

БЕССОНОВ С. И.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ И ПРОФИЛИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТА В УСЛОВИЯХ МУЛЬТИМЕДИЙНОСТИ

Специализация и профилизация журналиста рассматриваются в статье в качестве эффективных инструментов медиаменеджмента. Особое внимание обращается на процесс трансформации этих элементов в условиях мультимедийности.

Ключевые слова: редакционный менеджмент, специализация, профилизация, эффективность разделения труда, мультимедийность

Bessonov S. I.

Specializing and profiling of journalistic practice in the terms of multimedia reality

In this article specializing and profiling of journalistic practice are examined as effective media management instruments. The author draws attention to the process of transformation of these elements to multimedia level.

Keywords: editorial management, specialization, profiling, effectiveness of division of labour, multimedia

Разработка и воплощение стратегий редакционного менеджмента на уровне структурной организации сегодня традиционно занимают в региональных печатных СМИ одну из ключевых позиций в процессе управления производственными и творческими процессами выпуска массмедийного продукта. В этой связи необходимость специализации и профилизации функционала журналиста по-прежнему рассматривается в качестве магистрального условия эффективного взаимодействия всех субъектов труда, участвующих в формировании, переупаковке и поставке разного по содержанию информационного контента.

Вместе с тем устойчивые трансформационные процессы, которые в настоящее время напрямую опосредуют актуальное состояние медиабизнеса, вносят существенные коррективы в понимание механизмов диверсификации рабочих заданий, требуя не дословного воспроизведения, а выборочной адаптации прежних моделей регулярного менеджмента СМИ к современному медиаконтенту. К настоящим факторам, в частности, относится кардинальная смена структуры потребления информации, технологизация контента и аккумулярование внутренних ресурсов различных каналов передачи этого продукта.

При этом важно отметить, что мультимедийность как «результат перевода контента в цифровую форму» [3, с. 12] – это не только вопрос освоения новых технологических платформ. Она выступает в роли объективного регулятора моделей структурного менеджмента СМИ. Причем вопреки подходам, согласно которым конвергенция медиапрактики неминуемо стирает внешние и внутренние границы в системе организационного контекста редакций, мы исходим

из того, что универсализация функционального наполнения профессиональных обязанностей отнюдь не исключает соблюдения подходов к сегментированию через вычленение сетки профилей и специализаций. Более того, она также предполагает выстраивание системы контроля за эффективностью деятельности редакционного коллектива.

С целью изучения механизмов диверсификации рабочих заданий в мультимедийную эпоху нами было проведено целостное исследование специализации и профилизации журналистской деятельности как компонентов повышения эффективности редакционного менеджмента, локализованных на уровне моделирования структуры медиафирмы. Для этого были теоретически обоснованы критерии, позволяющие развести понятия «специализация» и «профиль» журналиста; проведены анкетирование сотрудников разнотипных печатных СМИ Уральского федерального округа, экспертные интервью с представителями ведущих региональных общественно-политических печатных изданий обозначенного региона, контент-анализ журналистских текстов, также мы использовали метод включенного наблюдения.

Исследование показало, что установки сегментирования деятельности печатных масс-медиа образуют комплекс системно осуществляемых мер по обеспечению эффективного использования ресурсной базы СМИ. Они применяются в ходе конструирования производственных процессов посредством формирования отдельных функционально-ролевых единиц структурной организации, закрепляющей за счет выделения специализаций и профилей функции и роли исполнителей профессиональных обязанностей.

В этой связи отметим, что диверсификация рабочих заданий в рамках конкретного издания всегда есть выполнение задачи функционально-деятельностного проектирования. Поэтому любая редакция – это сумма смежных медиапрактик, фрагментированных с учетом их функционально-деятельностного содержания. Основанием для выделения различий в полномочиях членов коллектива и моделирования определенного профессионального поведения персонала служит использование компетентностного и квалификационного подходов, предполагающих ориентацию на профессионально-квалификационный уровень сотрудников и их компетентностные характеристики, а также соотнесение этих данных с актуальными потребностями фирмы.

Говоря о перераспределении полномочий, мы исходим из того, что специализация и профиль выступают в качестве смежных форматов диверсификации на разных уровнях организации системы медиапредприятий, благодаря которым журналисты могут работать в зоне своих творческих интересов. Именно поэтому степень сегментирования рабочих заданий напрямую зависит от того, на каком уровне оно осуществляется. Специализацию мы предлагаем определять как «подразделение на отдельные работы в организации» [2, с. 446], форму специфицирования труда на разных этапах выполнения производственных и творческих процессов по созданию информационного продукта, требующую освоения комплекса конкретных предметных знаний и закрепляющую опреде-

ленные профессиональные роли. В свою очередь профиль оформляет базовое направление деятельности и его основное содержание, универсальную для каждого типа издания матрицу компетентных и квалификационных требований, предъявляемых к членам коллектива.

Оба эти компонента определяют возникновение положительных эффектов от разделения труда в творческом коллективе. Существование данного свойства правомерно связывать с тем, что обретение журналистом профиля и специализации позволяет осваивать технологии по созданию индивидуализированного информационного продукта как для широкого круга потребителей медиасодержания, так и с учетом специфических запросов локальных групп. Внедрение схем четкой функционально-ролевой организации способствует максимальной реализации потенциала медиасотрудников, определяемого уровнем их медиакомпетентности, повышению производительности их труда как главного показателя эффективности деятельности креативной команды, росту творческих инициатив. Специфицирование медиапрактик сотрудников помогает снижать вероятность пересечения функционально-ролевых областей, закрепленных за журналистами, и возникновения конфликта профессиональных интересов. Кроме того, оказывает влияние на финансовые параметры масс-медиа, способствуя повышению прибыльности медиабизнеса и созданию совокупности устойчивых конкурентных преимуществ как маркетинговых инструментов закрепления позиций игрока на рынке.

Настоящая система функциональных единиц, доказавшая свою эффективность, сегодня практически повсеместно в той или иной форме вписана в различные организационные контексты редакций. Однако в условиях мультимедийности, когда «контент упаковывается и переупаковывается группой выпуска и редакторами продуктов» [1, с. 162] с учетом технических возможностей различных информационных площадок, она претерпевает некоторые изменения. С одной стороны, существующие запросы медиаотрасли по-прежнему демонстрируют острую потребность в квалифицированных специалистах, которые обладают комплексом специальных профессиональных знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять четкое распределение зон ответственности в журналистском коллективе. А с другой – эти члены креативных групп теперь должны работать в формате транспрофессионализма, требующего совмещения универсальности и мобильности со специализацией.

Равное удовлетворение обозначенных запросов, на первый взгляд, кажется невозможным, однако тенденция к мультиплицированию синкретичных форматов организации журналистского труда все же имеет ресурсы для сосуществования универсализации со специализацией. Как мы полагаем, наиболее оптимальным способом соблюдения настоящего условия является выведение этого вопроса из зоны профессиограммы специализации (совокупности предъявляемых к подчиненному эталонных профессиональных характеристик, благодаря которым уточняются компетенции сотрудников) и закрепления на уровне функционально-ролевого содержания профиля, допускающего интегрирование

общефессиональных требований к субъектам медийного творчества. В случае построения такой модели расширение диапазона творческой реализации члена редакционного коллектива не приводит к деспецификации его деятельности путем искусственного укрупнения границ операционных практик.

Таким образом, сотрудник печатного СМИ, отвечая актуальным запросам медиарынка, начинает подготавливать для смежных информационных технологических платформ своего рода гипертексты и обеспечивает сопровождение созданного контента на протяжении всего жизненного цикла конкретного медиасодержания. А с другой – функциональная модель его деятельности вовсе не исключает закрепления за журналистом определенного поля для творческой реализации, которое формируется с учетом географических, тематических, жанровых и других оснований сегментирования.

На данный момент реализация некоторых элементов подобной схемы в большей степени осуществлялась лишь в форматах объединенных или конвергентных редакций. Хотя область ее применения в региональной прессе гораздо шире. Поэтому эта универсальная модель, как мы считаем, является достаточно перспективной с точки зрения возможности внедрения в воплощенные на практике матрицы внутреннего менеджмента редакций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пургин Ю. П. Трансформация региональных печатных СМИ в условиях изменения коммуникативной парадигмы массовой информации // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. Екатеринбург, 2011. № 2. С. 158–165.
2. Роббинз С. П., Коултер М. Менеджмент : пер. с англ. Москва, 2007.
3. Фомичева И. Д. Мультимедийность и журналистская миссия // Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия. Москва, 2013. С. 12–13.