

Глазами Иделии мы посмотрели на современное состояние журналистики и то, как начинающие работники медиа находят себя в мире информации.

– Чем занимается «Инфопоток»?

– Наша организация делает мероприятия для молодых ребят, которые еще хотят найти себя в журналистике. Они (*участники, молодые журналисты – прим. ред.*), приглашенные эксперты, полученные результаты, новые знакомства и знания являются моей работой в этом проекте.

– Чем вы руководствуетесь в своей работе?

– Очень уместно здесь сравнение журналиста и блогера: журналист всегда отвечает за свои слова, он следует (обязан, по крайней мере) журналистской этике, обладает чувством меры. У него есть профессиональное сообщество, в котором он состоит, так как хороший журналист прислушивается к тому, что говорят коллеги. А блогосфера более лояльная, более открытая и эпатажная в этом плане.

– Какие приемы можно назвать недопустимыми в вашей работе?

– Нездоровую конкуренцию. К сожалению, люди думают о том, что ресурсы ограничены. Я считаю, что это не так. Люди, работающее в одной сфере, должны вместе повышать свои компетенции, свой профессиональный и личный уровень развития. Это будет плюс обоим конкурирующим сторонам. Я стараюсь знакомить молодых журналистов, чтобы в будущем эти связи переросли в новые проекты, в деловое сотрудничество.

– Каким областям в медиа сейчас учат начинающих журналистов?

– Работа с социальными сетями – это основное. Из этого вытекает создание контента текстового, графического, создание фотографий, изображений, инфографики и видео, продвижение через социальные сети.

– Получается, что будущее все-таки за социальными сетями?

– Это наше настоящее, потому что в Интернете уже есть аудитория. А СМИ без аудитории – пустышка. Привлечь с нуля читателей можно, только если есть какие-то серьезные ресурсы. В области медиа сейчас безумная конкуренция, и надо понимать, что боремся за читателя мы не только друг с другом (с казанскими СМИ-прим. автор), но и с федеральными и международными СМИ. Боремся не только с информационными ресурсами, но и с развлекательными.

– **Какие трудности встали на вашем пути при работе?**

– Трудности есть всегда, на любом этапе. В начале старта проекта «Инфопоток» было трудно сформулировать концепцию ресурса. Было понимание, что это нужно людям. Было понимание, каким именно людям это нужно. Но возникли трудности с тем, как предоставлять информацию: должен ли это быть информационный ресурс или развлекательный. О чем говорить: о республике или о «больших» вещах. Второй момент, который преследовал нас достаточно долго, – размещение контента: стабильное, ежедневное, без выходных. Потому что ребята, работающие у нас, не получают зарплату, они учатся и имеют личную жизнь, другие интересы.

Со временем мы убедились, что системность – важная составляющая журналистики. Теперь каждый четко понимает, за какое время он ответственен, за какой материал, чтобы не возникало «информационных дыр».

– **Какой журналист сейчас будет востребован в редакции?**

– Максимально мобильный, максимально компетентный в разных областях (конвергентный журналист) и, я всегда отмечаю этот момент для себя, высокий уровень интеллекта. Человек, который смотрит, слушает, видит, узнает, интересуется. Такой человек и может подавать интересный материал, потому что стандартное, «сухое», классическое (в плохом смысле этого слова) мышление никому уже не интересно.

Конкуренция высока, поэтому нужно что-то необычное. Здесь и приходит на помощь интеллект, позволяющий брать интересные интервью, подходить к написанию материала с неявной точки зрения, брать комментарии, проводить параллели и аналогии.

– Несмотря на то, что создается больше редакций и информационного контента, все равно журналисту трудно найти место работы? Журналистов все больше, и они приходят в редакции часто без журналистского образования?

– На самом деле, нет. На наших мероприятиях эксперты часто говорят, что им нужны кадры, молодые, творческие личности, ответственно подходящие к делу и дружащие с русским языком.

– Какие качества присущи хорошему журналисту?

– Это не должен быть человек «слишком что-то». Нужно быть в меру наглым, в меру вежливым. Он должен быть приятным, адекватным, трудоспособным, мобильным. Все хорошие качества человека должны быть собраны в журналисте. Главное не навредить кому-то, поэтому моральные нормы должны быть определены и четко обозначено то, что приемлемо, а что нет.

– А если материал будет строиться на том, что «неприемлемо», это можно считать журналистикой?

– Журналистика трансформируется очень быстро, и можно говорить о журналистике как о бизнесе. Если иметь в виду «журналистику дефис бизнес», то сенсационные материалы как раз-таки суперэффективные, «профессиональные». Такими материалами можно с легкостью привлечь аудиторию, увеличить рекламодателей. В широком понимании это можно отнести к журналистике... но по-хорошему, не относить бы.

– Обучая начинающих журналистов, какие задачи вы пытаетесь ставить им, чтобы они начали стремиться к своей мечте и в будущем стать профессионалами?

– В целом, начинающий журналист должен поставить себе цель

попробовать все, сделать все. Стажироваться, посещать мероприятия. Должен быть живой интерес. Я думаю, у журналиста все получится, если он четко обозначит свой интерес. Им в ответ обязательно заинтересуются редакторы. Нужно желание постичь профессию и реализовать себя в ней.

– Вы сказали, что конкуренция сейчас очень высока. Тогда как можно удержать читателя, аудиторию?

– Универсального рецепта нет, каждый выбирает для себя свой путь согласно формату: оперативность, актуальность или неординарность. Кто-то максимально оперативно работает, кто-то предоставляет хорошую аналитику. Сейчас очень популярна такая тематика, как информация, предоставляемая с ярким дизайном или Интернет-мемами. Все эти тенденции создают реальные люди, и журналисту лишь надо отображать их в своей деятельности, чтобы привлекать читателей. Есть базовые принципы, являющиеся основой для каждого журналиста: полнота информации, подтвержденные факты, качественная подача. [Хороший контент рано или поздно найдет своего читателя.](#)

– У вас, наверное, есть любимые СМИ, за которыми вы следите ежедневно. Что они из себя представляют?

– Я читаю издания из тех областей, которые мне интересны. Некоторые издания привлекают тем, что максимально объективно стараются преподнести информацию. Так как я по образованию социолог, мне важно, чтобы даже на разоблачительный материал было представлено разное мнение экспертов, людей. Интересно почитать, как сам человек себя защищает, как аргументирует свою точку зрения. Знаете, еще интересно читать комментарии, которые оставляют люди в социальных сетях под материалами. Зачастую, если издание достаточно высокого уровня публикует объемные материалы, значит, его читают люди образованные, компетентные, и чаще всего они-то и оставляют комментарии. И от них я могу узнать больше интересной и закрытой информации, о которой журналист мне не смог сообщить. А люди добавляют, исправляют, цитируют, вспоминают факты и свое мнение

высказывают, которое бывает и экспертным!

Потому что аудитория – это же не просто серая масса людей. Комментаторы сейчас – самые большие помощники журналиста.

– Значит, журналисту очень важно сейчас иметь обратную связь с аудиторией?

– Да, конечно. Сейчас у нас имеются для этого все возможности. Даже через комментарии читателей можно увидеть ниточку, зацепочку, которую можно потом в своем материале раскрутить и дать дополнительную информацию.

– Если не секрет, то можете назвать те СМИ, которыми вы интересуетесь?

– Не хочу называть конкретные, потому что нет однозначно хороших СМИ. Все обвиняют друг друга в отсутствии объективности, предвзятости или некорректности. Перечислять СМИ, которые формируют тебя и твое видение мира, – неблагодарное дело, потому что в любом случае найдется человек, который скажет: «Какой ужас!»

– То есть идеальной журналистики и идеальных СМИ не существует?

– Интересный вопрос, никогда об этом не задумывалась. Скорее, нет.

Идеальное СМИ – это независимое СМИ. Но полностью независимых СМИ нет. Они могут быть независимы от политики, например, но они зависимы от финансов, от учредителей и читателей.

Можно лишь составить рейтинг газет, журналов или телеканалов, которые более-менее приближены к этому недостижимому идеалу.

– Можно сказать, что журналистика сейчас – это один большой новостной отдел?

– Не считаю, что журналистика свелась только к новостям. Просто сейчас СМИ более доступны и более включены в жизнь людей благодаря Интернету. Естественно, основная масса предпочитает очень легкий, короткий и информационный контент: что, где произошло, чтобы ощущать себя в центре жизни. Однако та аудитория, которая предпочитает аналитические материалы или развивающие и познавательные, осталась.

– В «Инфопотоке» к начинающим журналистам приходят уже успешные журналисты, блогеры и дизайнеры. Что обычно они говорят и советуют им?

– Если говорить именно о создании текстов, то просят писать без воды. Когда я редактирую материалы, я понимаю, что многие слова из текста можно просто убрать. При этом материал не потеряет своей образности или информативности. Зачастую молодые журналисты этим грешат. Много лишнего. Возможно какая-то алогичность: например, можно переставить местами предложения в тексте. Эксперты призывают много писать, ведь все приходит с количеством написанных текстов.

– Язык в текстах упрощается?

– Не стала бы говорить, что сейчас происходит явное упрощение языка. Во все времена язык трансформировался, и основная масса людей в своей жизни использует и читает простой, понятный язык без громоздких конструкций. Поэтому и людей, предпочитающих такой контент, больше.

– К вам в проект приходят ребята, которые еще точно не решили, что журналистика – их призвание. Что отпугивает начинающих, молодых людей в этой профессии?

– Наши приглашенные эксперты не скупятся в выражениях. Они указывают на то, что это сложно: 24 часа быть на связи, успевать всегда, везде и все одновременно, предоставлять огромный объем информации, в сложных ситуациях делать выбор. Журналистика – сложная профессия, и перед тем, как окунуться в нее с головой, следует соотнести свое «я» с этой

деятельностью.

Ксения Дудкина, редакция [Include](#)

Фотографии предоставлены собеседником

Читайте больше о жизни поколения Y на [include.club](#)