., 1986. – 295 с.
3. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. фил. наук [Текст] / Н. Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 266 с.
4. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров [Текст] / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – С. 250–296.
5. Горошко, Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области [Текст] / Е. И. Горошко // Жанры речи. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. – Вып. 5. Жанр и культура. – С. 370–389.
6. Горошко, Е. И. Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации (на примере коммуникативного сервиса «Твиттер») [Текст] / Е. И. Горошко, Е. А. Землякова, Т. Л. Полякова // Жанры речи. – М.: Лабиринт, 2012. – Вып. 8. Жанр и творчество. – С. 344–357.
7. Громыко, Н. В. Интернет и постмодернизм – их значение для современного образования [Текст] / Н. В. Громыко // Вопросы философии. – 2002. – № 2. – С. 175–180.
8. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.honestnet.ru/chistyuyazyk/yazyk-interneta-zametki-lingvista.html>.
9. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика [Текст] / А. А. Калмыков, Л. А. Киханова. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 384 с.
10. Капанадзе, Л. А. Структура и тенденции развития электронных жанров [Электронный ресурс]. – URL: <http://rus.1september.ru/article.php?ID=200202107>.
11. Купер, И. Р. Гипертекст как способ коммуникации [Электронный ресурс]. – URL: [www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html](http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html).
12. Лазутина, Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики [Текст] / Г. В. Лазутина // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – № 6. – 2010. – С. 14–21.
13. Лутовинова, О. В. Жанровая речевая деятельность языковой личности в виртуальном дискурсе [Текст] / О. В. Лутовинова // Инициативы XXI века. – 2012. – № 3. – С. 170–173.
14. Мурадян, А. Ю. Словослияние в современном английском языке (специфика, динамика, теория): дис. ... канд. фил. наук [Текст] / А. Ю. Мурадян. – Л., 1978. – 201 с.
15. Нефедова, Л. А. О некоторых особых способах словообразования в современном немецком языке [Текст] / Л. А. Нефедова // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2003. – № 3. – С. 89–97.
16. Распопина, Е. Ю. Дифференциальные и жанровые особенности компьютерного Интернет-дискурса [Текст] / Е. Ю. Распопина // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – № 1. – 2010. – С. 125–132.
17. Селютин, Ал. А. Коммуникативная природа гипертекста [Текст] / Ал. А. Селютин // Регионально ориентированные исследования филологического пространства: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Оренбург, 14 ноября 2008 г.). – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2008. – С. 349–352.
18. Хрущева, О. А. Блендинг в системе словообразования [Текст] / О. А. Хрущева // Вестник ОГУ. – № 11 (105). – 2009. – С. 95–101.
19. McLuhan, M. *Understanding Media: The Extensions of Man* [Text] / M. McLuhan. – McGraw-Hill, 1964.

### References

1. Amzin, A. (2012) *Novostnaja internet-zhurnalistika: Uchebnoe posobie dlja studentov vuzov* [=News Internet-journalism: study book for college students], 2nd edition, Moscow, 134 p. (In Russ.).

2. Arnold, I. V. (1986) *Leksikologija sovremennogo anglijskogo jazyka: Ucheb. dlja in-tov i fak. inostr. jaz.* [=Lexicology of Contemporary English: study book for colleges and foreign language departments], 3rd revised edition, Moscow, 295 p. (In Russ.).
3. Asmus, N. G. (2005) *Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva: dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filologicheskikh nauk* [=Linguistic Peculiarities of Virtual Communicative Space: thesis for candidate of science degree], Chelyabinsk, 266 p. (In Russ.).
4. Bakhtin, M. M. (1986) Problema rechevyh zhanrov [=Problem of Speech Genres], in: *Jestetika slovesnogo tvorcestva* [=Esthetics of Word Art], Moscow, pp. 250–296. (In Russ.).
5. Goroshko, E. I. (2007) Teoreticheskij analiz Internet-zhanrov: k opisaniju problemnoj oblasti [=Theoretical Analysis of Internet-genres: to the Description of Problematic Area], in: *Zhanry rechi* [=Speech Genres], Saratov, issue 5, pp. 370–389. (In Russ.).
6. Goroshko, E. I., Zemlyakova, E. A. and Polyakova, T. L. (2012) Zhanry 2.0: problema tipologii i kategorizacii (na primere kommunikativnogo servisa “Ttwitter”) [=Genres 2.0: Problem of Typology and Categorization (by the Example of Communicative Service “Twitter”), in: *Zhanry rechi* [=Speech Genres], Moscow, issue 8, pp. 344–357. (In Russ.).
7. Gromyko, N. V. (2002) Internet i postmodernizm – ih znachenie dlja sovremennogo obrazovanija [=Internet and Postmodernism – heir Meaning for Contemporary Education], in: *Voprosy filosofii* [=Philosophical Questions], no. 2, pp. 175–180. (In Russ.).
8. Ivanov, L. Y. *Jazyk Interneta: zametki lingvista* [=Internet Language: Linguist’s Notes], available at: <http://www.honestnet.ru/chistyy-yazyk/yazyk-interneta-zametki-lingvista.html>, accessed 23.01.2015. (In Russ.).
9. Kalmykov, A. A. (2005) *Internet-zhurnalistika* [=Internet-journalism], Moscow, 384 p. (In Russ.).
10. Kapanadze, L. A. *Struktura i tendencii razvitija jelektronnyh zhanrov* [=Structure and Tendencies of Electronic Genres Development], available at: <http://rus.1september.ru/article.php?ID=200202107>, accessed 23.01.2015. (In Russ.).
11. Kuper, I. R. *Gipertekst kak sposob kommunikacii* [=Hypertext as Means of Communication], available at: [www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html](http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html), accessed 23.01.2015. (In Russ.).
12. Lazutina, G. V. (2010) Zhanr i format v terminologii sovremennoj zhurnalistiki [=Genre and Format in the Terminology of Contemporary Journalism], in: *Vestnik MGU* [=Moscow State University Herald], Volume 10, no. 6, pp. 14–21. (In Russ.).
13. Lutovinova, O. V. (2012) Zhanrovaja rechevaja dejatel'nost' jazykovoj lichnosti v virtual'nom diskurse [=Genre Speech Activity of Language Personality in Virtual Discourse], in: *Inicijaty XXI veka* [=Initiatives of 21st Century], no. 3, pp. 170–173. (In Russ.).
14. Muradyan, A. Y. (1978) *Slovoslijanie v sovremennom anglijskom jazyke (specifika, dinamika, teorija): dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filologicheskikh nauk* [=Word Blending in Contemporary English Language (Specifics, Dynamics, Theory): thesis for candidate of science degree], Leningrad, 201 p. (In Russ.).
15. Nefyodova, L. A. (2003) O nekotoryh osobyh sposobah slovoobrazovanija v sovremennom nemeckom jazyke [=About Certain Special Ways of Word Building in Contemporary German], in: *Vestnik MGU* [=Moscow State University Herald], no. 3, pp. 89–97. (In Russ.).
16. Raspopina, E. Y. (2010) Differencial'nye i zhanrovye osobennosti komp'juternogo Internet-diskursa [=Differential and Genre Peculiarities of Computer Internet-discourse], in: *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [=Irkutsk State Linguistic University Herald], no. 1, pp. 125–132. (In Russ.).
17. Selyutin, Al. A. (2008) Kommunikativnaja priroda giperteksta [=Communicative Nature of Hypertext], in: *Regional'no orientirovannye issledovanija filologicheskogo prostranstva: materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii* [=Regional Oriented Researches of Philological Space: Materials of All-Russian Scientific Practical Conference], Orenburg, pp. 349–352. (In Russ.).
18. Khurtsheva, O. A. (2009) Blending v sisteme slovoobrazovanija [=Blending in System of Word Building], in: *Vestnik OGU* [=OGU Herald], no. 11(105), pp. 95–101. (In Russ.).
19. McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, 318 p.