

СОДЕРЖАНИЕ

ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА-ЖУРНАЛИСТА	2
КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ	4

ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА-ЖУРНАЛИСТА

Жихарь Л. А., 3 курс.
Белгородский государственный университет.
Факультет журналистики.

Кафедра языка и стиля массовой коммуникации провела опрос с целью составления портрета современного студента-журналиста на примере факультета журналистики БелГУ.

82% — это представительницы женского пола. Мужчин на факультете только 18%. Возраст студентов факультета журналистики от 17 до 22 лет.

На вопрос «Печатались ли вы в СМИ до поступления в университет?» 59% опрошенных ответили положительно и 39% — отрицательно. Это дает основание утверждать, что значительная часть студентов (больше половины) имела опыт работы в СМИ при выборе специальности.

Рассмотрение результатов следующего вопроса позволяет сделать вывод, что 44% респондентов поступили на факультет журналистики «по призванию», 20% — «решили попробовать свои силы, но имели слабое представление о профессии», 9% — «случайно оказались в числе поступивших», 7% — «по совету родителей». Среди других вариантов наиболее часто встречающаяся причина поступления в вуз — «Профессия журналиста — мечта детства». Указаны и такие варианты: «интерес к работе журналиста», «привлекает динамичный образ жизни и общение с людьми», «значимость профессии».

В настоящее время со СМИ сотрудничают 40% опрошенных; «время от времени» контактируют с газетами и журналами 30% студентов; 29% респондентов совсем не поддерживают отношений с газетами и журналами, что является не характерным для студентов, которые в будущем планируют стать сотрудниками редакций.

Чаще всего молодые авторы начинают свою работу в печатных изданиях. Студенты-журналисты БелГУ — не исключение. 28% студентов пробуют себя в областных газетах; 39% — в районных и городских изданиях; 10% респондентов начинают практиковаться в корпоративных СМИ; 7% — в информационном агентстве и 7% — на радио

и телевидении. Из числа опрошенных 13% подрабатывают в других сферах.

Большинство студентов привлекает в профессии ее творческая насыщенность, поэтому технической стороной — версткой и дизайном изданий, что сейчас особенно востребовано на профессиональном рынке Белгородчины, не занимается ни один студент из числа опрошенных. 74% респондентов выполняют обязанности журналиста в СМИ, с которым сотрудничают; 6% — работают «менеджерами по рекламе, продажам».

Интересы студента-журналиста мало отличаются от предпочтений любого другого студента. В свободное от учебы время 60% предпочитает «отдыхать с друзьями»; 47% заняты «чтением газет и журналов»; 23% опрошенных любят «путешествовать», а 7% посвящают свободные время хобби.

Уже в самом начале своей профессиональной деятельности студенты задумываются о будущей работе. Большинство (87%) собираются работать по специальности, и лишь 4% респондентов ответили отрицательно на этот вопрос.

Какие жизненные ценности важны для среднестатистического студента факультета журналистики? Вопреки распространенному мнению, что для журналиста работа всегда стоит на первом месте в шкале жизненных ценностей, лидирует «семья». Далее — «работа», «друзья», «профессионализм», «материальная независимость», «собственный дом (квартира)», «уважение коллег» и «свобода творчества».

В качестве примера для подражания из современных российских журналистов 23% респондентов видят Владимира Познера. Он с довольно большим перевесом голосов опередил своих коллег. 12% респондентов берут пример со Светланы Сорокиной. У 12% опрошенных кумир — Леонид Парфенов; 7% студентов своим идеалом считают Владимира Соловьева; Екатерина Андреева является примером для 5%. Интересен тот факт, что только 1% будущих журналистов отметили авторов, работающих в печатных СМИ. Из этого следует, что студенты факультета журналистики, чья профессия начинается с работы со словом, практически не читают газет и журналов, и не знают современных «акул пера», у которых они могут поучиться становлению их собственного стиля. Парадокс — большинство из них пробуют себя именно в газетах и журналах.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Ильина М. В.
Иркутский государственный университет.
Факультет филологии и журналистики.

Предмет изучения журналистики и социологии один: это разнообразные связи между людьми, и человеческое общество. Сходны и методы познания мира. Журналистика быстро осваивает социологические методы исследования, такие, как опрос, эксперимент и пр.

Как известно, социологические методы делятся на количественные и качественные. И те и другие в среде профессиональных социологов имеют своих сторонников и противников. На форуме Центра независимых социальных исследований и образования (Иркутск) есть высказывание: ««качественники» — это «бомонд», слегка ленивый, с богатым воображением, последователь моды. А «количественник» — труженик, который не боится больших выборок и цифр». Это достаточно спорное заявление вызвало на форуме оживленную дискуссию.

В журналистике типично социологические методы исследования обычно используются только для получения информации, а в готовом материале остаются «за кадром». Реже обнажается сама процедура исследования. Так происходит при публикации различных опросов и при использовании метода «эксперимент».

Чаще всего при подготовке одного материала используются какой-либо один тип методов. Какие методы — качественные или количественные — более близки журналистскому познанию мира? Какие чаще используют работники современных российских СМИ и почему? Что важнее в журналистике: точность, выраженная в цифрах, или объективное отражение реальности в фактах и мнениях? Вот основные вопросы, на которые я хотела бы ответить в моей работе.