
АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ ACTUAL INTERVIEW

ЕЛЕНА ВАРТАНОВА: ГЛАВНАЯ ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ — ТЕОРИЯ ПРИВРАТНИКОВ

29 июня 2016 г. в «Российской газете» было опубликовано интервью декана факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова Елены Леонидовны Вартановой. Редакция «Российской газеты» и автор интервью дали согласие на перепечатку материала в нашем журнале.

ELENA VARTANOVA: THE MAIN THEORY OF JOURNALISM IS THE THEORY OF GATE KEEPING

On 29 June 2016 an interview with the Dean of the Faculty of Journalism of Moscow State University Prof. Elena L. Vartanova was published in Rossiyskaya Gazeta. The newspaper editorial office and Elena Vartanova have granted us their permission to publish the content of the article in our journal Theoretical and Practical Issues of Journalism.

МАССЫ И МЕДИА

THE MASSES AND THE MEDIA

Дискуссия в МГУ «Медиапрофессии XXI века», подведение итогов конкурса «Стать журналистом!» и начало приема студентов в вузы — возобновили споры о месте СМИ в будущем. Несмотря на разговоры о кризисе журналистики, на ее функции генерации смыслов в интервью «РГ» настаивает декан факультета журналистики МГУ Елена Вартанова.



Почему журналистика попала в «демографическую яму»: в профессию, за исключением телевидения, идут, как правило, девушки, а конкурс падает?

Елена Вартанова: Журфаки действительно до 80% по стране стали «женскими». Тенденция связана не столько с демографией — девочек у нас всего на 2–3% рождается боль-

ше, — сколько коренится в образовании. Мы понимаем, что падает престиж профессии. И не потому, что журналистика «уже не та», а просто потому, что зарплаты небольшие, а мальчишки часто исходят из базовых экономических соображений. Но есть еще итоги ЕГЭ, они, как правило, связаны с возрастной психологией и показывают, что в це-

лом менее усидчивые и собранные мальчики ЕГЭ сдают хуже. Девочки показывают большие баллы, что служит непререкаемой основой для зачисления. Тут у факультета нет свободы маневра, кроме творческого конкурса.

Прием студентов 2016 года способен переломить тенденцию!

Елена Вартанова: Нам легче, чем три-четыре года назад. Теперь абитуриенты несут свои школьные сочинения, что позволяет проследить динамику их развития. Мы открыли отделение спортивной журналистики и интернет-СМИ, чтобы привлечь мальчиков, но вмешалась конкуренция — спортивная журналистика привлекает и девочек.

Во внутренней конкуренции что престижнее — телевидение, печать, интернет или пиар и медиаресурсы!

Елена Вартанова: Конкуренция ослаблена тем, что по модулям мы распределяем студентов после второго курса. Сначала они получают общее представление о профессии. Каждый делает личный ТВ-проект, радиный, печатный, Интернет. Это делает выбор более осмысленным. Хотя популярность телевидения остается высокой. Еще создали два новых направления — медиабизнес и интернет-журналистика. И настаиваем на двух базовых специализациях: одна из них должна быть по выбору индустрии, вторая тематической — деловая, спортивная, музыкальная, социальная, международная, политическая, литературно-художественная критика и лайфстайл (lifestyle). В итоге выпускник журфака может комбинировать. Например, он не просто телевизионщик, способный делать новости, а он еще умеет делать спортивные телерепортажи. Кстати, в спортивные

комментаторы охотно идут девушки. А, как вы думаете, какое тематическое направление у студентов самое популярное?

Может, лайфстайл и деловая журналистика?

Елена Вартанова: Не поверите — международная. На нее нет спроса на рынке, зато есть спрос у студентов. Думаю, мы находимся на том этапе, когда этот спрос формируется у общества. Геополитика — Brexit, футбольные чемпионаты вместе с санкциями работают на конструирование запроса на этот сегмент СМИ. Второй по популярности модуль — литературно-художественная критика, что и резонирует, и соответствует идущему спору западников и славянофилов. Третий в списке лидеров — деловая журналистика.

Журфаки всегда упрекали в том, что они выпускают «сырье», а теперь эксперты утверждают, что профессия стала «сервисной» и «технологичной» настолько, что часть навыков журналиста отмирает и ему на смену идут роботы-новостники. Что вы им ответите?

Елена Вартанова: У журналистики есть сервисный компонент. Но она не может быть приравнена ни к химчистке, ни к ресторану. Они обслуживают определенную группу индивидуальных пользователей, а журналистика обслуживает общество в целом. Она входит не в те сегменты, которые производят материальные ценности, она — тот общественный институт, который производит духовные и виртуальные ценности. Это сервис особого рода, под который постиндустриальные ученые не разработали теорию. Хотя такая теория есть — теория общественного согласия.

...А роботы... Почему нет? Работа с сырьем может быть отдана на

аутсорсинг. Изложить факт может, наверное, и робот. Но осмыслить новость, встроить ее в повестку дня и сделать ее частью общественной дискуссии может только живой профессионал.

Как вы ищете баланс между овладением медиатехнологиями и умением встраивать их в контент информационного потока?

Елена Вартанова: Сначала мы учим думать. Баланс можно найти, включив интеллект, который опирается на фундаментальные знания. Но штука в том, что то, что было балансом двадцать лет назад, не будет им сегодня. И тут я не согласна с теми, кто утверждает, будто журналистика — ремесло, лишённое теории. Главная теория журналистики — «gate keeping», или теория привратников. Привратник не всегда держит калитку закрытой, он впускает, но не всех. Интеллектуальный смысл работы журналиста — в обилии информации найти те темы, которые нужны сегодня обществу, и открыть калитку им. А для других, создающих избыточность и информационный шум, ее прикрыть. Избыточности откроют путь блогеры или «френды» в социальных сетях, поскольку это интересно кого-то, но не является обязательным набором гражданина.

Вечная проблема — поиск баланса между фундаментальным образованием и профессиональной практикой — почему опять обострилась?

Елена Вартанова: В 90-е даже на журфаке говорили студентам: «Нечего тут сидеть. Идите в редакции». А в «нулевые» пошли упреки — журналисты плохо пишут, не проверяют источники, у них неправильная речь... Это все в адрес студентов, которые в 90-е ушли в

редакции. Это упрек редакциям, которые говорят: «Мы все равно вас переучим». Переучивать можно тех, у кого сформирован базовый запас знаний и умение ими оперировать. Их можно дотачивать до нужд конкретной редакции. Было бы что. Поэтому мы восстанавливаем и авторитет фундаментального знания, и разнообразим практику.

Как вы относитесь к известному тезису замминистра связи и массовых коммуникаций РФ Алексея Волина о том, что «журналистики как таковой в XXI веке нет. Есть медиакommunikации, медиасфера, в которой есть журналистика».

Елена Вартанова: Он любит такие провокации. Разумеется, с этим противоречием невозможно не согласиться. Это противоречие — суть идущих непростых перемен в профессии. Мы же не утверждаем, что реклама не есть часть СМИ. Она — неотъемлемая ее часть, и часть экономического механизма, и часть контента. Задам вам простой вопрос — что сегодня является самым популярным медийным форматом для аудитории?

Пост-перепост?

Елена Вартанова: Сериал. То есть 70% аудитории к СМИ относятся как к индустрии развлечений. Поэтому место журналистики в СМИ будущего — в радио, ТВ-программах, в гляцевых журналах. Увы, оно сужается и диктует спрос не только на журналистов, умеющих писать, но и других специалистов, которые могут сопровождать информационный поток. Это тоже сервис. Те же сериалы обслуживают наше свободное время, но если сериал сделан на основе качественного медиатекста, он не только развлекает, но и просвещает, и информирует.

Конкурс «Стань журналистом!», организованный МГУ, «Российской газетой» и «Радио России», учит журналистике или азам медиакommunikаций?

Елена Вартанова: Журналистике. Медиа контент хорош, когда человек имеет представление о мире. А многоуровневое представление о мире могут давать только журналисты, которые выступают привратниками и модераторами социально значимой дискуссии. Но и социум зависит от медиа как от посредника в понимании реальности. Полагаю, мы даже представляем новый вид человека — «человек медийный», чей личный опыт опосредован медиа, а журналистика — сердцевина медиа. Поэтому «Стань журналистом!» — конкурс о

том, как дети нового поколения легко вписываются в медиаконтент, но непросто — в журналистику. Им не составляет труда выложить в сети пост, сделать видеосюжет. Им играючи удается мгновенный клик, но им нелегко осилить литературный текст. Иногда нет запроса на думание.

На ваш взгляд, в каком направлении развивается медиаиндустрия — технологизации или все же генерирования мысли?

Елена Вартанова: Генерации смыслов, общих для социума понятий и площадок, а технологии — все же инструмент движения.

Владимир ЕМЕЛЬЯНЕНКО
(*Российская газета.*
29 июня 2016 г. С. 12)