Бабюк Максим Иванович, кандидат философских наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: mbabyuk@yandex.ru

Хасан Дениза, *PR*-специалист в агентстве *PR EVENTO Sport*, Москва, Россия; e-mail: dhasan.98@mail.ru

ОБРАЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СПОРТИВНЫХ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье исследуется образование, которое получили отечественные спортивные журналисты. В процессе исследования были анкетированы 76 представителей спортивных медиа по вопросам, связанным с их профессиональным образованием, повышением квалификации и образовательными потребностями в профессии. По итогам анализа можно отметить, прежде всего, высокий формальный уровень образования, а также высокий процент людей с профильным журналистским образованием. Причем доля выпускников факультетов журналистики в профессии в последние годы повышается. Вместе с тем респонденты массово сомневаются в необходимости как профильного образования, так и высшего образования в целом, что указывает на определенные проблемы высших школ с адаптацией к запросам рынка. Постоянные изменения на рынке заставляют представителей профессии регулярно заниматься самообразованием, компенсируя недостаток базовых знаний.

Ключевые слова: *спорт, медиа, спортивная журналистика, образование.*

Maxim I. Babyuk, PhD in Philosophy, Associate Professor at Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: mbabyuk@yandex.ru

Deniza Hasan, PR Specialist at the PR EVENTO Sport agency, Moscow, Russia; e-mail: dhasan.98@mail.ru

EDUCATIONAL CHARACTERISTICS OF THE MODERN BODY OF SPECIALISTS IN MASS COMMUNICATIONS IN SPORTS

The article discusses the educational characteristics of the modern body of Russian sports journalists. During the study, 76 representatives of sports media were interviewed on a wide range of issues related to the specifics of their education, professional development and educational needs within the profession. According to the results of the analysis, we can note, first of all, a high formal level of education among representatives of sports journalism, as well as a fairly high percentage of people with specialized education in journalism. Notably, the proportion of journalism graduates in the profession has been continuously growing in recent years. At the

same time, a lot of respondents doubt the need for both specialized education and higher education in general, which indicates certain problems of universities with adapting to the market requirements. Constant changes in the market force members of this profession to regularly engage in self-education, compensating for the shortcomings of their basic knowledge.

Key words: *sports, media, sports journalism, education.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2020.2852

Введение

Массовые коммуникации в области спорта находятся в России в состоянии постоянной трансформации, связанной как со стремительным развитием мировой индустрии, так и с особенностями развития национальных спортивных медиаструктур. Изменения эти детерминированы нарастающей цифровой революцией, которая требует от представителей спортивных медиа новых компетенций, а также становлением у нас профессионального спортивного рынка.

В этих условиях подвижна должна быть система подготовки и профессионального развития спортивных журналистов, *PR*-специалистов, сотрудников пресс-служб. С одной стороны, в отечественной системе образования за последние годы сформирован целый ряд разного уровня продолжительности и сложности программ и школ подготовки профильных специалистов. С другой стороны, нарастание потоков информации и формирование новых каналов ее передачи приводит к увеличению потребности в специалистах по данному профилю и формированию у представителей профессии специфических навыков, зачастую далеких от требований классической журналистской школы.

В связи с этим можно наметить несколько важных проблем, требующих академического анализа. В первую очередь необходимо понимание того, какое образование востребовано в профессии, какие запросы есть в редакциях и медиаслужбах, насколько собственно журналистское образование отвечает этим вопросам. Кроме того, проблемой становятся запросы рынка по формированию актуальных навыков и компетенций.

Специфику образования в медиаспортивной среде можно смело назвать проблемой малоизученной. Исследователи, как правило, фокусируются либо на актуальных проблемах формирования новых журналистских компетенций в условиях меняющегося

спроса (Vartanova, Lukina, 2014 и др.), реформах журналистского образования в условиях меняющихся медиа (Vartanova, Lukina, 2017; Дрок, Лукина, 2019), либо на социологическом анализе портрета современного журналиста (Аникина, 2012; Anikina, 2014; Свитич, Ширяева, 2005). Работы эти актуальны, они очерчивают ключевые проблемы современного медиаобразования в меняющемся мире. Однако для такой узкоспециализированной среды, как спортивные медиа, данный анализ является предельно широким, фиксирующим лишь глобальные тенденции.

При этом, учитывая специфику российского рынка коммуникаций в спорте, трудно обращаться к опыту западных исследований. Дело в том, что отечественная спортивная журналистика за последние десятилетия претерпела ряд трансформаций, не характерных для западного профессионального медиапространства. Это касается и взрывного роста количества представителей профессии в 1990–2000-е гг., и формирования новых направлений профессиональной деятельности, и девальвации статуса профессии. Спрессованные в полтора десятка лет, эти события создали уникальную ситуацию, в которой формируется корпус специалистов в области массовых коммуникаций в спорте.

Образование, которое получили и получают современные спортивные журналисты, по ряду причин остается за пределами поля анализа. Это и предопределяет актуальность предпринятого нами исследования формального образования, сформированных в его процессе компетенций, возможности профессионального совершенствования, соответствия выпускников профессиональным потребностям в спортивной журналистике.

Методология и характеристика выборки

Исследование проводилось в течение лета-осени 2019 г. Инструментальной основой его стало заочное анонимное анкетирование отечественных спортивных журналистов и сотрудников медиаслужб спортивных организаций. Анкета включала более 60 вопросов закрытого и открытого типа. В фокусе нашего внимания были два взаимосвязанных проблемных поля, каждому из которых соответствовал свой блок вопросов. Первый из них был посвящен профессиональным компетенциям современных спортивных журналистов. Вопросы образования затрагивались здесь косвенно, и в

целом данные из этой части исследования требуют дополнительной обработки, а потому не рассматриваются в статье.

Второй блок состоял из трех групп вопросов, связанных со спецификой образования и формирования квалификации сотрудников спортивной медиасреды. Первая группа вопросов касалась полученного респондентами образования, освоенных в его процессе компетенций, их корреляции с профессиональными потребностями. Во второй части формулировались вопросы, связанные с проблемами повышения квалификации в профессии. Наконец, третья группа касалась запросов представителей профессии относительно эффективности профессионального образования и повышения квалификации. Всего эта часть опроса содержала 20 вопросов открытого и закрытого типа.

Также в анкете содержалась стандартная «паспортичка», в которой регистрировались социально-демографические характеристики респондентов.

Всего в анкетировании приняли участие 76 спортивных журналистов и представителей медиаслужб различных спортивных организаций (см. табл. 1).

Таблица 1

Структура выборки (N=76)

Специализированные спортивные медиа	**Кол-во**	**Спорт. редакции в универсальных медиа**	**Кол-во**	**Медиаслужбы спортивных организаций**	**Кол-во**	**Иное**	**Кол-во**
Евроспорт	1	Интерфакс	1	Детская футбольная лига	1	Индивид. предприниматель	1
Матч ТВ	9	ТАСС	1	Союз биатлонистов России	1	Рейтинг букмекеров	1
Р-Спорт	4	Метро (газета)	1	Федерация бокса России	1	Совместители	2
СилаТВ	3	Первый канал	3	ФК Зенит	1	Фриланс	1
Советский спорт	1	РБК ТВ	2	ФК Уфа	1	World Hockey Forum	1

Окончание таблицы 1

Спорт в СССР	1	РЕН ТВ	1	IBU (международный союз биатлонистов)	1	Не указали	3
Спорт 24	4	Россия 1/24	5	UEFA.com	1		
Спорт ФМ	1	Коммерсант ФМ	1				
Спорт-Экспресс	11						
Чемпионат	9						
Yacht Russia	1						
Всего	45	Всего	15	Всего	7	Всего	9

Учитывая специфику рынка, наличие на нем специализированных медиа, спортивных разделов в универсальных СМИ, а также повсеместное формирование собственных медиаслужб в профессиональных спортивных организациях разного типа, мы постарались в опросе охватить все его сегменты. За рамками исследования осталась только набирающая популярность спортивная блогосфера, однако ее представителей сложно пока причислять к работникам спортивных медиа по формальным признакам.

Как видно из таблицы, в рамках исследования мы чаще всего ориентировались на работу с представителями специализированных медиа. Такой выбор связан с тем, что именно они являются основными поставщиками спортивной информации на рынке, а профильные издания обладают наиболее внушительным составом штатных и внештатных сотрудников. При этом мы старались максимально охватить наиболее популярные специализированные спортивные издания. Так, по данным Медиалогии за второй квартал 2019 г., в топ-5 самых цитируемых спортивных медиа вошли «Спорт-Экспресс», «Спорт 24», «Чемпионат», «Р-Спорт» (РИА Новости) и «Матч ТВ»[1]. Эти СМИ, как правило, обладают и наибольшим на рынке штатом сотрудников. На представителей этих медиа пришлось около 48,7% от общего количества анкет. Вместе с тем, учитывая, что рынок спортивных СМИ достаточно широк, в исследовании мы старались ориентироваться не только на представителей топовых ресурсов.

Что касается универсальных медиа, то здесь, как правило, численный состав спортивных редакций невелик, а потому представительство журналистов из таких СМИ нерепрезентативно. Исключе-

ние составляют, пожалуй, редакции крупных федеральных телеканалов, таких как «Россия 24» или «Первый канал», где трудятся десятки человек, что мы и постарались учесть при анкетировании.

При анкетировании представителей медиаслужб профессиональных спортивных организаций мы также учитывали, что, за редким исключением, такие структуры малочисленны. Вместе с тем их нельзя не охватывать при анализе профессии, учитывая, что они стремительно развиваются, становясь все более полноправными участниками коммуникативных процессов в спорте, и, как правило, сотрудники таких организаций набираются из числа журналистов или людей с профильным образованием.

Также среди участников анкетирования оказались несколько человек, не являющихся штатными сотрудниками спортивных медиа. Это люди, самостоятельно занимающиеся производством спортивных программ для сторонних медиа, фрилансеры, и журналисты, пишущие материалы о спорте сразу для нескольких организаций. При этом все они имеют бэкграунд, связанный с работой в штатах традиционных спортивных медиа.

Что касается охвата различных сегментов СМИ, то анкетированием оказались охвачены представители всех основных типов медиа (см. табл. 2).

Таблица 2

Соотношение представителей различных сегментов СМИ, принявших участие в анкетировании (N=76)

Сегмент	ТВ	Онлайн/ газета/ журнал	Радио	Информ. агентства	Медиа-службы спорт. организаций	Смешанные	Не указали
Кол-во	23	29	2	6	9	2	5
% от общего кол-ва респондентов	30,3	38,2	2,6	7,9	11,8	2,6	6,6

Что касается возрастных характеристик, то более 72% опрошенных оказались моложе 35 лет. Учитывая, что средний возраст сотрудников спортивных редакций современных российских медиа редко превышает 30 лет[2], такая выборка является вполне репрезентативной для выявления актуальных образовательных характеристик в профессии.

Вместе с тем охват широкого возрастного состава сотрудников редакций крайне важен для понимания динамики процессов в области подготовки профессиональных спортивных журналистов. Именно поэтому мы постарались привлечь к опросу возрастных журналистов, в том числе некоторых, уже не работающих в профессии. Их, к сожалению, оказалось немного, однако такой подход нам представляется корректным, поскольку количество спортивных журналистов в советский период было невелико, а бурный рост этого сегмента пришелся на 1990-е – начало 2000-х гг. Поэтому, несмотря на возможные погрешности, данные по этой возрастной группе показательны, поскольку люди старше 50 лет, получавшие образование еще в СССР, то есть по принципиально другой модели подготовки специалистов, составили около 8% от всех опрошенных (см. табл. 3).

Таблица 3

Возрастные характеристики представителей спортивных медиа, принявших участие в анкетировании (N=76)

Возрастная группа	70-66	65-61	60-56	55-51	50-46	45-41	40-36	35-31	30-26	25-21
Кол-во	2	2	1	1	3	9	3	23	14	18

Что касается гендерного состава, то женщин среди опрошенных представителей профессии оказалось 20%, что почти полностью соответствует их представительству в современных спортивных редакциях[3].

Оказалось, что доля женщин в спортивной коммуникации в последнее десятилетие стремительно выросла[4], что вполне отражает как изменения в характере медиапотребления, так и трансформацию социальных ролей в современном обществе (см. табл. 4).

Таблица 4

Женщины в спортивных редакциях (N=15)

Возрастная группа	70-51	50-46	45-41	40-36	35-31	30-26	25-21
Кол-во	0	0	2	0	2	6	5
% от общего кол-ва респондентов	0	0	22	0	8,7	42,85	27,7

Наконец, нельзя не отметить сложностей в процессе проведения анкетирования, которые повлияли на количество собранных данных и на общий характер выборки. Так, далеко не все представители профессии охотно шли на контакт, что объясняется их занятостью. Отдельные респонденты прошли анкетирование только после неоднократных напоминаний, а некоторые анкеты так и не были заполнены. В целом возврат анкет составил около 20% от числа распространенных.

При сборе информации, естественно, использовались наработанные факультетом профессиональные связи с выпускниками, работающими в спортивной журналистике. Однако, понимая возможное влияние этого фактора на характер выборки, мы сознательно отказались от тотальной рассылки анкет всем выпускникам факультета, работающим в спортивных медиа.

Результаты

Говоря о специфике образования в среде спортивной журналистики, нужно отметить ряд проблем. В первую очередь прослеживается политическая традиция советского еще времени, когда спорт, а соответственно, и спортивная журналистика были явлениями идеологическими, широко культивируемыми, с одной стороны, и тщательно контролируемыми со стороны власти – с другой. В силу этого спортивных редакций было немного и они были укомплектованы выпускниками немногочисленных факультетов журналистики, существовавших в СССР, и специалистами из спортивной среды.

После развала Советского Союза спортивные медиа, не сдерживаемые более политическими рамками, начали стремительно развиваться количественно и качественно, привлекая на работу множество любителей спорта, не получивших специального образования и не востребованных по своей специальности в новых условиях. В результате ряды спортивных журналистов начали массово пополнять люди с филологическим, спортивным, военным и другими базовыми образованиями, а то и люди, отказавшиеся от образования ради раннего начала карьеры[5]. Система образования в этот период реагировала с существенным запозданием, и потому, даже несмотря на формирование в 1990-е гг. в России множества новых факультетов журналистики, влияние их на формирование профессионального пула спортивных журналистов было невели-

ко. Фактор перестройки системы образования и перехода профессиональной среды к ангажированию кадров с профессиональной подготовкой начал играть роль несколько позднее – уже в 2000-е.

В целом эта гипотеза подтверждается результатами проведенного нами исследования. Опрос представителей профессии показал, что наиболее распространенным, а значит, и востребованным в редакциях оказывается журналистское образование (см. табл. 5).

Таблица 5

Образование спортивных журналистов (N=76)

Тип образования	Высшее журналистское	Другое высшее гуманитарное	Высшее техническое	Неоконченное высшее	Среднее	Нет ответа
Кол-во	32	21	7	2	2	12
% от общего кол-ва респондентов	42,1	27,63	9,21	2,63	2,63	15,8

Несмотря на то что данные цифры достаточно информативны сами по себе, анализ образования спортивных журналистов в динамике, с учетом возрастных характеристик респондентов обозначает очевидные тенденции в отрасли (см. рис. 1).

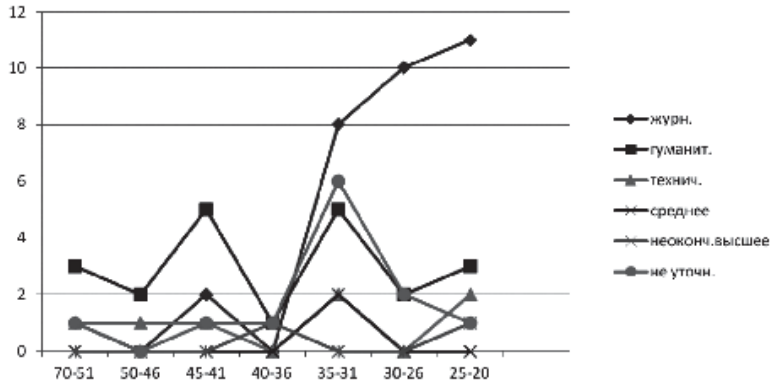


Рисунок 1. Динамика образования спортивных журналистов по возрастным группам (N=76)

Очевидно, что структура образования спортивных журналистов за последние десятилетия поменялась, причем, даже с поправкой на разные количественные показатели возрастных групп, динамика этих изменений представляется весьма информативной.

Вместе с тем, несмотря на возрастающее количество носителей профильного высшего образования в спортивных редакциях, восприятие его в профессиональном сообществе оказывается часто негативным. Так, большинство респондентов ответили на вопрос о необходимости журналистского образования для успешной работы в профессии отрицательно (см. табл. 6).

Таблица 6

Необходимо ли профильное образование для успешной реализации себя в профессии (N=76)

Респонденты/Ответ	Да	Нет	Нет ответа
Кол-во	13	62	1
% от общего кол-ва респондентов	17,1	81,6	1,3

Причем вычленение из этих данных мнения носителей профильного образования мало что меняет в этом вопросе. Так, из 32 выпускников факультетов журналистики 25 (78,1%) ответили, что не видят необходимости в профильном образовании и только 7 (21,9%) указали на его необходимость. Несмотря на то что процент позитивного восприятия своего образования чуть-чуть выше, общий тренд так и остаается негативным.

Впрочем, под вопросом оказалось и высшее образование в целом. Почти половина опрошенных посчитала, что высшее образование в профессии может быть вполне заменено практикой.

Таблица 7

Необходимо ли высшее образование для успешной реализации себя в профессии (N=76)

Респонденты/Ответ	Да	Нет	Нет ответа
Кол-во	40	35	1
% от общего кол-ва респондентов	52,6	46,1	1,3

Даже те респонденты, которые посчитали важным наличие высшего образования для профессионального роста, чаще всего отмечали его необходимость, прежде всего, для развития эрудиции, кругозора, общей грамотности. Реже журналисты отмечали системность мышления и аналитические способности, которое приобретаются в процессе получения высшего образования.

Подобные ответы отражают своеобразие развития профессии в современных условиях. Журналисты отмечают высокую динамику изменений в ней и необходимость быть всегда в центре событий как основу успешной деятельности. В этом смысле спортивная журналистика предстает как ремесло, в котором важны только базовые журналистские навыки, наличие таланта и интерес к спорту. Косвенно эту мысль подтвердили несколько респондентов, которые отметили необходимость журналистского образования, но усомнились в важности высшего образования в целом. Подобного рода модель может выглядеть как краткосрочные курсы по журналистике, в рамках которых нарабатываются минимальные навыки, остальное же добирается в рамках практической работы.

Вместе с тем речь может идти о том, что в условиях высокой динамики изменений на информационном рынке, постоянной смены технологических платформ, потребительских запросов спортивная журналистика оказывается бессистемной и недостаточно профессиональной, для старта здесь не требуется глубоких знаний по предмету, и любой человек, обладающий минимальным набором умений, может в ней работать. Высшее образование оказывается в этом случае бессмысленным, а большое количество выпускников факультетов журналистики в профессии объясняется скорее не профессионализмом, а наличием у них более простых способов входа в профессию.

Однако более широкий и подробный опрос респондентов указывает не столько на отсутствие потребности в высшем образовании, сколько на слабую корреляцию между системной подготовкой, которую они получили в вузах, и существующей практикой работы. Сами журналисты недооценивают объем нарабатываемых в процессе учебы компетенций. Об этом свидетельствует, в частности, анализ ответов на вопрос о связанности результатов образования с профессиональной практикой. Несмотря на скептическое отношение к высшему образованию в целом, а также на то, что более половины участников получали непрофильное образование, ответы указывают на относительно высокую его значимость (см. табл. 8).

Таблица 8

Ответ на вопрос: «Какие из полученных в процессе образования компетенций оказались востребованы в профессиональной деятельности?» (N=76, сумма ответов превышает количество анкет, поскольку вопрос был открытым и предполагал развернутый ответ, с возможным перечислением компетенций)

Компетенция	Кол-во ответов
Все (фактически все знания оказались полезными)	6
Общий уровень эрудиции, кругозор, базовое образование, в т. ч. гуманитарное	8
Системный подход, умение анализировать	11
Умение искать информацию, журн.методы сбора информации	4
Умение грамотно писать тексты, работать с текстом, литературный язык	4
Общее понимание специфики спорт. журн. и спорта, полученное на профильных занятиях	4
Журналистские навыки, полученные на профильных индустриальных медиадисциплинах (работа с микрофоном, интернет-журн. и пр.)	5
Иностранные языки (с оговорками)	7
Знания, полученные на других непрофильных дисциплинах (математика, физкультура, спецкурсы)	3
Другое (умение коммуницировать с людьми, работа в команде, соблюдение дедлайнов, желание исследовать и узнавать, связи и круг общения)	5
Ничего, почти ничего	19
Нет ответа	14

Несмотря на то что многие респонденты (25%) уверенно указали на отсутствие связи между полученной в вузе специализацией и работой в спортивной журналистике, а ряд респондентов не ответил на вопрос, большая часть ответов позволяет утверждать, что вузовская подготовка актуальна для профессионализации. Проблема заключается, с одной стороны, в качестве получаемого образования, а с другой – в том, что многие респонденты не осознают характер опосредованного влияния образования на профессиональную деятельность.

Ощущение недооценки качества получаемого образования усиливается при анализе ответов респондентов на уточняющий за-

крытый вопрос о наиболее актуальных компетенциях, полученных ими в процессе получения школьного и/или университетского образования (см. табл. 9).

Таблица 9

Ответ на вопрос: «Какие из полученных в университете/школе компетенций оказались наиболее востребованными в профессии?» (N=76, сумма ответов превышает количество анкет, поскольку можно было дать несколько вариантов ответа)

Компетенция	Ответы
Грамотность	60
Литературный язык	49
Умение структурировать текст	55
Умение быстро погружаться в незнакомую тему	36
Умение систематизировать информацию	48
Умение писать новости	32
Умение брать интервью	25
Технические навыки (монтаж и т. д.)	11
Спортивные навыки	17
Другое	3

Несмотря на то что в данном вопросе респондентов не ограничивали узкими рамками ответов, многие из них указали на компетенции, приобретенные именно в процессе получения высшего образования, зачастую профильного. Умение брать интервью и писать новости точно нельзя отнести к компетенциям, приобретенным вне профильных факультетов. В контексте этих ответов можно говорить о первичной недооценке системного образования респондентами.

Пример такой недооценки иллюстрируют характеристики спортивного бэкграунда журналистов. Вовлечение в профильную деятельность людей, понимающих принципы спортивной деятельности, психологию и физиологию спорта, имеющих опыт сборов, системных тренировок и т. п., безусловно, может быть актуально для спортивных редакций, да и самим журналистам такой опыт дает массу дополнительных профессиональных возможностей. Фактически системную спортивную занятость можно считать дополнительным образовательным кейсом, который помогает

журналистам формировать профессиональные компетенции там, где ощущается недостаток образования. Более того, большинство респондентов ответили, что имеют за плечами опыт систематических занятий спортом (см. табл. 10).

Таблица 10

Есть ли у респондента опыт систематических занятий спортом (N=76)

Респонденты/Ответ	Да	Нет
Кол-во	63	13
% от общего кол-ва респондентов	82,9	17,1

Вместе с тем далеко не все опрошенные позитивно воспринимают спортивный опыт в контексте своей профессиональной занятости (см. табл. 11).

Таблица 11

Актуальны ли в профессии собственные спортивные навыки (N=76)

Респонденты/Ответ	Да	Нет	Нет ответа
Кол-во	49	22	5
% от общего кол-ва респондентов	64,45	29	6,55

Отрицательные ответы можно объяснить как меняющимся характером профессии, в которой самого спорта становится все меньше, так и узкой специализацией журналистов, не совпадающей с их спортивным опытом. Вместе с тем можно констатировать и неспособность части журналистского корпуса конвертировать свой предыдущий образовательный и спортивный опыт в актуальные навыки или... нежелание видеть эту конвертацию.

Отчасти тезис подтверждается тем, что больше половины респондентов заявили, что в современных условиях наличие спортивных навыков для успешной реализации себя в профессии не нужно (см. табл. 12).

Таблица 12

Необходимы ли для эффективной работы в спортивной журналистике спортивные навыки (N=76)

Респонденты/Ответ	Да	Нет
Кол-во	39	37
% от общего кол-ва респондентов	51,3	48,7

Несколько более единодушными респонденты оказались в отношении к языковым компетенциям. Так, фактически все участвовавшие в опросе журналисты учили иностранный язык в университетах и 83% из них указали, что знание языков существенно помогает в профессиональной деятельности. Однако и здесь в качестве проблемы отмечается низкое качество базовой языковой подготовки в школах и вузах (см. табл. 8, 15), что свидетельствует о слабой реализации компетентностного подхода в современной высшей школе.

В качестве промежуточного резюме можно отметить, что российское высшее образование в глазах представителей профессии сохраняет недостатки, связанные с негибкостью и низкой его эффективностью. Такая ситуация не только формирует скепсис в отношении высшего образования, но и приводит к очевидному дефициту знаний и умений, который только частично нивелируется практикой.

Вместе с тем потребность в дополнительном образовании, особенно в условиях постоянной трансформации рынка, достаточно редко реализуется в профессии посредством профессиональной переквалификации в вузах. Так, только шесть опрашиваемых отметили наличие второго высшего образования, причем только у двух можно говорить о его связи с профессией (журналистика или спортивный маркетинг)[6]. Еще один респондент получил степень кандидата филологических наук по специальности «журналистика», что также можно трактовать как использование высшей школы для профессионального роста.

Несколько чаще представители профессии прибегали к повышению квалификации посредством различного рода курсов, ориентированных на развитие отдельных навыков (см. табл. 13).

Таблица 13

Ответ на вопрос: «Проходили ли вы профессиональную переквалификацию или повышение квалификации?»
(N=76, несколько человек указали больше одной переквалификации за время карьеры, в т. ч. один из респондентов указал разные источники)

Респонденты/Ответ	За счет редакции	За свой счет	Другое	Всего проходили переквалификацию
Проходили переквалификацию	3	6	2	10
% от общего кол-ва респондентов	4	7,9	2,6	13,1

Как видно, современные спортивные редакции, несмотря на очевидно критическое отношение к базовому образованию своих сотрудников, фактически не осуществляют переквалификацию с целью приведения знаний в соответствие с актуальными вызовами. Такая редакционная политика объясняется как недостатком финансирования, так и ориентацией на практику как лучший инструмент формирования навыков. Не последнюю роль здесь играет нежелание редакций брать на себя дополнительные функции, мало связанные с текущей операционной деятельностью. Этот тезис можно проиллюстрировать ответом одного из респондентов на вопрос о задачах редакций по повышению квалификации сотрудников: «Редакции ничего никому не должны, кроме как быть прибыльным бизнесом и зарабатывать деньги».

Как показало анкетирование, в этих условиях ключевую роль в развитии и повышении профессионального уровня спортивных журналистов играет самообразование. Подавляющее число респондентов самостоятельно осваивают необходимые в профессии навыки (см. табл. 14).

Таблица 14

Ответ на вопрос: «Занимаетесь ли вы самообразованием?» (N=76)

Респонденты/Ответ	Да	Нет
Кол-во	61	15
% от общего кол-ва респондентов	80,3	19,7

При этом если рассматривать проблему самообразования с точки зрения времени, затрачиваемого на его реализацию, то большинство журналистов уделяют ему достаточно много времени. Причем для многих оно носит систематический характер (см. табл. 15).

Таблица 15

Время, затрачиваемое респондентами на самообразование (N_1=61)

Частота		**Кол-во ответов**
Еженедельно	Без указания времени (неск.раз, неск. часов, еженедельно)	5
	1-2 часа	5
	Более 2-4 часов	4
	Более 4-6 часов	2
	Более 6-8 часов	2
	Более 8-10 часов	2
Ежедневно	Без указания времени	6
	1-2 часа	3
	Более 2- 4 часа	3
Постоянно, регулярно, всегда, всю жизнь		9
Мало, редко		3
Часто, много		1
По ситуации, по необходимости, не системно, по мере возможности		4
Неопределенно (не так много, как хотелось бы, не так часто)		3
Нет ответа		9
Всего		61

Как видно, более половины респондентов сумели точно указать цикл занятий, объем разовых занятий, что указывает на активное целеполагание и системность процесса, а также основные компетенции, полученные в процессе самообразования, что также указывает на актуальность самообразовательных процессов (см. табл. 16).

Таблица 16

Какие компетенции получают респонденты в процессе самообразования (N_i=61, сумма ответов превышает количество анкетируемых, занимающихся самообразованием, поскольку вопрос был открытым и предполагал развернутый ответ, с возможным перечислением компетенций)

Компетенция	Кол-во ответов
Иностранные языки	9
Языковая практика (без конкретного указания)	4
Технические навыки (монтаж, работа со звуком, работа с новыми медиа и т. п.)	9
Литературный язык и грамотность	10
Общая эрудиция	5
Навыки анализа и понимания спортивных процессов	6
Навыки и знания финансовых, управленческих процессов в спорте	4
Навыки работы с большими объемами информации	2
Коммуникативные навыки	3
Творческие навыки	1
Неопределенный ответ (необходимые в редакции, актуальные, чтобы не отставать от тенденций, умение работать, универсализм)	5
Нет ответа	19

Любопытно, что основные компетенции, нарабатываемые сотрудниками спортивных медиа в процессе самообразования, можно сгруппировать в три-четыре категории. Среди них наиболее востребованы владение иностранными языками, языковые и литературные навыки, технические и специализированные, связанные с той профессиональной средой, в которой они работают. Учитывая, что часть этих компетенций респонденты осваивали в процессе получения высшего образования, можно говорить о его недостаточной эффективности в современных условиях. Этот факт частично объясняет скепсис представителей профессии относительно потребности в академической подготовке.

Впрочем, можно говорить об опосредованном влиянии полученного базового образования на характер последующей самостоятельной переподготовки. Так, выпускники факультетов журналистики реже указывали в качестве цели самообразования развитие эрудиции или литературных навыков. В наибольшей степени сре-

ди них востребованы иностранные языки и навыки анализа спортивных процессов.

Важно отметить, что самообразовательная активность фактически не зависит от возраста. Во всех возрастных группах оказалось пропорциональное количество тех, кто регулярно занимается самообразованием, и тех, кто им пренебрегает. Причем доля вторых всегда неизменно более высока (см. рис. 2).

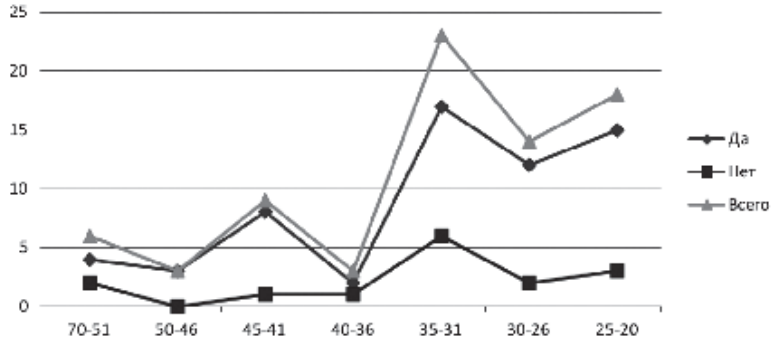


Рисунок 2. Самообразование по возрастным группам (N=76)

В целом проблему образования представителей спортивных медиа можно охарактеризовать как комплексную. Подвижки в ней следуют за потребностями рынка, но пока что удовлетворяют их недостаточно. Отчасти это связано со стремительными изменениями на рынке, постоянно предъявляющими новые требования к представителям профессии, а отчасти – с инертностью классической образовательной школы. Кроме того, сами спортивные редакции не могут сформулировать более-менее единые требования к тем, кто стремится попасть в профессию.

Так, на вопрос, как должна осуществляться подготовка спортивных журналистов в вузах, более 22% респондентов либо не ответили, либо указали, что ее вовсе быть не должно. Ответы других коллег зачастую были предельно широкими, и их сложно оказалось свести в единообразные группы ответов. Однако, несмотря на разброс, половина респондентов однозначно указала на практику и работу с практикующими специалистами как на важнейший параметр профильного образования (см. табл. 17).

Таблица 17

Ответ на вопрос: «Как готовить спортивных журналистов в вузах?» (N=76, сумма ответов превышает количество анкет, поскольку вопрос был открытым и предполагал развернутый ответ, с возможным перечислением способов подготовки)

Способ подготовки	Кол-во ответов
Организация систематической практики	27
Организация семинаров с практикующими специалистами	11
Больше специализированных предметов по спорту и спорт. журналистике (погружение в спорт, обучение теории спорта, политика и экономика спорта, факультатив по спорту, погружение в разные виды спорта)	6
Обучение специфике журналистики (учить писать новости, брать интервью и т. п)	6
Языковая подготовка (русский и иностранный)	4
Технические навыки (видеосъемка, аудио, монтаж и т. п.)	3
Готовить просто хороших журналистов	2
Лучше получить просто хорошее гуманитарное образование	2
Развивать универсализм	2
Стимулировать самообразование	1
Психология коммуникации	1
Неопределенно (тщательно, качественно и честно, учить иметь свое мнение, нормально и т. п.)	6
Как можно меньше теории, ненужных предметов	8
Никак	5
Нет ответа	12

Парадоксально, но такое видение профессиональной подготовки в целом совпадает с политикой ведущих факультетов журналистики в стране, в которых студенческая практика в профильных медиа и приглашение практиков для проведения мастер-классов являются систематическими, а языковая, специализированная и техническая подготовка осуществляется с разной степенью интенсивности.

При этом компенсация дефицита образования в самих редакциях осуществляется в формате стажировок для начинающих журналистов. Другие способы переподготовки и развития профессио-

нальных навыков представители профессии видят разве что в организации различных курсов повышения квалификации, чем, как уже указано выше, российские редакции обычно не занимаются (см. табл. 18).

Таблица 18

Ответ на вопрос: «Что должны делать спортивные редакции для подготовки кадров?»
(N=76, сумма ответов превышает количество анкет, поскольку вопрос был открытым и предполагал развернутый ответ, с возможным перечислением способов подготовки)

Способ подготовки	Кол-во ответов
Стажировки	44
Курсы повышения квалификации/переквалификация	14
Задавать высокие стандарты в профессии, создавать соответствующую атмосферу воспитания в редакции	4
Практика, командировки, сложные задания	4
Мастер-классы	2
Помощь молодым сотрудникам, контроль и коррекция их работы со стороны опытных работников редакции	3
Регулярное обновление рекомендаций по работе в контексте изменений в профессии.	1
Поощрять саморазвитие	1
Создавать возможности для карьерного роста	1
Профессиональный отбор при приеме на работу	2
Неопределенно	1
Ничего	2
Нет ответа	10

В этом контексте интересно отметить мнение как минимум двух главных редакторов крупных спортивных медиа, которым удалось задать вопрос на эту тему в рамках исследования. Они однозначно указали, что редакции не должны и не могут готовить журналистские кадры. Их задача состоит в том, чтобы, прежде всего, давать шанс начинающим журналистам, чем редакции регулярно и занимаются. Впрочем, как подчеркнули эти руководители, никто не будет тратить на стажеров много времени и только наличие профессиональной пригодности позволяет редакциям ра-

ботать с ними. А следовательно, вопрос первоначальной подготовки остается прерогативой образовательных учреждений.

Заключение

Анализ образования российских спортивных журналистов позволяет сделать ряд любопытных выводов. В первую очередь можно говорить о достаточно высоком уровне образования представителей профессии, поскольку абсолютное большинство указали наличие высшего академического образования. При этом доля носителей профильного журналистского образования в профессии в последние годы существенно выросла, что, на наш взгляд, свидетельствует о постепенном налаживании сбалансированного взаимодействия рынка и высшей школы. Так, если среди представителей старшего поколения специалистов, получивших журналистское образование, мало, то сейчас оно стало обычным элементом подготовки спортивных журналистов. Представляется, что такое развитие ситуации объясняется целым комплексом причин. В 1990-е–начале 2000-х гг. медиарынок быстро рос и количество спортивных изданий стремительно увеличивалось. В то же время профильных факультетов было существенно меньше, зато постсоветская система образования исправно выпускала десятки тысяч инженеров, филологов, философов и т. п., потребность в которых в условиях структурной перестройки отечественной экономики стремительно падала. Это создавало условия для пополнения корпуса спортивных журналистов из внешних источников. В условиях цифровизации постепенно происходит возвращение к более традиционным способам пополнения в профессии.

Вместе с тем актуализируется и проблема качества образования современных спортивных журналистов. Массовое отрицание представителями профессии потребности в формальном образовании свидетельствует как о недостаточной связи академической теории с практикой, так и о недооценке журналистами качества полученного ими образования.

Последнее подтверждается тем, что совокупность отмеченных представителями профессии компетенций, полученных в процессе образования, актуальна в профессиональной деятельности.

Вместе с тем постоянные подвижки в профессии, связанные как с технологическими, так и с социокультурными изменениями, а также недостатки образования приводят к необходимости постоян-

ного повышения профессионального уровня практикующих журналистов. Однако проблема решается, как показывают результаты, неудовлетворительно. Переквалификация или повышение квалификации проводятся в профессии крайне редко, а ключевым фактором профессионального развития становится самообразование. Несмотря на то что большинство респондентов регулярно самостоятельно работают над повышением своего профессионального уровня, проблему это решает лишь частично, поскольку понижение качества спортивной журналистики отмечается многими специалистами. Впрочем, последняя проблема выходит далеко за рамки проблематики журналистского образования, поэтому вряд ли можно говорить о прямой связи между данными явлениями.

Общим выводом исследования можно считать возможность и необходимость совершенствования профильного медиаобразования, с целью максимального сопряжения его с запросами рынка. Высшая школа за последние годы многое сделала в этом направлении, стараясь ориентироваться на запросы практиков. Вместе с тем опрос представителей профессии показывает, что участники рынка зачастую плохо понимают, как и зачем учить профессии. Наилучшим способом совершенствования образования респонденты считают максимально широкую организацию практики, которая, по их мнению, является ключевым фактором подготовки специалистов для спортивных массмедиа.

Примечания

[1] https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/6750/

[2] Данные о возрастных составах редакций получены в результате интервью с руководителями спортивных редакций, проведенных в рамках исследований на модуле «Спорт в СМИ» факультета журналистики МГУ.

[3] Согласно анализу кадрового состава спортивных редакций различных СМИ, проведенному в 2018 и 2019 гг. дипломниками факультета журналистики МГУ Ф. Е. Майковым и И. Д. Лугачевым, доля женщин в разных редакциях составляет от 15 до 30%.

[4] Данные анкетирования неоднократно подтверждались мнениями экспертов.

[5] В частности, из известных спортивных журналистов, начавших свою карьеру в 1990-х гг., можно отметить филологов Г. Черданцева и В. Уткина (причем В. Уткин не окончил университет), «военного» Е. Дзичковского, «спортсмена» Д. Губерниева и начавшего трудиться спортивным журналистом в 17 лет А. Попова. Список этот можно продолжать.

[6] Примечательно, что пять из шести обладателей второго высшего образования оказались в возрастной группе от 31до 35 лет.

Библиография

Аникина М. Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 4. С. 7–22.

Дрок Н., Лукина М. М. Профессиональные компетенции начинающих журналистов: какими их видят в будущем российские и европейские преподаватели // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 5. С. 3–24. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2019.324

Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Портрет российского журналиста в динамике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 94–112.

Фомичева И. Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2012.

Anikina M. (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 Studie*s. Pp. 233–252.

Vartanova E. L., Lukina M. M. (2014) New Competences for Future Journalists: Russian Journalism Education Executives Evaluate Industrial Demand. In *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. Pp. 209–233.

Vartanova E. L., Lukina M. M. (2017) Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform. *Journalism & Mass Communication Educator* 72 (3): 274–284. DOI: https://doi.org/10.1177/1077695817719137

Notes

https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/6750/

References

Anikina M. E. (2012) Transformiruyuschiesya jurnalistskie kultury v Rossii: issledovatelskiy podkhod [Transforming Journalistic Cultures in Russia: a Research Approach]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika. 4:* 7–22 (In Russian)

Anikina M. (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*. Pp. 233–252.

Drok N., Lukina M. M. (2019) Professionalnye kompetentsii nachinayuschih jurnalistov: kakimi ih vidyat v buduschem rossiiskie i evropeiskie prepodavateli [Professional Qualifications of Novice Journalists: How European and Russian Teachers See Them in the Future]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 3–24. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2019.324 (In Russian)

Fomicheva I. D. (2012) *Sotsiologiya* SMI [Media Sociology]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Svitich L. G., Shiryaeva A. A. (2005) Portret rossiiskogo jurnalista v dinamike [The Portrait of the Russian Journalist in Dynamics]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 2: 94–112. (In Russian)

Vartanova E. L., Lukina M. M. (2014) New Competences for Future Journalists: Russian Journalism Education Executives Evaluate Industrial Demand. In *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. Pp. 209–233.

Vartanova E. L., Lukina M. M. (2017) Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform. *Journalism & Mass Communication Educator* 72(3): 274–284. DOI: https://doi.org/10.1177/1077695817719137

Поступила в редакцию
09.01.2020