Галкина Марина Юрьевна, кандидат филологических наук, научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: marina.galkina@mail.ru

Образцова Анастасия Юрьевна, научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: obraztsova.anastasia@gmail.com

Вырковский Андрей Владимирович, доктор филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: a.v.vyrkovsky@gmail.com

Вартанов Сергей Александрович, кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: sergvart@gmail.com

Колесниченко Александр Васильевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В.Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: april-7@yandex.ru

Смирнов Сергей Сергеевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: smirnov_s@rambler.ru

Фомичева Ирина Дмитриевна, доктор филологических наук, профессор кафедры социологии и массовых коммуникаций, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: fomichira@gmail.com

Владимирова Мария Борисовна, кандидат философских наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: tvmar2006@mail.ru

СТРУКТУРА РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА РОССИЙСКОГО РАДИОЖУРНАЛИСТА

В статье изложены результаты исследования структуры рабочего процесса корреспондентов и редакторов на радио. Авторы проанализировали, каким образом происходит подготовка и сдача материала, какие рутинные процессы заполняют рабочий день радийщиков. Основой исследования стало письменное анкетирование представителей новостных отделов ведущих разговорных и разговорно-информационных московских FM-радиостанций. Результаты исследования продемонстрировали, что корреспонденты ис-

пользуют широкий спектр практик для получения информации. Однако основное время рабочего дня занимает написание текстов, а личное общение и посещение мероприятий стоит на последнем месте по временным затратам. Такое распределение рабочих процессов позволяет авторам сделать вывод, что корреспонденты на радио большей частью ориентированы на подготовку материалов, рерайт информации из разного рода источников. Просмотр новостных лент, чтение СМИ, беседы с подчиненными и редактирование текстов являются основными рутинными практиками редакторов.

Ключевые слова: *корреспонденты, редакторы, редакция, процессы, структура работы, конвергенция, FM-радио.*

Marina Yu. Galkina, PhD in Philology, Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: marina.galkina@mail.ru

Anastasia Yu. Obraztsova, Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: obraztsova.anastasia@gmail.com

Andrei V. Vyrkovsky, Doctor of Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: a.v.vyrkovsky@gmail.com

Sergei A. Vartanov, PhD in Physics and Mathematics, Senior Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: sergvart@gmail.com

Alexander V. Kolesnichenko, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: april-7@yandex.ru

Sergey S. Smirnov, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: smirnov_s@rambler.ru

Irina D. Fomichyova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Sociology of Mass Communications, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: fomichira@gmail.com

Maria B. Vladimirova, PhD in Philosophy, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: tvmar2006@mail.ru

THE STRUCTURE OF THE WORKING PROCESS OF RUSSIAN RADIO JOURNALISTS

The article contains the results of a research into the structure of the working process of radio correspondents and editors. The basis of the research was a written survey of newsroom members of leading talk and news/talk FM radio stations. In total, 43 correspondents and 15 editors from 11 stations took part in the survey. The results reveal that the most time-consuming process in correspondents' daily work is copywriting (an average of 1.8 hours a day), slightly less time they spend editing materials (1.6 hours a day), while reading media (print and online) and surfing the Internet for information take an average of 1.3 hours a day. Visiting events and personal communication occupy, in terms of time expenditure, the last places. Such a distribution of working processes makes it possible to conclude that radio correspondents are mostly focused on copywriting and rewriting. They carry out their work mostly in newsrooms using new technologies and professional Internet sources such as databases, stock reports, government websites for producing fast news. Monitoring newsfeeds, reading media news, talking with subordinates and editing texts are the main routine practices of editors, which emphasizes the managerial nature of their work.

Keywords: *correspondents, editors, newsroom, processes, work structure, convergence, FM-radio.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.3147

Введение

Радио остается весьма востребованным средством массовой информации в России, 90% ее населения имеют радиоприемники. При этом радиоиндустрия относительно спокойно отреагировала на *цифровой* бум начала XXI в. (Айрис, Бюген, 2010: 66). Сейчас традиционная радиоиндустрия постепенно превращается в аудиоиндустрию на основе главным образом цифровых платформ (Макеенко, 2007, 2010; Вартанова, Вырковский, Макеенко, 2011). По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, радиостанции продолжают расширять свое присутствие в новых медиа. Впрочем, пока в большинстве случаев сайт радиостанции – это не отдельный самостоятельный продукт, а приложение к эфирному радиовещанию. Тем не менее отмечается тренд смещения онлайн-стратегий радиостанций в сторону продвижения в социальных сетях.

Однако внедрение новых технологий усложнило текущие процессы, в том числе и производство новостей – сбор информации, создание и распространение информационного продукта. Радиостанции должны подстраиваться под реалии сегодняшнего дня.

На первое место выходит не контент, а алгоритм производства новостей, способы доставки содержания до аудитории.

Если раньше радиожурналистов учили писать *для уха*, использовать *разговорный язык* и *рисовать картины* (Luscombe, 2009: 5–6), то сегодня большее внимание уделяется другим процессам. От корреспондентов на радио (как, впрочем, и в других сегментах медиа) требуется не только иметь более универсальные компетенции, но и предоставлять больше информации в связи с процессом оптимизации – уменьшением числа сотрудников в штате. С увеличивающейся конкуренцией, требующей ускорения распространения и доставки новостей, ослабевает внимание к стилистическим особенностям языка радио. А сам медиатекст становится мультимедийным: мало кто представляет современное конкурентное СМИ без площадки, позволяющей потреблять различные виды текста (Вырковский, 2016).

Каждая отрасль СМИ выстраивает свою *логику* производства новостей – поддерживаемый журналистами и начальством алгоритм, учитывающий технологические и социокультурные факторы, определяющий, как должны выглядеть новости (Reich, 2014: 554; Deuze, 2008). Так, Райх (2011) называет радионовости, наряду с онлайновыми, *немедленными* (*immediate*), хотя и подчеркивает, что некоторые из них могут носить *отложенный* характер. Между тем еще десять лет назад корреспондентам радио, как и телевизионщикам, предписывалось присутствовать на месте событий – в связи с наложением *звука* на новости.

При этом медиаисследователи по большей части сосредотачиваются не на изучении процесса производства радионовостей в современных условиях, а на увеличивающейся роли конвергентной редакции (Reich, 2011, Usher, 2012; Баранова, 2013). Мы можем обозначить лишь отдельные аспекты, на которых фокусировались исследователи радио. Мачилл и Бейлер (Machill and Beiler, 2009) сравнили технологические возможности медиа и существенную разницу в практике подачи новостей на примере германских СМИ. Британские исследователи выявили, что радио в большей степени зависит от предварительно упакованных новостей (в частности, пресс-релизов), чем телевидение (Lewis et al, 2011: 24).

Райх и Годлер (2014) сопоставили статистические корреляции между количеством времени, затраченным репортерами на производство материала, и степенью сложности журналистской работы на телевидении, радио, в печатных и онлайновых медиа Израиля. Анализ строился на трех временных сегментах: предварительное

задание – временной интервал между возникновением события и началом работы журналиста; продолжительность работы – сбор информации и подготовка материала; подача на публикацию – время работы редакторов до момента публикации.

Российские исследователи радио главным образом концентрируются на творческой составляющей профессии (Барабаш, 2003, 2007; Новиков, 2005, Смирнов, 1999), реже – на новых технологиях (Рихтер, 2004). Современное состояние радиоиндустрии в России и ее перспективы были рассмотрены в книге «Индустрия российских медиа: цифровое будущее» (Вартанова, Вырковский, Смирнов, Макеенко, 2017), ставшей итогом форсайт-проекта развития российских медиа в ближайшей перспективе.

Тем не менее описание рабочего процесса радиокорреспондента в цифровой среде на сегодняшний день отсутствует. Одной из причин того, что рабочие процессы радиокорреспондентов остаются вне поля зрения исследователей, является слабое развитие мультимедийного радийного контента. Только сегодня интернет-версии некоторых радиостанций превращаются в самостоятельные мультимедийные ресурсы с большой долей оригинального нерадийного контента (Баранова, 2015).

Следует отметить, что впервые в российской практике анализ деятельности журналиста с точки зрения описания рабочих процессов был предпринят А. Вырковским (2014, 2016). Дневниковый метод был применен в отношении печатных и онлайновых медиа (Вырковский, 2013 (а); 2013 (б)). В дальнейшем предложенный им метод был усовершенствован для воссоздания рабочего процесса журналистов и редакторов отделов в общественно-политических печатных и онлайновых СМИ (Вырковский, Вартанов и др., 2016).

Мы считаем, что предложенный А. Вырковским подход (расчет затраты времени на выполнение того или иного процесса) является универсальным и подходит для исследования структуры работы корреспондентов и редакторов новостных радиопрограмм.

Таким образом, для понимания работы корреспондентов-радийщиков нами были сформулированы следующие исследовательские задачи:

1. составить представление о структуре работы современного радиокорреспондента на основе анализа рутинных процессов предыдущего рабочего дня и процессов сбора информации;

2. изучить особенности работы сотрудников современных новостных радиостанций на основе анализа полученной информа-

ции по подготовке и сдаче материала, а также уровня распространения среди корреспондентов и редакторов радио удаленной, *полевой*, параллельной работы на другие СМИ.

Полученные выводы могут внести ясность в то, как сегодня строятся рабочие процессы на радиостанциях, и пригодиться исследователям сегмента радио для дальнейшей работы.

Методология

Основой исследования стал опрос шеф-редакторов, продюсеров (редакторов) и корреспондентов новостных отделов радиостанций. Мы просили респондентов восстановить хронологию рабочих процессов, выполненных в предыдущий рабочий день. Далее мы расширили временные рамки, чтобы выявить объективную картину, которую невозможно построить на основе информации по рабочим процессам в течение одного дня. Так, например, в вопросе о способах коммуникации появился критерий *несколько раз в неделю*.

Вопросы, касающиеся удаленной, параллельной и работы в поле, оценивались по критериям: *каждый день – несколько раз в неделю – несколько раз в месяц – несколько раз в год – никогда* или *никогда – редко – периодически – постоянно*.

В выборку исследования попали сотрудники популярных разговорных и разговорно–информационных московских *FM*-радиостанций (данные *Mediascope* по аудитории за январь-июнь 2017) и самых цитируемых в массмедиа радиостанций (по данным последнего замера Медиалогии).

В опросе, проведенном осенью 2017 г., приняли участие 43 корреспондента и 15 шеф-редакторов с 11 радиостанций: «Радио Свобода», «Комсомольская правда», «Говорит Москва», «Радио Мир», «Серебряный дождь», «*Business FM*», «Спутник», «Эхо Москвы», «Спорт *FM*», «Коммерсантъ *FM*», «Вести *FM*».

Техническим инструментом исследования стало письменное анкетирование. Шеф-редакторам, заместителям шеф-редакторов и генеральным продюсерам новостных отделов радиостанций отправлялись анкеты с просьбой ответить на вопросы и передать анкету сотрудникам. Ни одна из редакций не могла делегировать более 8 анкет.

Результаты

Анализ рабочего дня корреспондентов на радио продемонстрировал, что в среднем сотрудники тратят на работу около 8 часов.

Причем четких норм трудового дня придерживаются лишь 8 человек из 43 опрошенных (табл. 1). Любопытно, что в графике рабочего времени корреспондентов наблюдается существенный разброс показателей: многие, к примеру, работают сверхурочно (даже по 12 часов в день), другие – менее 7 (до 5 часов).

Таблица 1

Рабочее время корреспондентов на радио (часы в день), N=43

Продолжительность рабочего дня, ч	Количество респондентов, чел.
Более 8	14
8 часов	8
7 часов	10
Менее 7 часов	11

При подсчете времени, затраченного на работу в течение дня, общий показатель обозначенных корреспондентами временных затрат на отдельные процессы всегда оказывался больше продолжительности всего рабочего дня (табл. 2). Это объясняется, прежде всего, тем, что корреспонденты выполняют несколько практик одновременно: например, общаются с коллегами во время просмотра новостных лент. Сами корреспонденты, возможно, ненамеренно добавляют себе рабочее время, что говорит о возможной погрешности метода нашего исследования (подобные выводы были сделаны авторами при исследовании структуры рабочего процесса сотрудников печатных и онлайн-СМИ в 2016 г. [Вырковский, Вартанов, Галкина, Колесниченко и др., 2016]).

Больше всего времени в течение рабочего дня радиокорреспонденты тратят на написание текстов (в среднем 1,8 часа), чуть меньше времени занимает редактирование материалов (1,6 часа). На чтение СМИ (бумажных и онлайн) и просмотр сайтов в поисках темы и на сбор информации уходит в среднем по 1,3 часа в день. Любопытно, что меньше всего корреспонденты на радио ориентированы на получение информации из первоисточников: личное общение и посещение мероприятий занимают последнее место среди временных затрат. Отсюда можно предположить, что корреспонденты на радио ориентированы не на эксклюзивное получение новостей, а на рерайт информации из разного рода источников.

Таблица 2

Структура рабочего дня корреспондентов (часы), N = 43, часы*

Время, потраченное на определенные виды работ (в часах)										
Показатели	**Общее время**	**Написание текстов**	**Просмотр новостных лент**	**Редактирование текстов**	**Чтение СМИ (бумажных и онлайн)**	**Просмотр сайтов в поисках темы и для сбора информации**	**Общение с другими коллегами (не руководство)**	**Телефонные звонки**	**Просмотр френдлент и общение в соцсетях**	**Координация материалов**
Среднее значение	8	1,8	1,7	1,6	1,3	1,3	0,7	0,7	0,6	0,5
Стандартное отклонение	1,5	2,2	2,18	2	1,5	1,4	0,6	1,3	0,8	1,1
Дисперсия	2,2	4,8	4,8	3,9	2,3	2	0,3	1,6	0,7	1,3

*В таблице приведены десять наиболее значительных показателей из восемнадцати. В частности, были получены данные по следующим показателям: заседание редколлегий, планерки в отделе, беседы с руководством и с подчиненными, координация материалов, написание текстов, посещение мероприятий, однако на все это респонденты потратили меньше получаса.

Стандартное отклонение показателей достаточно велико – это значит, что работа журналистов весьма разнородна. Например, один корреспондент может уделять написанию текстов 6 часов в день, другой – 0, потому что его специализацией является не написание, а, к примеру, редактирование материалов или поиск тем. Еще одной причиной высоких показателей дисперсии может служить разнообразие стратегий производства контента на разных радиостанциях.

Также в исследовании мы проанализировали частоту совершаемых актов коммуникации, потому что способ получения информации также может говорить как о работе отдельного радиокорреспондента, так и о работе редакции в целом (табл. 3).

Таблица 3

Частота совершаемых актов коммуникации в день, N=43, шт.

Сбор информации					
Показатели	**Сообщений в соцсетях, в день**	**Телефонных интервью, в день**	**Отправленных e-mail, в день**	**Интервью face-to-face, в неделю**	**Присутствие на мероприятиях, в неделю**
Среднее значение	6	4	4	1,8	0,4
Стандартное отклонение	12	6,4	7,2	3,9	0,7
Дисперсия	143,7	41,5	51,2	14,9	0,5

Согласно результатам, наиболее часто совершаемым в течение рабочего дня актом коммуникации являются сообщения экспертам в социальных сетях. В последние годы социальные сети стали не только площадкой получения или размещения информации, но и платформой для общения с ньюсмейкерами: это гораздо быстрее и порой эффективнее, чем встреча на мероприятии или разговор по телефону. Корреспонденты на радиостанциях привыкли работать непосредственно в редакции, об этом говорит количество сообщений в соцсетях, электронных писем, телефонных интервью, совершенных непосредственно с рабочего места. Проведение интервью *face-to-face* и посещение мероприятий для современного радиожурналиста скорее исключение из правил, нежели повседневная практика. Дисперсия в данном случае тоже высока: кто-то отправляет 50 деловых сообщений в соцсетях в день, а кто-то – ни одного. На мероприятия ходят 1–2 раза в неделю порядка 10 человек из всей выборки.

Мы расширили временные рамки до одной недели, чтобы получить более объективную картину по ряду выбранных нами параметров, и предложили корреспондентам вспомнить предыдущую рабочую неделю и оценить, какие способы получения информа-

ции они использовали чаще всего (по десятибалльной шкале: 0 – никогда, 10 – при подготовке каждого текста). Результаты, представленные в таблице 4, подтверждают предположения, что корреспонденты на радио для получения информации используют в основном сведения из различных СМИ, телефонные интервью, интернет-источники профессионального характера (базы данных, биржевые сводки, данные органов власти и пр.). Также специалисты на радио нацелены на получение быстрой информации посредством мессенджеров, социальных сетей, сообщений в электронной почте.

Таблица 4

Востребованность каналов коммуникации среди корреспондентов в неделю, N=43, баллы

Способы получения информации, баллы										
Показатели	**Информация из других масс-медиа**	**Телефонное интервью**	**Интернет-источники профессиолального характера**	**Информация из соцсетей**	**Личное наблюдение/ участие в событии**	**Интервью по скайпу или мессенджеру**	**E-mail**	**СМС**	**Интервью face-to-face**	**Другое**
Среднее значение	7,1	5,6	4,8	4,2	2,3	2,1	2,04	1,9	0,9	0,4
Стандартное отклонение	2,9	4,3	3,2	3,5	3,3	3,07	2,8	2,9	2	1,7
Дисперсия	8,6	18,2	10,3	11,2	10,7	9,04	8	8,3	4,3	2,9

В исследовании мы отдельно изучили структуру рабочего дня шеф-редакторов (табл. 5), чтобы выяснить, насколько сильно занятость топ-менеджеров отличается от графика работы радиокорреспондентов. Результаты продемонстрировали, что рабочий день шеф-редакторов в среднем длится на полчаса дольше, чем у корреспондентов. У большинства редакторов (9 человек) рабочий день длится более 8 часов (до 13).

Таблица 5

**Рабочее время шеф-редакторов на радио,
N=15, часы**

Продолжительность рабочего дня, часы	Количество респондентов, чел.
Более 8	9
8 часов	4
7 и менее часов	2

Больше всего времени редакторы тратят на просмотр новостных лент, чтение СМИ, беседы с подчиненными и редактирование текстов. Причем некоторые управленческие процессы (общение с коллегами, общение с подчиненными, координация текстов) редакторы выполняют непрерывно в течение рабочего дня (табл. 6).

Таблица 6

**Структура рабочего дня шеф-редакторов,
N=15, часы***

Время, потраченное на определенные виды работ в течение рабочего дня (в часах)								
Общее время	Просмотр новостных лент	Чтение СМИ	Беседы с подчиненными	Просмотр сайтов в поисках темы и для сбора информации	Редактирование текстов	E-mail	Координация материалов в верстке	Беседы с руководством
8,5	2,7	1,9	1,7	1,5	1,4	0,9	0,7	0,6

*В таблице приведены девять наиболее значительных показателей из восемнадцати. В частности, были получены данные по следующим показателям: заседания редколлегии, общение с другими коллегами, планерки в отделе, редактирование текстов, телефонные звонки, написание текстов, посещение мероприятий, личное общение с источниками информации, иное, однако на все это респонденты потратили меньше получаса.

В исследовании мы также уделили внимание удаленной работе журналистов, выездной работе *в поле*, а также параллельной работе на другие СМИ.

Как выяснилось, практика работы *в поле* в радиоредакциях не распространена: 16 респондентов из 43 опрошенных не покидают офис редакции в течение рабочего дня, 11 выезжают на задания несколько раз в год, 12 – несколько раз в месяц и лишь 4 ходят на мероприятия каждую неделю (табл. 7).

Таблица 7

Практика работы радиокорреспондентов «в поле», N=43

Периодичность работы в поле	Количество респондентов, чел.
Никогда	16
Несколько раз в год	11
Несколько раз в месяц	12
Несколько раз в неделю	4

Удаленная работа в офисах радиостанций не принята (табл. 8). Из 43 опрошенных 15 никогда не работают удаленно, 9 имеют такую возможность несколько раз в год, 10 – несколько раз в месяц, только 4 человека могут позволить себе работать вне офиса каждую неделю, а 4 – каждый день. Также практически не распространена удаленная работа редакторов на радио: только один человек из опрошенных 15 отметил, что может работать удаленно каждый день, остальные респонденты – никогда, несколько раз в год или несколько раз в неделю.

Таблица 8

Практика удаленной работы: радиокорреспонденты N=42, шеф-редакторы N=15

Периодичность удаленной работы	Количество респондентов, чел.	
	Радиокорреспонденты	Шеф-редакторы
Никогда	15	6
Несколько раз в год	9	6
Несколько раз в месяц	10	0
Несколько раз в неделю	4	2
Каждый день	4	1

Занятость в офисе не позволяет большинству радиокорреспондентов (29) сотрудничать с другими редакциями. Периодически взаимодействуют с иными медиа 5 человек, редко – 8, только одному корреспонденту удается совмещать несколько работ. Также практически не сотрудничают с другими СМИ шеф-редакторы на радио: 11 человек признались, что не занимаются параллельной работой, двое – редко, один – периодически (табл. 9).

Таблица 9

Параллельная работа: радиокорреспонденты N=43, шеф-редакторы N=15

Периодичность параллельной работы	Количество респондентов, чел.	
	Радиокорреспонденты	Шеф-редакторы
Никогда	29	11
Периодически	5	0
Редко	8	2
Несколько работ	1	1

Выводы

Анализ рабочих процессов радиожурналиста дает право утверждать, что больше всего времени радиокорреспондент тратит на написание текстов. В целом подготовка материалов занимает чуть больше четверти стандартного восьмичасового рабочего дня – 1,8 часа. Тем не менее нельзя говорить, что все радиокорреспонденты работают одинаково. Можно предположить, что одни сотрудники специализируются только на написании текстов, уделяя этому процессу практически весь рабочий день, другие являются *универсальными* радийщиками, занимаясь и поиском тем, и сбором информации, и написанием материала, и редактированием.

Полевая работа в редакциях радиостанций не распространена. Личному общению с источниками и посещению мероприятий в редакциях также не придают большого значения.

Такое распределение рабочего времени позволяет сделать некоторые предположения, которые могут быть верифицированы с помощью дальнейших исследований. С одной стороны, сотрудники радиостанций в силу своей специфики нацелены на переработку

быстрых новостей, к примеру лент информационных агентств. С другой – радио успешно адаптируется к современным технологиям, что подтверждает вариативность актов коммуникации, где сообщения в социальных сетях, переписка по электронной почте и телефонные звонки гораздо более востребованы, нежели личные встречи и интервью *face-to-face*.

О рерайте материалов сторонних провайдеров как базовой технологии производства контента говорит и тот факт, что самым популярным способом получения информации являются сведения из других СМИ, а также социальных сетей. Тем не менее в исследовании мы представляем обобщенную картину, в то время как *разброс* рабочих практик даже на уровне отдельных корреспондентов весьма велик.

Как правило, и корреспонденты, и редакторы радио не работают удаленно. Редактор контролирует рутинные процессы на рабочем месте, а корреспонденты могут работать удаленно лишь в некоторых случаях. При этом сотрудники и топ-менеджеры редакций практически не вовлечены в параллельную работу на других массмедиа.

Мы полагаем, что полученные результаты должны быть уточнены с помощью иных исследовательских инструментов (например, глубинных интервью), использование которых может также объяснить некоторые не затронутые в данной работе особенности труда корреспондентов на радио. В частности, более глубокого изучения, с нашей точки зрения, заслуживает организация переработки радиожурналистами контента сторонних массмедиа.

Библиография

Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала. М.: ИД «Университетская книга», 2010.

Баранова Е. А. Процесс конвергенции СМИ в российских газетных редакциях (по результатам исследований 2009–2012 гг.) // Медиаскоп. 2013. Вып. 1.

Баранова Е. А. Особенности развития сайтов российских разговорных радиостанций // Медиаскоп. 2015. Вып. 2.

Барабаш В. В. Радио как институт культуры: теория, история, практика. М.: Изд-во «Права человека», 2007.

Барабаш В. В. Ведущий радиопередач: творческая типология. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2003.

Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Смирнов С. С., Макеенко М. И. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. М.: МедиаМир. 2017.

Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Макеенко М. И. Мультимедийные стратегии московских FM-радиостанций // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 6. С. 6–32.

Вырковский А. В. Анализ процессов в работе новостного журналиста: количественный подход // Медиаскоп. 2014. Вып. 2.

Вырковский А. В. Бизнес-процессы в новостных СМИ: опыт графической презентации // Медиаскоп. 2013. Вып. 1.

Вырковский А. В. Менеджмент СМИ в условиях конвергенции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 3. С. 112–120.

Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайновых массмедиа: процессный подход. М.: МедиаМир, 2016.

Вырковский А. В., Вартанов С. А., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В. и др. Структура рабочего процесса российского журналиста // Медиаскоп. 2016. Вып. 2.

Макеенко М. И. Радиоиндустрия США в начале XXI столетия: структурные изменения и межсекторная конкуренция // Медиаскоп. 2007. Вып. 2.

Макеенко М. И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.

Новиков К. Ю. Радиорепортер и радиорепортаж в XXI веке: история и трансформация жанра, перспективы профессии. М.: Изд-во ВК, 2005.

Рихтер С. Г. Цифровое радиовещание. М.: Горячая линия – Телеком, 2004.

Смирнов В. В. Современная аналитическая журналистика. Жанры радиовещания в контексте массовых коммуникаций. Теория и практика. Ростов-на-Дону: МП КНИГА, 1999.

Deuze M. (2008) Towards a Sociology of Online News. In Ch. Paterson, D. Domingo (eds.) *Making Online News*. NY: Peter Lang. Pp.199–209.

Fahmy S. (2008) How Online Journalists Rank Importance of News Skills. *Newspaper Research Journal* 29 (2): 23–39.

Lewis J., Williams A., Franklin B. et al. (2011) The Quality and Independence of British Journalism. Tracking the changes over 20 years. Режим доступа: http://www.mediawise.org.uk/wp-content/uploads/2011/03/Quality-Independence-of-British-Journalism.pdf

Luscombe A. (2009) Radio journalists and how they describe their written copy. *Journal of Media Practice* 10 (1): 5–15.

Reich Z. (2015) Comparing news reporting across print, radio, television and online. *Journalism Studies* 17 (5): 552–572.

Reich Z. (2011) Comparing reporters' work across print, radio and online: converged origination, diverged packaging. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 88 (2): 285–300.

Reich Z, Godler Y. (2014) A time of uncertainty: the effects of reporters' time schedule on their work. *Journalism Studies* 15 (5): 607–618.

Usher N. (2012) Reshaping the public radio newsroom for the digital future. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media* 10 (1): 65–79.

References

Aris A., Bughin J. (2010) *Upravleniye mediakompaniyami: realizatsiya tvorcheskogo potentsiala* [Media Companies' Management: Realization of Creative Potential]. Moscow: Universitetskaya kniga Publ. (In Russian)

Baranova E. A. (2013) Protsess konvergentsii SMI v rossiyskikh gazetnykh redaktsiyakh (po rezul'tatam issledovaniy 2009–2012 gg.) [The Process of Media Convergence in Russian Newspaper Newsrooms (based on the studies of 2009–2012)]. *Mediaskop* 1. (In Russian)

Baranova E. A. (2015) Osobennosti razvitiya saytov rossiyskikh razgovornykh radiostantsiy [Development of Websites of Russian Talk Radio Stations]. *Mediaskop* 2. (In Russian)

Barabash V. V. (2007) *Radio kak institut kul'tury: teoriya, istoriya, praktika* [Radio as a Cultural Institute: Theory, History, Practice]. Moscow: Prava cheloveka Publ. (In Russian)

Barabash V. V. (2003) *Vedushchiy radioperedach: tvorcheskaya tipologiya* [Radio Presenter: Creative Typology]. Moscow: Institut povysheniya kvalifikatsii rabotnikov televideniya i radioveshchaniya. (In Russian)

Deuze M. (2008) Towards a Sociology of Online News. In Ch. Paterson, D. Domingo (eds.) *Making Online News*. NY: Peter Lang. Pp.199–209.

Fahmy S. (2008) How Online Journalists Rank Importance of News Skills. *Newspaper Research Journal* 29 (2): 23–39.

Lewis J., Williams A., Franklin B. et al. (2011) The Quality and Independence of British Journalism. Tracking the Changes Over 20 Years. Available at: http://www.mediawise.org.uk/wp-content/uploads/2011/03/Quality-Independence-of-British-Journalism.pdf

Luscombe A. (2009) Radio Journalists and How They Describe Their Written Copy. *Journal of Media Practice* 10(1): 5-15.

Makeyenko M. I. (2007) Radioindustriya SSHA v nachale XXI stoletiya: strukturnyye izmeneniya i mezhsektornaya konkurentsiya [The US Radio Industry in the Early 21st Century]. *Mediaskop* 2. (In Russian)

Makeyenko M. I. (2010) *Radioveshchaniye i televideniye SSHA v novom stoletii: struktura, ekonomika, strategii* [US Radio Broadcasting and Television in the New Century: Structure, Economy, Strategies]. Moscow: MSU Publ. (In Russian)

Novikov K.Yu. (2005) *Radioreporter i radioreportazh v XXI veke: istoriya i transformatsiya zhanra, perspektivy professii* [Radio Reporters and Radio Reporting in the 21st Century: History and Genre Transformation, Prospects of the Profession]. Moscow: VK Publ. (In Russian)

Reich Z. (2015) Comparing News Reporting Across Print, Radio, Television and Online. Journalism Studies 17 (5): 552–572.

Reich Z. (2011) Comparing Reporters' Work Across Print, Radio and Online: Converged Origination, Diverged Packaging. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 88 (2): 285–300.

Reich Z, Godler Y. (2014) A Time of Uncertainty: the Effects of Reporters' Time Schedule on their Work. *Journalism Studies* 15 (5): 607–618.

Rikhter S. G. (2004) *Tsifrovoye radioveshchaniye* [Digital Radio Broadcasting]. Moscow: Goryachaya liniya – Telekom Publ. (In Russian)

Smirnov V. V. (1999) *Sovremennaya analiticheskaya zhurnalistika. Zhanry radioveshchaniya v kontekste massovykh kommunikatsiy. Teoriya i praktika* [Modern Analytical Journalism. Genres of Radio Bradcasting in the Context of Mass Communications. Theory and Practice]. Rostov-na-Donu: MP KNIGA. (In Russian)

Vartanova E. L., Vyrkovskiy A. V., Makeyenko M. I. (2011) Mul'timediynyye strategii moskovskikh FM-radiostantsiy [Multimedia Strategies of Moscow FM Radio Stations]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser.10: Zhurnalistika* 6: 6–32. (In Russian)

Vartanova E. L., Vyrkovskiy A. V., Smirnov S. S., Makeyenko M. I. (2017) *Industriya rossiyskikh media: tsifrovoye budushcheye* [The Russian Media Industry: the Digital Future]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V. (2014) Analiz protsessov v rabote novostnogo zhurnalista: kolichestvennyy podkhod [An Analysis of Processes in the Work of a News Journalist: a Quantitative Approach]. *Mediaskop* 2. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V. (2013) Biznes-protsessy v novostnykh SMI: opyt graficheskoy prezentatsii [Business Processes in News Mass Media: the Experience of Graphic Presentation]. *Mediaskop* 1. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V. (2013) Menedzhment SMI v usloviyakh konvergentsii [Mass Media Management Under Convergence]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 3: 112–120. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V. (2016) *Redaktsionnyy menedzhment v pechatnykh i onlaynovykh massmedia: protsessnyy podkhod* [Editorial Management in Print and Online Mass Media: the Process Approach]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V., Vartanov S. A., Galkina M. YU., Kolesnichenko A. V. et al. (2016) Struktura rabochego protsessa rossiyskogo zhurnalista [The Structure of the Working Process of Russian Journalists]. *Mediaskop* 2. (In Russian)

Usher N. (2012) Reshaping the Public Radio Newsroom for the Digital Future. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media* 10 (1): 65–79.

Поступила в редакцию
18.06.2018