

by the examples of names belonging to the Uzbek, Tajik and Mongolian languages. The analyzed materials show the need to look at anthroponyms as a separate type from an anthropocentric point of view in the system of famous nouns. Because in this type of famous nouns, the principles of several nominations are inextricably linked, and sometimes their origin can be determined only by showing the same reason in the life of a particular person. It is therefore preferable, in our view, to rely on an ethnolinguistic interpretation of the appellative meaning in correctly defining their nominating principles.

REFERENCE

1. Bulet Gul. Monghol Kışı Adları // Modern Türklük Araştırmaları Dergisi. Cilt 7.Sayı 1.Mart 2010. – S. 220.

2. Quliyev Ə. A. Əski türk onomastik sözlüyü. Bakı: Elm, 1999. – S. 7.
3. Али Акбар Деххудо. Луғатномаи Деххудо. – Техрон. – С. 5128.
4. Матвеев А.К. Апология имени // Вопросы ономастики. 2004. №1.
5. Шайх Муҳаммад Содиқ Муҳаммад Юсуф. Бахтиёр оила. – Тошкент: Hilol nashr, 2015. – Б. 278 –288.
6. Шамсиддин Муҳаммад бин Халаф Табризий. Бурхони котеъ. – Техрон: Кабир, 1997. Жилди 2. – С. 1382.
7. Щербак А.С. Когнитивные основы региональной ономастики. Автореф... доктор филол... наук. – Тамбов, 2008.
8. King Dehkhoda. Kingroid.co@gmail.com

Алиева С.А.

доцент кафедры журналистики

Башкирского государственного университета (г.Уфа, Россия)

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ МЕДИАРЫНКА К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ

В последние годы преподаватели и практики журналистики часто пишут о проблемах медиаобразования в связи с тенденцией сокращения спроса к медиаспециалистам со стороны медиарынка. Причину такого несоответствия интересов поставщика кадров в лице вуза и их потребителя в лице СМИ многие видят в выросших требованиях к квалификации специалистов массмедиа. При этом, эксперты в этой сфере не раз отмечали о снижении качества подготовки журналистских кадров из-за коммерциализации учебы в вузах, недостаточной проработанности учебных планов по направлению «журналистика». Даже стали обсуждать вопрос «Нужно ли журналисту высшее профессиональное образование?» [1]. Противники высшего профессионального образования аргументируют свои тезисы тем, что не в вузе, а в редакциях за полгода можно получить одинаковое количество знаний и намного больше профессиональных навыков. При этом ими игнорируется владение методологической культурой журналиста (общесоциальная, общежурналистская, эмпирическая, интерпретационная), которую за полгода не «набрать» ни в одной редакции. Самое печальное здесь в том, что большинство студентов факультетов журналистики считает, что им специальное журналистское образование не нужно.

Между тем социальная ориентированность, престижность и творческая природа журналистской профессии привлекают многих школьников, которые ежегодно пополняют список студентов-журналистов. Однако они после окончания вуза не могут устроиться по профессии, поскольку на медиарынке их особо не ждут. Если ждут, то не с теми навыками, с чем выпускаются они из стен многих вузов.

Да и в самой медиасфере вакансий для журналистов немного. Профессия журналиста

становится менее востребованной на фоне других современных профессий, например, менеджера какого-либо гипермаркета. Она уже встает в ряд устаревающих профессий с 2013-2030 гг. как библиотекарь, корректор, бильдиредатор, юристконсульт, переводчик, экскурсовод и т.д. [2]. Этому стала способствовать, не в последнюю очередь, развитие гражданской журналистики, благодаря чему каждый умеющий что-либо снимать, писать и говорить стал выкладывать свой контент в интернет, создавая конкуренцию в сфере традиционной журналистики.

Согласно этому же источнику, в медиасфере второй столицы нашей страны в Санкт-Петербурге на одну вакансию приходится до 17 резюме от журналистов. Не будет преувеличением, если скажем, то такая картина в Службе занятости присуща многим регионам. И в Республике Башкортостан не лучшее положение с трудоустройством выпускников в редакциях СМИ.

Стоит отметить, что сложность трудоустройства по своей профессии испытывают не только выпускники отделения журналистики. Такое положение наблюдается по стране уже больше пяти лет у представителей многих профессий гуманитарной направленности, которых ждет жесткая конкуренция на рынке труда.

Во-первых, такое положение связано с тем, что потребность медиаорганизаций в журналистских кадрах не так невелика, несмотря на увеличение их количества за последние двадцать лет. В первые десять лет после распада СССР многие (даже непрофильные) вузы открывали специализацию по журналистике без надобности. Это стало одной из причин увеличения набора абитуриентов, в результате чего произошло перепроизводство кадров и как следствие, появилась армия безработных выпускников. Конечно, в условиях рынка и экономической нестабильности самих

медиапредприятий, безработица – явление ожидаемое.

Еще одним из факторов, снижающих уровень подготовки журналистских кадров во многих вузах, выступает коммерциализация учебы по журналистике [3, с.67]. Не секрет, что при приеме студентов на платной основе к знаниям таких абитуриентов высокие требования не предъявляются. На парте студентов-журналистов часто оказываются не мотивированные случайные абитуриенты, родители которых могут заплатить за обучение. При этом все эти факторы в медиаобразовании не учитываются, как и сам закон рынка «спрос рождает предложение». Нет такого механизма или ведомства, изучающего/ведущего учет спроса рынка в кадрах. Советская традиция плановой экономики и подготовки кадров позволяла избежать безработицы, хотя она имела кучу минусов.

Здесь стоит упомянуть об организации и принципах отбора будущих студентов-журналистов. В разных вузах практикуются разные подходы при приеме и учете результатов ЕГЭ. В одних принимают результаты ЕГЭ по русскому языку и литературе, в других – по русскому языку и обществознанию. Третьим испытанием в одних вузах принято устное собеседование, а в других – творческое сочинение.

Другая причина не обустроенности выпускников журналистов в медиасфере – ориентированность на традиционную журналистику. А традиционная журналистика, как известно, находится не в лучшем положении, несмотря на то, что в количественном отношении их больше цифровых. К примеру, по состоянию на 17 апреля 2017 года, две трети всех зарегистрированных СМИ России составляли периодические печатные издания. Из них 37% – журналы, 28% – газеты. Среди них всего 11% – онлайн СМИ, причем в значительной части представленные сайтами и другими цифровыми продуктами периодических печатных изданий, 10% – ТВ, 7% – радио, 2% – информагентства и 3% – прочие СМИ [4, с.7].

Как видно из данных упомянутого Отраслевого отчета, в нашей стране печатные СМИ лидируют по количеству среди всех остальных медиа. Однако бумажные версии изданий с каждым годом теряют читателей из-за падения потребительского спроса на газетно-журнальную продукцию, и уходят в сеть. Особенно это присуще малобюджетным государственным изданиям. К примеру, республиканская «Молодежная газета» и ряд других журналов Башкортостана по этой причине вынуждены были выпускаться только в электронном варианте. Безусловно, такие перемены сопровождаются оптимизацией деятельности редакций, то есть сокращением числа давно работающих журналистов, среди которых были опытные, но не владеющие навыками работы в сетевой версии изданий.

Что касается телевидения и радио, то они могут рассчитывать в основном на зрителей в возрасте старше 30-35 лет, число которых

постепенно уменьшается с уходом советского поколения, при этом, не ожидая пополнения аудитории за счет молодежи.

По мнению экспертов, у социальных медиа и цифровых изданий тоже не все идет гладко, поскольку слабая экономика не дает им регулярно выплачивать заработную плату журналистам и менеджерам [4, с.13].

В такой ситуации, когда количественное преимущество печатных СМИ в будущем не может выступать гарантом стабильности их положения из-за увеличения доли «цифрового поколения», следовательно, оттока читателей, бесспорно, не стоит ориентировать студентов исключительно на рынок бумажных изданий. К тому же огромный рынок печатных СМИ имеет давно сформированный кадровый ресурс и он не ждет новоиспеченных и еще не опытных выпускников из-за постоянно проводимой оптимизации.

В то же время медиарынок не стоит на месте и развивается по законам того же рынка. Одни СМИ открываются, а другие – закрываются, старшее поколение журналистов освобождает место молодому поколению. И это молодое поколение журналистов встречается с жесткой конкуренцией на этом рынке кадров, где от него требуют навыки работы в социальных сетях, ю-туб каналах, графических редакторах, с программами по обработке фото и видеоконтента. И часто выпускникам не хватает именно этих навыков.

Решение проблемы видится в подготовке конкурентноспособных журналистских кадров, а это, в свою очередь, зависит от корректировки учебного плана, формы организации обучения, технической оснащенности вуза, компетентности самих преподавателей, учета реального спроса медиарынка и требований медиаорганизаций.

Нельзя сказать, что требования медиарынка не учитываются в медиаобразовании. В последние годы в образовательной политике России взят курс на модернизацию государственных стандартов, которая коснулась и сферу журналистского образования. Введен обновленный Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриат) и 42.04.02 Журналистика (уровень магистратура). Прием студентов на 2019-2020 учебный год был осуществлен по новому стандарту. Многие факультеты и отделения журналистики вузов за короткий срок обновили ОП и Учебные планы согласно новому стандарту. Нововведение заставило ППС вузов составлять рабочие программы по новому учебному плану для первокурсников, при этом параллельно проводить занятия на старших курсах по образовательному стандарту, утратившим силу с нового учебного года.

Новые учебные планы по направлению «журналистика» составлены так, чтобы преподаваемые дисциплины обеспечивали формирование умений и навыков, позволяющих выпускникам легче адаптироваться к новым требованиям рынка. Безусловно,

практикоорієнтована програма навчання по новому ФГОС третього покоління, в якому упор робиться на набуття навичок, а не теоретичних знань, в скорому часі дасть результати.

Немедленного осмысления требует и полугодовой опыт ведения дистанционного обучения, введенного в вузах из-за пандемии коронавируса. Электронные курсы дистанционного обучения, онлайн занятия на различных платформах (BBB, ZOOM и др.), направленные на поддержание постоянного диалогового режима между студентом и преподавателем, получают не совсем положительную оценку со стороны самих обучающихся.

Таким образом, современные требования медиарынка к выпускникам-журналистам обусловлены изменениями, происходящими в самой медиасфере, которой присуще фрагментация аудитории, преобладание медиапредложения над

медиапросом, сокращение числа сотрудников редакций и снижение запроса на качественную информацию на фоне усиления инфоразвлечения.

Литература

1. Нужно ли журналисту высшее профессиональное образование // <https://jmlst.ru/quiz-education/>, (Дата обращения: 01.12.2019).
2. На рынке труда высокая конкуренция // <http://spbsj.ru/rynok-truda/na-rynkie-truda-vysokaia-ko> (Дата обращения: 19.03.2019).
3. Тулупов В.В. Мифы и проблемы журналистского образования // Журналист. – 2004. – № 9. – С. 66-67.
4. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2017. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/pechat1.html> (Дата обращения: 19.03.2019).

Belik K. A.

Master of Philology

Kharkiv V. N. Karazin National University

THE IMAGE OF A CHILD IN THE STORY “TRAVELLERS” BY Y. HUTSALO

Белік К. А.

магістр кафедри історії української літератури

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

ОБРАЗ ДИТИНИ В ПОВІСТІ «ПОДОРОЖНІ» Є. ГУЦАЛА

Summary. Given paper validates E. Y. Hutsalo's story “Travellers”, a part of the collection called “The smell of Dill”, to occupy a significant place both in artist's prose work and Ukrainian literature of the second half of the XX-th century considering Sixtiers' representative striving to restrain from the established canons of socialist realism, deny the dominance of ideology and propaganda in art. Analysis of children's makes it possible to affirm that the writer's work is characterized by deheroization of reality, its demythologization, lyricization, which involves predominance of the image of an “ordinary man” over exceptional heroic figures. Children learn from their elders, but nowhere in the story “Podorozhni” there are any official phrases related to the formation of a certain ideological position. The main values, carried by children are universal – love and devotion to a homeland, respect for the family, integrity, and courage.

Анотація. У статті доведено, що повість «Подорожні» Є. Гуцала, яка входить до збірки «Запах кропу», посідає важливе місце як у прозовому доробку митця, так і в українській літературі другої половини ХХ ст., адже в ній відобразилося характерне для шістдесятників прагнення відійти від усталених канонів соцреалізму, заперечити панування ідеології і пропаганди в мистецтві. Аналіз дитячих образів дозволяє стверджувати, що для творчості письменника характерна лежеризація дійсності, її деміфологізація, ліризація, що полягає в превалюванні образу «звичайної людини» над винятковими героїчними постатями. Діти переймають досвід від старших, однак ніде в повісті «Подорожні» не звучать офіційні фрази, пов'язані з формування певної ідеологічної позиції. Головними цінностями, носіями яких стають діти, є загальнобуттєві – любов до рідної землі, повага до роду, чесність і відвага.

Key words: *Ukrainian literature of the XX-th century, Y. Hutsalo, story “Travellers”, lyricism, motif, archetype, sixtiers.*

Ключові слова: *українська література ХХ ст., Є. Гуцало, збірка «Запах кропу», повість «Подорожні», ліризм, мотив, архетип, шістдесятництво.*

Творчість Є. Гуцала – українського шістдесятника, поета, прозаїка й публіциста – впродовж багатьох років перебуває в центрі уваги дослідників. Є. Адельгейм, О. Бульбачинська, І. Дзюба, В. Дончик, М. Жулинський, І. Глотова, Г. Калантаєвська, Н. Навроцька, Н. Науменко, О. Поворозник, О. Подлісецька, О. Поліщук, О. Чепурна, Л. Тарнашинська та ін. загалом високо

оцінюють творчість письменника, аналізуючи жанрові, поетикальні особливості його прози. Повість Є. Гуцала «Подорожні» (1969) є найменш дослідженою в сучасному літературознавстві. Л. Громик, одна з небагатьох учених, хто звернувся до розгляду цього твору, указує, що центральною для повісті є тема війни, співвіднесена передусім із поняттям «воєнного» досвіду дитини. «Перед