

Шульц В.Ю., Стасюк А.О. Безработица в масс-медийном пространстве // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – № 02 (февраль). – АРТ 96-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316.77

Шульц Виктория Юрьевна

студентка 4 курса, факультет журналистики
Научный руководитель: Шубина Т. Ф., к.ф.н., доцент
Северный Арктический Федеральный университет
г. Архангельск, Российская Федерация
e-mail: yika230796@mail.ru

Стасюк Алина Олеговна

Студентка 4 курса, факультет журналистики
Научный руководитель: Шубина Т.Ф., к.ф.н., доцент
Северный Арктический Федеральный университет
г. Архангельск, Российская Федерация
e-mail: stasyualina@yandex.ru

БЕЗРАБОТИЦА В МАСС-МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация: Статья посвящена проблеме безработицы в СМИ и медийном пространстве. Авторы исследуют явление безработицы в указанной сфере и рассматривают ее причины. На основе проведенного анализа они прогнозируют, как будет вести себя безработица в медиа в будущем.

Ключевые слова: безработица, СМИ, журналистика, медиа.

Shults Viktoriya

4nd year student, features of social interview
Supervisor: T. Shubina, Associate Professor
Northern (Arctic) Federal University
Arkhangelsk, Russian Federation

Stasyuk Alina

4nd year student, features of social interview
Supervisor: T. Shubina, Associate Professor
Northern (Arctic) Federal University
Arkhangelsk, Russian Federation

UNEMPLOYMENT IN THE MEDIA

Abstract: Article is devoted to the problem of unemployment in mass media. Authors investigate the unemployment phenomenon in the specified sphere and consider its reasons. On the basis of this analysis authors predict how unemployment will change in the media sphere.

Keywords: unemployment, media, journalism, journalist employment.

Безработица – проблема, которая касается не только определенных стран с неразвитой экономикой. Сегодня рынок средств массовой информации также оказался подвержен этому явлению. На рост безработицы в данной сфере влияют различные факторы, но, изучая научную литературу, мы пришли к выводу, что данная проблема в настоящее время остается малоизученной. Именно этим, в первую очередь, обусловлена актуальность темы исследования. Кроме того, данная тема будет крайне важной для тех, кто учится или планирует обучаться журналистике, кто находится в поиске работы.

Если говорить о видах безработицы, можно признать, что практически все они относятся к безработице в СМИ. Скрытая отражает такое явление, как фриланс. Структурная безработица отсеивает всех некомпетентных журналистов. Региональная безработица отражает качество СМИ, циклическая показывает отсутствие спроса у аудитории на контент, предлагаемый в существующих средствах массовой информации.

Так, одной из причин является сокращение спроса. Многие СМИ «ушли в интернет», следовательно, и рабочие места корреспондентов и менеджеров по рекламе значительно сократились. С развитием интернета уменьшился и спрос на СМИ в регионах – информация намного более мобильно оказывается во всевозможных группах и новостных сайтах.[1]

По подсчетам специалистов в 2015 году на сайте по поиску работы hh.ru¹ было опубликовано около 27 500 вакансий в сфере «Искусство и медиа». Спрос на них превышал предложение в 4 раза – почти 110 000 резюме. При этом на журналистскую и редакторскую деятельность приходилась еще меньшая часть данных 27 000 вакансий: лишь 15% относились к журналистике, 13% к литературной и редакторской деятельности, 12% к издательской деятельности и фотографии, и 8% вакансий в сфере телевидения.[1]

Еще одна причина, оказавшая значительное влияние на безработицу во всех, а не только журналистской сфере – мировой экономический кризис 2008 года. Именно он, по мнению И. В. Лизуновой, выступает как некая «отправная точка», положившая начало проблемам с поиском работы в масс-медиа.[2]

¹ HeadHunter — российская компания интернет-рекрутмента

Особо остро проблема безработицы стоит в регионах: с каждым годом процент оставшихся без работы журналистов растет. Основная часть предприятий средств массовой информации зарегистрированы и функционируют в Москве и Санкт-Петербурге. Большое число безработных журналистов и сейчас проживают в удаленных от центра регионах страны, что обостряет проблему организации их занятости. Однако, статистика по всей стране показывает, что не только в регионах на рынке масс-медиа ситуация ухудшается. По итогам девяти месяцев 2015 года падение объемов рекламы произошло во всех типах печатных изданий. В целом издания заработали на рекламе на 32 % меньше, чем за аналогичный период 2014 года. В период с начала 2012 года по первое полугодие 2015 года количество зарегистрированных в России газет и журналов сократилось более чем на 3 тыс. экземпляров».[3]

Ситуация, сложившаяся на рынке СМИ, говорит о невозможности самостоятельно решить проблему безработицы журналистов за счет пересмотра бюджета редакций и поиска альтернативных источников финансирования. Например, в 2015 году «Российская газета», поддерживаемая Правительством РФ, сократила 10 % сотрудников, «Вечерняя Москва» – 12 % коллектива. Руководство Lenta.ru – уволило 10 % редакции, ТАСС – лишилась 25 % штата (примерно 400 человек) и т.д.

В стороне от глобальных проблем традиционных каналов СМИ находятся Интернет-издания. Это единственный сектор массовой коммуникации, доходы которого растут за счет рекламы, размещенной в сети.

Профессиональные журналисты всегда конкурировали со знатоками в определенной области – в эту сферу часто идут историки, социологи, люди без журналистского образования, но с профильными знаниями. Поэтому с уменьшением рабочих становится намного жестче и конкуренция.

Еще одной причиной, которая угрожает журналистам, может стать технический прогресс. Уже сейчас ученые и работники СМИ всерьез обеспокоены этой неожиданной проблемой.

А в конце 2015 года российская компания «Яндекс» объявила, что создает информагентство, где новости станут писать роботы. Подобные алгоритмы успешно работают уже во многих зарубежных СМИ. Соучредитель компании Narrative Science Кристиан Хэммонд считает, что к 2025 году 90% всех текстов будут писать роботы.[4]

Мы исследовали данную проблему, анализируя результаты опроса студентов и выпускников-журналистов, а также интервью экспертов, в качестве которых выступили шеф-редакторы Алексей Шемякин (Архангельское городское телевидение) и Светлана Лойченко (газета Правда Севера).

Проанализировав опрос студентов-журналистов, участие в котором приняли 80 человек из Архангельска (Северный (арктический) федеральный университет), Москвы (Московский государственный университет) и Санкт-Петербурга (Санкт-Петербургский государственный университет), мы пришли к выводу, что большая часть из них уверена в том, что безработица в журналистике есть. Многие студенты старших курсов разочаровались в выбранной профессии и не собираются продолжать в ней реализовываться после окончания института. Обучающиеся первого и второго курсов имеют еще несколько идеалистический взгляд. Кроме того, мы отметили, что одной из основных причин безработицы, по мнению

студентов, является перенасыщенность рынка кадров. В Архангельске же это – малое разнообразие СМИ и низкая заработная плата.

На основании опроса выпускников, в котором приняли участие 73 респондента, получивших в разные годы диплом журналиста в САФУ (Архангельск), мы увидели, что большинство из них, выучившись, работают по профессии. Однако, по мнению большинства участников опроса, безработица в сфере журналистики есть. Они, уже много лет проработав в этой сфере, понимают лучше других, какое будущее ждет журналистику. И, судя по их ответам, оно далеко не самое позитивное. Они советуют вообще менять свой профиль, идти на смежные специальности, в крайнем случае, ориентироваться на интернет.

Примеры их пожеланий:

Студентам: *«Получить любое другое профильное образование вместе с журналистским или (еще лучше) вместо журналистского», «Заниматься саморазвитием, иметь интересны и компетенции в различных сферах, заниматься тем, что нравится и впитывать каждое слово преподавателей!»*

Преподавателям: *«Забывать о старых практиках. Больше изучать современные требования к текстам, меньше теории»; «Давать больше практических заданий, приглашать на лекции работающих журналистов и редакторов, проводить экскурсии в редакции изданий, на радио и ТВ, организовывать там практические занятия. Обращать внимание на грамотность!»*

На основании данных анкетирования, мы поняли, что проблема занятости у журналистов лежит не на поверхности, а имеет глубокие корни. Начиная со школы, дети неправильно воспринимают эту профессию, а, уже приходя в неё, испытывают чувство разочарования. Среди причин

безработицы, на основе результатов опросов, мы выделили следующие: квалификация кадров, желание/нежелание состояться в профессии, сокращения в связи с экономическими причинами, непопулярность профессии, угасание СМИ в регионах, сама специфика профессии, низкая заработная плата при высоких нагрузках, конкуренция с непрофессиональными журналистами.

Рассматривая экспертные интервью, мы заметили несколько точек соприкосновения между высказываниями экспертов. Во-первых, они считают, что журналистика не умрет, во-вторых, что стереотипы о журналистике – это только стереотипы, в-третьих, что сегодня практически все средства массовой информации берут без опыта работы и без диплома о журналистском образовании и, наконец, что для будущего журналиста необходимые качества это: креативность, грамотность, и главное желание работать и быть полезным.

В основополагающем вопросе для нашей работы у экспертов сложилось также одно мнение. Алексей Шемякин и Светлана Лойченко считают, что безработица в СМИ есть. По их мнению, малый процент безработных составляют те, кто не хочет работать и не верит в свои силы на журналистском поприще.

В одном лишь вопросе наши эксперты не сошлись во мнениях-нужно ли журналистское образование. Алексей Шемякин (он по образованию филолог) считает, что вовсе не обязательно учиться, чтобы потом работать в СМИ: *«На мой взгляд, нет никакого смысла получать журналистское образование. Я знаю очень многих людей, которые закончили журфак и не работают по профессии, потому что они ничего не могут»*. Светлана Лойченко говорит о необходимости профессионального образования:

«Когда человек ни столько учится, сколько напитывается этой журналистской жизнью, как огурец напитывается рассолом».

По итогам всей проделанной работы, мы составили некий прогноз о том, как дальше будет, на наш взгляд, как будет вести себя безработица на рынке средств массовой информации. На данный момент по результатам наших исследований мы можем сделать следующие прогнозы:

1. Постепенное угасание традиционных СМИ (газеты, ТВ, радио) будет порождать безработицу у тех, кто не сможет уйти в интернет
2. Сужение рынка региональных СМИ также будет порождать безработицу среди провинциальных журналистов, которые не смогут пробиться в центральные СМИ
3. Конкуренция между выпускниками журфака и выпускниками смежных специальностей выльется в огромное количество безработных журналистов
4. Выпускники школ, живущие в мире стереотипов, будут неадекватно относиться к своей будущей профессии. Когда, уже в ВУЗе, они прочувствуют все «нутро», они не смогут работать по специальности
5. Если не выстроить учебный процесс журналистов по направлению в будущее, не привлекать в процесс новые технологии, практиков, то выпускники, выйдя на новый масс-медийный рынок попросту не найдут себе подходящей работы.

На основе проделанной нами работы мы можем заявить, что уровень безработицы в СМИ достаточно высок, и если не регулировать эту ситуацию по самым разным каналам, то, по нашим прогнозам, этот и без того высокий уровень будет расти. Впоследствии, может исказиться и сама система СМИ, и вопреки мнениям экспертов мы сможем увидеть смерть «второй древнейшей профессии».

Список использованной литературы:

1. Попова Н. Последние из могикан: российский рынок труда в сфере медиа [Электронный ресурс]/Медиаэкономика//Обсерватория европейской журналистики – интернет-журнал. – 08.05.2016 Режим доступа: <http://ru.ejo.ch/mediaekonomika/rossiyskiy-mediarinok> Дата посещения: 15.02.2017.
2. Лизунова И. В. Российские печатные СМИ в условиях мирового экономического кризиса: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]/научные статьи//cyberleninka – интернет-портал, 2009. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskie-pechatnye-smi-v-usloviyah-mirovogo-ekonomicheskogo-krizisa-problemy-i-perspektivy-razvitiya> Дата посещения: 13.02.2017.
3. Эмирова Г.А. Общественно-политические предпосылки развития рынка фриланса в условиях роста безработицы в индустрии масс-медиа (научная статья)// Фундаментальные исследования. - 2015. - №11.- Ч.6.
4. Мирошниченко А. Робото-журналистика: вкалывают роботы – счастлив человек? [Электронный ресурс]/Блог//Текстerra – интернет-агентство. – 26.11.2016. Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/roboto-zhurnalistika-vkalyvayut-roboty-schastliv-chelovek.html> Дата посещения 25.03.2017.

Дата поступления в редакцию: 23.02.2018 г.

Опубликовано: 27.02.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018

© Шульц В.Ю., Стасюк А.О., 2018