

*Вырковский Андрей Владимирович, Фомичева Ирина Дмитриевна,
Образцова Анастасия Юрьевна, Галкина Марина Юрьевна,
Колесниченко Александр Васильевич, Вартанов Сергей Александрович,
Смирнов Сергей Сергеевич, Владимирова Мария Борисовна*

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
Россия, 125009, Москва, ул. Моховая, 9, стр. 1
a.v.vyrkovsky@gmail.com

Анализ качества медиатекстов на столичных информационно-разговорных радиостанциях

Для цитирования: Вырковский А. В., Фомичева И. Д., Образцова А. Ю. и др. Анализ качества медиатекстов на столичных информационно-разговорных радиостанциях. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2019, 16 (1): 48–65. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2019.104>

Проблемы управления работой журналистов в условиях масштабной цифровизации приобретают все большую актуальность. Из-за роста конкуренции на медиарынке становится очевидным, что старые инструменты менеджмента, применяемые в масс-медиа, быстро теряют эффективность. В то же время многие особенности журналистского труда остаются до сих пор малоизученным феноменом: в академической практике недостаточно работ, посвященных внутриредакционной деятельности в условиях цифровизации. При этом чаще всего в них используются качественные методы исследования, которые ограничивают использование индустрией как исследовательского инструментария, так и полученных результатов. В данной статье представлены результаты анализа практик работы корреспондентов столичных информационных радиостанций FM-диапазона. Основной акцент исследования сделан на аспекте качества редакционной работы и его контроля. Авторы разработали и применили оригинальный исследовательский инструментарий, основанный на процессном подходе и позволяющий применять количественные методы. Полученные результаты с учетом некоторых методологических ограничений могут быть распространены на весь сегмент радио формата News/Talk. Авторы пришли к выводу, что в отрасли информационного радиовещания понимание качества работы корреспондентов достаточно далеко от нормативного. Это иллюстрируется прежде всего большим потоком «вторичных» медиатекстов, основанных на материалах, тем или иным образом заимствованных из других СМИ. Таким образом, базовым фактором при выборе информационного радиовещания является удобство потребления данного СМИ, но не оперативное получение эксклюзивной информации. Впрочем, отклонения от нормативной модели качества практически не сказываются на доле произведенных и попавших в эфир медиатекстов — уровень забракованных заявок и текстов невелик. Авторы полагают, что применительно к редакциям радио понятие качества работы сближается с понятием эффективности: менеджмент радиостанций осознанно выбирает модель организации труда, основанную на более простых рабочих операциях.

Ключевые слова: FM-радиостанции, информационно-разговорный формат вещания, редакции, процессы, качество, эффективность, контроль.

Введение

Масштабное и быстрое проникновение конвергентных практик в работу масс-медиа технически «уравняло» возможности СМИ изначально различных типов — телевидения, радио, печати и пр. — по производству медиатекстов [Vyrkovsky, Vartanova, Smirnov, Makeenko 2016]. Еще одним фактором стало появление на традиционных медиарынках непрофессиональных производителей контента. Закономерным результатом явился резкий рост конкуренции на медиарынке, вызывающий необходимость максимальной интенсификации и оптимизации редакционных процессов, направленных на производство, упаковку и дистрибуцию контента [Пургин 2011; Овчинников 2011].

Необходимость в адекватном научном объяснении феноменов современной редакционной работы вызвала рост интереса к данной проблематике многочисленных исследователей [Овчинников 2011; Копылов 2013; Vobič 2015; Lischka 2015; García-Avilés, Kaltenbrunner, Meier 2014]. При этом несомненный интерес вызывает тот факт, что многие ученые в качестве базовой научной парадигмы при изучении редакционной деятельности используют ключевые теоретические положения процессного подхода, заимствованного из практики классического менеджмента и адаптированного под особенности массмедиа [Овчинников 2011; Lischka 2015; Вырковский 2016]. «Сотрудники общественных медиа понимают инновации, ориентируясь прежде всего на процесс, а не продукт», — констатирует С. Эванс [Evans 2018: 4]. В практике массмедиа это означает включение новых технологических инструментов в стандартный набор операций, направленных на подготовку медиатекста, — итоговое «бытие» продукта в цифровой среде не осознается как приоритетная цель. В какой-то мере это упрощает применение принципов процессного подхода как для изучения работы редакции, так и для оптимизации управления ею.

Одним из базовых положений процессного подхода является утверждение, что качество рабочих процессов определяет качество итогового продукта [Серенков 2015; Басовский, Протасьев 2001]. Перенос этого положения на практику работы массмедиа означает необходимость контроля того, насколько качественно журналисты и редакторы выполняют свои рабочие операции (процессы). В данном случае мы несколько отступаем от традиционно используемого в науке о массмедиа понимания контроля как владения долей в капитале учредителя СМИ. Процессный подход подразумевает контроль как обладание инструментарием влияния на тот или иной процесс, возможность его изменения.

Отдельно необходимо подчеркнуть, что система управления качеством на предприятии — в том числе и в массмедиа — всегда сложна и многогранна; она включает в себя комплекс элементов, предназначенных для обеспечения оптимального уровня качества для потребителей: разработку архитектуры процессов, планирование, внедрение механизмов реинжиниринга процессов и многое другое [Серенков 2015]. Данная же работа направлена на исследование одного элемента данной системы — контроля качества редакционного продукта, что является одной из основных функций процессного менеджмента [Giles 1987; Стерлигова, Фель 2009].

Вопрос качества журналистского (редакционного) продукта — достаточно разработанная в науке тема. Существует много литературы о критериях каче-

ства медиатекста [Picard 2000; Sánchez-Tabernero 1998; Schönbach 2000; Иващенко 2009], в том числе отечественными исследователями опубликован большой корпус текстов, в которых исследуется феномен медиатекста, а также предлагаются формализованные критерии его оценки [Коньшева 2015; Дускаева 2015; Доронина 2014; Солганик 2005; Добросклонская 2005]. Тем не менее перенос фокуса исследовательского внимания на качество именно *процесса*, а не *продукта* происходит не так часто [Овчинников 2011; Иващенко 2009]. Поэтому любого рода работы, ставящие своей целью изучение трансформации рабочих процессов внутри редакции, представляют собой несомненный интерес, в частности потому, что дают ответ на вопрос, как журналист использует/может использовать цифровые платформы и новые технологические решения для создания и продвижения своего продукта.

Акцент на процессе производства редакционных текстов предопределяет методологическую основу данной статьи, несколько отличающуюся от традиционной для отечественного научного дискурса. Поскольку качество — категория потребительская, в трудах большинства исследователей медиатекстов изучается, как правило, вопрос соответствия итогового медиатекста некоему набору формальных критериев [см.: Коньшева 2015; Дускаева 2015; Доронина 2014]. Авторы же данной статьи фокусируются не на потребительском, а на управленческом аспекте, изучая не оценку текстов по формальным критериям, а скорее результат этой оценки, выраженный в артикулированном отношении менеджера или журналиста к тексту и/или его конкретном решении о дальнейшей судьбе материала.

Данная работа базируется на подходе, использованном в большом исследовательском проекте, направленном на изучение особенностей работы отечественных журналистов в условиях конвергенции [Вырковский, Вартанов, Галкина и др. 2016; Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016; Колесниченко, Вырковский, Галкина и др. 2015]). Авторы указанных исследований фокусировались на изучении работы сотрудников печатных и онлайн-СМИ в Москве и регионах. Использованные ими теоретические и методологические разработки были подробно изложены в вышедших по итогам реализации проекта статьях, потому в данной статье базовые положения лишь кратко повторяются.

Объектом исследования в этом материале стали показатели качества работы журналистов и редакторов московских информационно-разговорных (News/Talk) радиостанций. Аналогичная исследовательская задача решалась в отношении другого объекта в ранее опубликованной статье [Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016], потому мы также воздержались от подробного повторения ее положений, ограничившись лишь констатацией некоторых важнейших аспектов.

Системное управление качеством возможно лишь при создании системы менеджмента, которая позволяет проводить количественные измерения показателей, характеризующих то, насколько эффективно выполняется тот или иной процесс [Басовский, Протасьев 2001: 96]. Данная система, несмотря на ее нетривиальность для медиаиндустрии, в том или ином виде может быть применена и в редакциях.

Учитывая чрезвычайную сложность феноменологии качества в медиа [см., напр.: Иващенко 2009] и, соответственно, проблематичность его «измерения», мы

полагаем, что фиксация уровня качества рабочих процессов в редакции может и должна осуществляться.

Как уже упоминалось выше, рабочим инструментом менеджера (редактора) в конкретном случае может быть соответствие медиатекста неким заданным ранее критериям [Доронина 2014]. Как правило, в список стандартных (нормативных) критериев качества журналистского материала ученые включают эксклюзивность, полезность, точность, оригинальность, актуальность, привлекательную подачу материала и пр. [см., напр.: Sánchez-Tabernero 1998]. Но даже на этом уровне заметна «расплывчатость» и субъективность многих критериев, невозможность точно проверить соответствие им произведенного медиатекста. Естественно, определять уровень качества гораздо удобнее с помощью «объективных» критериев — эксклюзивности, актуальности и пр.

Ситуацию осложняет то, что оценка качества журналистских текстов профессиональным сообществом может существенно отличаться от предпочтений аудитории — эта проблема уже давно исследуется учеными различных стран [Boczkowski, Mitchelstein 2010; Beaudoin, Thorson 2002; De Zúñiga, Hinsley 2013; Вырковский, Шароян 2015]. При этом большинство из них склоняются к мнению, что профессионалы оценивают медиатексты более критично, нежели их потребители. Более того, само по себе понимание в редакциях качества не отличается единообразием: действительно, часть массмедиа близка к «нормативному» толкованию качества, описанному выше, однако многие СМИ используют в работе собственные трактовки, близкие к понятию эффективности (например, важными индикаторами в таком случае могут признаваться внешнее соответствие формату массмедиа, сенсационность и пр.).

В данной работе мы старались рассмотреть феномен качества редакционной работы с обеих сторон: учитывались как соответствие медиатекстов «нормативному» уровню, так и внутриредакционные стандарты, требующие максимально эффективной работы корреспондентов.

Самыми удобными «контрольными» точками в данном случае могут стать этапы трансфера медиатекста либо его элементов от первичного производителя-журналиста к менеджеру-редактору. Это объясняется прежде всего тем, что именно на данных этапах традиционно осуществляется первичный управленческий контроль качества работы корреспондентов. В некоторых работах [Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016] было указано, что возможны два уровня измерений: на этапе одобрения темы медиатекста (заявки) и на этапе первичного редактирования. С учетом ряда оговорок такого рода замеры вполне могут использоваться как постоянно работающий управленческий инструмент, на базе которого принимаются кадровые, организационные, контентные решения.

В данной статье авторы исследовали:

- интегральное качество работы корреспондентов отечественных радиостанций (основные индикаторы — доля отвергнутых заявок/текстов и доля текстов, нуждающихся в существенной переработке);
- качество производимых медиатекстов в соотношении с нормативным уровнем (основной индикатор — доля эксклюзивных тем/текстов в общем массиве);
- уровень профессионализма журналистов (основной индикатор — оценка редакторов).

К сожалению, исследования внутриредакционной работы на радиостанциях в отечественном научном дискурсе практически отсутствуют: авторы сосредоточены на изучении типологических характеристик радиостанций, а также их контентной политики [см.: Болотова, Болотова 2014; Круглова 2005; Болотова, Кравченко 2010]. Влияние конвергенции на радио также рассматривается чаще всего в «контентном» измерении [Крамер 2017]. Единичные отечественные работы, затрагивающие управленческие аспекты функционирования радиостанций в мультимедийную эпоху [Вартанова, Вырковский, Макеенко 2011; Кравченко 2013], имеют сравнительно ограниченную теоретическую основу и методологический инструментарий, не позволяющие полноценно исследовать все эффекты развития новых цифровых платформ.

За рубежом число работ, посвященных работе редакций радио, существенно больше, и в некоторых из них использованы принципы процессного подхода [Evans 2018; Larrondo, Domingo, Erdal, Masip, Van den Bulck 2016]. Тем не менее и в них напрямую проблема качества (и уж тем более его измерения) не затрагивается.

Таким образом, данное исследование можно считать новаторским в сравнительно небольшом корпусе научных текстов о работе радиостанций.

Методология

Исследования, имеющие в основании парадигму процессного подхода, в основном базируются на количественных методах, поскольку для фиксирования тех или иных характеристик процесса необходимы замеры и агрегация полученных данных в числовой форме. Поскольку целью данной работы было получение «усредненных» результатов по крупнейшим отечественным редакциям, необходимо было сформировать репрезентативную выборку.

Нами были отобраны все крупнейшие разговорные и разговорно-информационные московские FM-радиостанции (по аудитории за январь — июнь 2017 г., по данным Mediascope), а также самые цитируемые в массмедиа станции (по данным последнего замера «Медиалогии»). Всего в выборочную совокупность вошло 15 радиостанций. Участвовать в проекте согласились сотрудники 11 радиостанций.

Методика проведения исследования базировалась на опросе: всем шеф-редакторам новостных бригад радиостанций отправлялись анкеты с просьбой ответить на вопросы и передать анкету подчиненным. Итогом опроса, проведенного осенью 2017 г., стали 43 анкеты, качественно заполненные корреспондентами, и 15 — шеф-редакторами. Ни одна из редакций не предоставила более 8 анкет.

Сравнительно небольшой объем выборки, а также высокая ее неоднородность обусловлены малым размером и гетерогенностью генеральной совокупности — достижение традиционно принятых в количественных исследованиях объемов выборки было невозможным. Таким образом, несмотря на примененный авторами статистический инструментарий полученные результаты следует анализировать с осторожностью, интерпретируя многие из них скорее в качественном, а не количественном ключе. Тем не менее для понимания общих трендов (и уж тем более для верификации предлагаемого нами управленческого инструментария) данных вполне достаточно. Также необходимо подчеркнуть, что полученные результаты

в дальнейшем планируется верифицировать с помощью иного исследовательского инструмента — полуструктурированных интервью, которые могут дать дополнительную (и, возможно, более релевантную) информацию.

Анкета, отправляемая радиожурналистам и редакторам, состояла из нескольких блоков, одним из которых был ряд вопросов относительно происхождения и оценки предлагаемых журналистами заявок/тем, а также «рабочей судьбы» производимого ими контента. Следует отметить, что качество ответов на различные вопросы было неодинаковым, потому объем выборочной совокупности при изучении различных аспектов несколько варьировался.

Результаты

Первым исследованным авторами индикатором качества работы радиожурналистов являлась доля отвергнутых редакторами заявок на подготовку журналистского материала. Интерпретация данного показателя достаточно сложна: его высокий уровень означает внимательное отношение редакторского корпуса к вопросам качества, низкий уровень — наоборот, стремление редакции к максимальной эффективности (под ней в данном случае понимается количество материалов, находящихся в процессе подготовки и, соответственно, имеющих шансы на выход в эфир) в ущерб нормативному качеству (см. табл. 1). При этом отдельно анализировались практики нескольких групп корреспондентов: так, оценка качества работы сотрудников различного опыта и возраста теоретически может дать ответ на вопрос, что определяет качество медиатекста — индивидуальный профессиональный уровень работников или институциональные (редакционные) особенности. Анализ работы журналистов с новостной и неновостной специализацией позволяет выявить специфику двух самых крупных профессиональных групп в журналистике.

Полученные результаты в целом свидетельствуют об умеренном уровне «брака» на этапе предоставления заявок — всего около 18 % предложенных тем сразу уходит в «утиль». Любопытно, что предыдущее исследование, посвященное работе журналистов в печатных и онлайн-СМИ, дало практически те же результаты — отклонялось около 17 % заявок с медианой в 10 % [см.: Вырковский, Образцова, Галкина, Колесниченко, Вартанов, 2016].

Тем не менее выявить однозначные тренды в результате полученных данных по радио не представляется возможным — очевидно, из-за методологических ограничений. Так, доля отклоняемых заявок у журналистов-«новостников», очевидно, должна быть несколько ниже из-за «рерайтерского» характера работы, не предполагающего оригинального освоения темы и несущего меньше профессиональных рисков. И различие в средних данных (15,69 % отклоняемых заявок у «новостников» против 19,47 % — у остальных) на первый взгляд это подтверждает. Однако медианные значения свидетельствуют об обратном: 12,5 % отклоненных заявок у «новостников» против 10 % у остальных. Доля отклоняемых заявок у молодых и менее опытных журналистов оказывается значительно более низкой, чем у более возрастных и имеющих больший рабочий стаж. Мы полагаем, данный феномен требует дальнейшего изучения на большей выборочной совокупности.

Таблица 1. Доля отклоняемых заявок у различных групп радиожурналистов, %

Среднее значение	Медиана	Стандартное отклонение
Общие данные (N = 31)		
17,52	10,00	21,44
Журналисты-«новостники»		
15,69	12,50	20,68
Журналисты с «неновостной» специализацией		
19,47	10,00	22,79
Журналисты с опытом работы менее 10 лет		
15,41	10,00	20,29
Журналисты с опытом работы 10 лет и более		
20,07	20,00	23,27
Журналисты до 30 лет		
18,00	10,00	22,26
Журналисты 30–40 лет		
22,09	20,00	23,75
Журналисты старше 40 лет		
6,00	0	8,94

Для расширения поля интерпретации полученной информации схожие вопросы задавались шеф-редакторам, присутствовавшим в нашей выборке. Так, согласно ответам представителей редакторов, на заседаниях редакционной коллегии отклоняется около трети (35,45 %) заявляемых ими тем, что в два раза больше, чем у корреспондентов. С нашей точки зрения, это говорит о высоком уровне стандартизации и индустриализации работы редакции радио на низовом уровне, когда рутинные операции (обработка простых тем) отдаются для выполнения корреспондентам, в то время как нестандартные процессы (обработка сложных тем) происходят на уровне линейного менеджмента. Соответственно, уровень брака (доля отклоняемых заявок) при выполнении простых процессов ниже, чем при выполнении более сложных.

Качество работы журналистов может быть измерено и на следующем этапе взаимодействия корреспондента с редактором — сдачи текста. «Рабочая судьба» материала после оценки редактора многое говорит об уровне работы, проведенной для создания медиатекста. Таким образом, этот индикатор может использоваться для общей оценки профессионализма корреспондентов — «завернув» текст либо направив его на глубокую переработку, редактор фактически обнуляет значительные усилия, приложенные подчиненным для его создания (см. табл. 2).

Таблица 2. «Рабочая судьба» текстов, сдаваемых редактору для работы, %*

Показатель	Принят редактором сразу	Отправлен на доработку	Редактор задал дополнительные вопросы	Редактор «завернул» текст
Всего, N=35				
Среднее значение	72,06	8,34	13,69	2,54
Медиана	85,00	1,00	10,00	0
Стандартное отклонение	31,18	14,42	16,14	6,08
Журналисты-«новостники»				
Среднее значение	70,47	9,00	13,11	3,89
Медиана	90,00	1,00	10,00	0
Стандартное отклонение	34,23	15,74	16,58	7,72
Журналисты с «неновостной» специализацией				
Среднее значение	73,94	7,56	14,38	0,94
Медиана	85,00	3,00	10,00	0
Стандартное отклонение	28,12	13,13	16,11	2,72
Журналисты с опытом работы менее 10 лет				
Среднее значение	74,95	10,00	14,42	2,68
Медиана	85,00	5,00	10,00	0
Стандартное отклонение	24,27	15,37	15,96	4,80
Журналисты с опытом работы 10 лет и более				
Среднее значение	70,53	6,80	11,67	0,53
Медиана	90,00	0	5,00	0
Стандартное отклонение	38,94	13,78	16,76	1,46
Журналисты в возрасте до 30 лет				
Среднее значение	72,75	11,56	15,31	2,81
Медиана	77,50	5,00	10,00	0
Стандартное отклонение	25,94	16,30	17,27	5,15
Журналисты в возрасте 30–40 лет				
Среднее значение	68,38	7,38	16,54	3,31
Медиана	85,00	0	10,00	0
Стандартное отклонение	34,77	14,63	16,51	8,25

Показатель	Принят редактором сразу	Отправлен на доработку	Редактор задал дополнительные вопросы	Редактор «завернул» текст
Журналисты старше 40 лет				
Среднее значение	79,80	0,20	0	0
Медиана	100,00	0	0	0
Стандартное отклонение	44,61	0,45	0	0

* Из-за различного качества заполнения анкет сумма долей может несколько отличаться от 100 %.

Судя по результатам, качество работы современных радиожурналистов можно оценить как высокое — практически три четверти медиатекстов принимаются редактором сразу (примечателен факт, что практически то же соотношение характерно и для практики работы в печати и онлайн [Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016]). При этом, анализируя данный индикатор, можно сделать вывод о некоторой зависимости качества работы от опыта работы корреспондентов: медианные показатели, демонстрирующие необходимость дополнительной работы над текстом, уменьшаются с ростом опыта/возраста корреспондентов.

Ответы шеф-редакторов подтверждают: качество поступающих им материалов относительно высоко: около 5 % материалов выходят в эфир без дополнительных проверок, примерно 60 % принимаются сразу. Всего около 20 % материалов отправляются на доработку и еще к 15 % задаются дополнительные вопросы. Отвергаются материалы корреспондентов крайне редко — их доля не превышает 5 %.

Следующий уровень анализа — качество медиатекстов в соотношении с нормативным уровнем. «Эксклюзивность», уникальность считается одной из основных (если не основной) составляющих качества журналистского материала [см. напр.: Sánchez-Tabernero 1998].

В данном материале мы исследовали происхождение тем, предлагаемых корреспондентами редакторам. Авторами предполагалось, что в соответствии с нормативными критериями качества высокая доля тем, найденных на лентах информационных агентств, в других СМИ и пр., будет свидетельствовать о сравнительно низком качестве итогового медиатекста, заметная доля тем «эксклюзивного» происхождения — наоборот, о внимании редакции к вопросам качества (см. табл. 3).

«Эксклюзивность» потока идей корреспондентов радио, как показали результаты исследования, относительно невелика — практически 40 % тем заимствуются из других медиа. Для сравнения: в печати и онлайн эта доля не превышает 30 % [см.: Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016]. Критически высока доля неэксклюзивных тем у журналистов-«новостников» — 44 %.

При этом верификация ответов корреспондентов, проведенная с помощью опроса их непосредственных руководителей, свидетельствует о том, что реальный уровень «вторичности» тематического поля радио может быть еще более высоким: шеф-редакторы считают, что три четверти всех тем, заявляемых им корреспонден-

Таблица 3. Происхождение заявляемых корреспондентами тем, %*

Показатель	С лент/ анонсов	Эксклю- зив	Собственная идея	Идея ре- дактора	Эксклюзив от редактора	Пожелание руководства издания	Иное
Всего, N = 30							
Среднее значение	38,64	8,64	21,20	15,87	2,78	11,93	0,95
Медиана	39,44	0,00	14,58	13,81	0	5,36	0
Стандартное отклонение	30,61	20,34	24,29	20,07	7,84	19,83	5,22
Журналисты-«новостники»							
Среднее значение	43,61	13,71	7,60	21,26	5,36	8,47	0
Медиана	43,25	0,63	1,14	17,71	0	2,01	0
Стандартное отклонение	33,03	28,11	11,82	24,58	10,90	10,90	0
Журналисты с «неновостной» специализацией							
Среднее значение	34,28	4,20	33,10	11,16	0,52	14,96	1,79
Медиана	35,38	0	31,67	0	0	8,71	0
Стандартное отклонение	28,67	8,40	26,38	14,29	2,08	25,22	7,14
Журналисты с опытом работы менее 10 лет							
Среднее значение	34,87	9,85	20,06	18,62	0,90	15,70	0
Медиана	32,51	0	14,72	19,38	0	10,56	0
Стандартное отклонение	30,78	24,98	20,85	23,77	2,71	23,93	0
Журналисты с опытом работы 10 лет и более							
Среднее значение	44,28	6,81	22,91	11,75	5,59	6,28	2,38
Медиана	45,24	0	14,58	10,44	0	1,64	0
Стандартное отклонение	30,78	10,98	29,64	12,56	11,68	9,65	8,25
Журналисты в возрасте до 30 лет							
Среднее значение	37,93	10,51	16,30	17,44	1,02	15,01	1,79
Медиана	39,44	0	9,00	16,04	0	10,56	0

Показатель	С лент/ анонсов	Эксклю- зив	Собственная идея	Идея ре- дактора	Эксклюзив от редактора	Пожелание руководства издания	Иное
Стандартное отклонение	30,68	26,46	19,18	24,97	2,86	25,00	7,14
Журналисты в возрасте 30–40 лет							
Среднее значение	41,39	7,18	17,82	19,57	2,12	11,93	0
Медиана	47,62	0,00	12,50	22,73	0	9,09	0
Стандартное отклонение	28,60	10,47	20,19	12,97	4,83	12,94	0
Журналисты старше 40 лет							
Среднее значение	35,93	5,25	42,95	4,18	9,62	2,08	0
Медиана	25,00	0	39,75	0	0	0,42	0
Стандартное отклонение	39,95	11,05	37,02	5,91	17,23	3,56	0

* Из-за различного качества заполнения анкет сумма долей может несколько отличаться от 100%.

тами, берутся с лент/анонсов. Доля эксклюзива, по их мнению, — всего около 10%, примерно же столько заявок — плод собственных размышлений корреспондента, около 5% тем предлагает руководство массмедиа.

Шеф-редакторы радио признаются, что их собственная активность по генерированию тем также основана на заимствовании их из других массмедиа. Согласно результатам исследования примерно 60% всех тем, заявляемых шеф-редакторами радио, взяты с лент/анонсов, около 37% — собственные идеи и лишь 3% — эксклюзив (текст на основании собственной идеи строится на оригинальной авторской концепции, которая, впрочем, не предполагает получения и использования эксклюзивной информации).

В итоге доля эксклюзивных материалов, сдаваемых корреспондентами радио, — менее четверти (см. табл. 4). Это резко контрастирует с практикой работы печати и онлайн — доля «эксклюзивности» там более 40% (см. там же). Крайне низким уровнем эксклюзивности и, соответственно, нормативно понимаемого качества отличается работа «новостников» радио — доля эксклюзивных новостей у них составляет всего 18%.

Крайне любопытным представляется тот факт, что уровень эксклюзивности работы не зависит от опыта корреспондента, но связан с его возрастом — чем старше корреспондент, тем больше эксклюзивов он подготавливает.

Дополнительно оценить качество работы редакции может частота вовлечения редакторов в самостоятельную подготовку медиатекстов: как профессионалы бо-

Таблица 4. Доля сдаваемых эксклюзивных материалов, %

Среднее значение	Медиана	Стандартное отклонение
Общие данные (N = 34)		
24,30	15,00	28,26
Журналисты-«новостники»		
18,12	12,50	22,25
Журналисты с «неновостной» специализацией		
31,25	17,50	33,14
Журналисты с опытом работы менее 10 лет		
25,65	15,00	27,09
Журналисты с опытом работы 10 лет и более		
22,95	15,00	30,15
Журналисты в возрасте до 30 лет		
19,71	10,00	22,59
Журналисты в возрасте 30–40 лет		
24,62	15,00	27,41
Журналисты старше 40 лет		
37,50	22,50	42,40

лее высокого уровня, они способны обеспечить рост качества выполнения процессов. Наиболее распространенной практикой самостоятельного производства журналистских материалов редакторами радио является работа в режиме «несколько раз в неделю» (около 38 %). На втором месте — «несколько раз в месяц» (примерно 23 %). Далее идут варианты «несколько раз в год» и «никогда» — по 15 %. Каждый день «корреспондентские» процессы выполняют единицы — не более 10 %. Таким образом, степень вовлечения редакторов в корреспондентскую работу можно оценить как среднюю (для сравнения: самостоятельно пишут материалы каждый день около четверти редакторов печатных и онлайн-новых СМИ [Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016]).

Последний аспект нашего исследования — оценка уровня профессионализма подчиненных шеф-редакторами. Как показали результаты, около 70 % редакторов находят этот уровень высоким, еще около 23 % — средним, и примерно 7 % — очень высоким. По сравнению с печатными и онлайн-новыми массмедиа оценка менеджеров радио более позитивна (для сравнения: лишь около 50 % редакторов печати и онлайн-изданий считают уровень сотрудников редакции высоким).

Выводы и дискуссия

Результаты исследования, интерпретированные с учетом ранее полученных авторами данных, свидетельствуют о том, что в отрасли радио понимание качества работы корреспондентов достаточно далеко от нормативного — поток медиатекстов, основанных на заимствованных материалах, весьма велик. С этой точки зрения современное информационное вещание в FM-диапазоне вполне можно считать «вторичным» массмедиа — базовым фактором при его выборе аудиторией является удобство потребления, но никак не оперативное получение эксклюзивной информации, что считается одной из важнейших задач СМИ.

Впрочем, отклонения от нормативной модели практически никак не сказываются на доле произведенных корреспондентами медиатекстов, тем или иным образом попавших в эфир, — уровень забракованных заявок и «завернутых» текстов невелик. Таким образом, понятие качества работы применительно к редакциям радио, очевидно, сближается с понятием эффективности — менеджмент радиостанций осознанно выбирает модель организации труда, основанную на более простых — и, соответственно, менее ресурсоемких — рабочих операциях. Так, комплексный анализ всех аспектов работы редакций радио выявил крайне высокие уровни корреляции (0,85–0,95) показателей, характеризующих склонность корреспондентов к генерированию эксклюзивных тем, и объема времени, затраченного на переписку по электронной почте, личное общение с источниками, координацию производства материалов. Это свидетельствует о том, что производство оригинальных медиатекстов неразрывно связано с существенными тратами времени и в итоге снижением финансовой эффективности.

Впрочем, из-за ограниченности выборочной совокупности авторам не удалось выявить четкие тенденции, связанные с разными практиками работы журналистов различных возрастов, опыта и пр. Очевидно, это задача будущих исследований.

Следует отметить, что использованный авторами исследовательский инструментарий доказал свою валидность — подобные «замеры» вполне могут проводиться в индустриальной практике.

Справочные материалы

- Басовский, Протасьев 2001 — Басовский Л. Е., Протасьев В. Б. *Управление качеством: учебник*. М.: ИНФРА-М, 2001. 211 с.
- Стерлигова, Фель 2009 — Стерлигова А. Н., Фель А. В. *Операционный (производственный) менеджмент: учеб. пособие*. М.: ИНФРА-М, 2009. 185 с.

Литература

- Болотова, Болотова 2014 — Болотова Е. А., Болотова Л. Д. Актуальные тенденции развития отечественного радиовещания. В кн.: *Журналистика России: новые векторы развития: сб. науч. ст.* Мартыненко Е. В. (ред.). М.: РУДН, 2014. С. 23–27.
- Болотова, Кравченко 2010 — Болотова Л. Д., Кравченко С. В. Радиоформаты, форматирование, переформатирование. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2010, 6: 79–89.
- Вартанова, Вырковский, Макеенко 2011 — Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Макеенко М. И. Мультимедийные стратегии московских FM-радиостанций. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2011, 6: 6–32.

- Вырковский 2016 — Вырковский А. В. *Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход*. М.: МедиаМир, 2016. 379 с.
- Вырковский, Варганов, Галкина и др. 2016 — Вырковский А. В., Варганов С. А., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В., Образцова А. Ю. Структура рабочего процесса российского журналиста. *Электронный научный журнал «МедиаСкоп»*. 2016, 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/2105>
- Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016 — Вырковский А. В., Образцова А. Ю., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В., Варганов С. А. Качество журналистской работы: некоторые инструменты внутриредакционного анализа. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2016, 5: 27–55.
- Вырковский, Шароян 2015 — Вырковский А. В., Шароян С. В. Отношение к качеству материалов в СМИ у производителей и потребителей контента. *Электронный научный журнал «МедиаСкоп»*. 2015, 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1772>
- Добросклонская 2005 — Добросклонская Т. Г. Медиаекст: теория и методы изучения. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2005, 2: 28–35.
- Доронина 2014 — Доронина Е. Г. Методы оценки воздействующего потенциала медиатекста. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2014, 1 (13): 57–61.
- Дускаева 2015 — Дускаева Л. Р. Стилистика деловых изданий: прагматический и лингвистический аспекты. *Экология языка и коммуникативная практика*. 2015, 1 (4): 23–33.
- Иващенко 2009 — Иващенко Н. А. *Современная газетная журналистика: категория качества в текстовой идентификации*: дис. ... канд. филол. наук. СПб.: СПбГУ, 2009. 251 с.
- Колесниченко, Вырковский, Галкина и др. 2015 — Колесниченко А. В., Вырковский А. В., Галкина М. Ю., Образцова А. Ю., Варганов С. А. Российский журналист и его работа. Исследование мотивации и удовлетворенности. *Электронный научный журнал «МедиаСкоп»*. 2015, 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2046>
- Коньшева 2015 — Коньшева М. В. Прагматические параметры массмедийного текста. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2015, 9–1 (51): 91–95.
- Копылов 2013 — Копылов О. В. *Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции*: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург: Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2013. 185 с.
- Кравченко 2013 — Кравченко С. В. *Позиционирование радиостанции в условиях информационного рынка (на примере московского FM-диапазона)*: дис. ... канд. филол. наук. М.: МГУ, 2013. 199 с.
- Крамер 2017 — Крамер А. Ю. Радиожурналистика в эпоху конвергенции. *Электронный научный журнал «МедиаСкоп»*. 2017, 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2281>
- Круглова 2005 — Круглова Л. А. *Московское коммерческое радиовещание FM-диапазона: становление и развитие, содержательно-стилистические характеристики*: дис. ... канд. филол. наук. М.: МГУ, 2005. 181 с.
- Овчинников 2011 — Овчинников В. А. *Принципы организации и функционирования системы управления качеством творческих процессов в региональной мультимедийной редакции*: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург: Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2011. 218 с.
- Пургин 2011 — Пургин Ю. П. *Функционирование медиахолдинга в условиях трансформации регионального информационного рынка (на примере издательского дома «Алтапресс»)*: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург: Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2011. 221 с.
- Серенков 2014 — Серенков П. С. *Методы менеджмента качества. Методология организационного проектирования инженерной составляющей системы менеджмента качества*. Минск: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2014. 491 с.
- Солганик 2005 — Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиаекст». *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2005, 2: 7–15.
- Beaudoin, Thorson 2002 — Beaudoin C., Thorson E. Journalists, public differ on perception of media coverage. *Newspaper Research Journal*. 2002, 23 (4): 52–61.
- Boczkowski, Mitchelstein 2010 — Boczkowski P. J., Mitchelstein E. Is there a gap between the news choices of journalists and consumers? A relational and dynamic approach. *International Journal of Press/Politics*. 2010, 15(4): 420–440.

- De Zúñiga, Hinsley 2013 — De Zúñiga H., Hinsley A. The press versus the public. *Journalism Studies*. 2013, 14 (6): 926–942.
- Evans 2018 — Evans S.K. Making Sense of Innovation: Process, product, and storytelling innovation in public service broadcasting organizations. *Journalism Studies*. 2018, 1 (19): 4–24.
- García-Avilés, Kaltenbrunner, Meier 2014 — García-Avilés J.A., Kaltenbrunner A., Meier K. Media convergence revisited. *Journalism Practice*. 2014, 8 (5): 573–584.
- Giles 1987 — Giles R.H. *Newsroom management: A guide to theory and practice*. Indianapolis: Media Management Books, 1987. 750 p.
- Larrondo, Domingo, Erdal, Masip, Van den Bulck 2016 — Larrondo A., Domingo D., Erdal I. J., Masip P., Van den Bulck H. Opportunities and limitations of newsroom convergence: A comparative study on European public service broadcasting organizations. *Journalism Studies*. 2016, 3 (17): 277–300.
- Lischka 2015 — Lischka J. A. How structural multi-platform newsroom features and innovative values alter journalistic cross-channel and cross-sectional working procedures. *Journal of Media Business Studies*. 2015, 12 (1): 7–28.
- Picard 2000 — Picard R. Measuring quality by journalistic activity. In: *Measuring Media Content, Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research*. Picard R. (ed.). Turku, Finland: Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, 2000. P.97–103.
- Sánchez-Taberner 1998 — Sánchez-Taberner A. Some controversial ideas about media quality. In: *Evolving Media Markets: Effects of Economic and Policy Changes*. Picard R. (ed.). Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration, 1998. P.120–141
- Schönbach 2000 — Schönbach K. Factors of newspaper success: Does quality count? A Study of German newspapers. In: *Measuring Media Content, Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research*. Picard R. (ed.). Turku, Finland: Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, 2000. P.97–103.
- Vobič 2015 — Vobič I. From one-man band to integrated newsroom. *Journalism Studies*. 2015, 16 (2): 175–190.
- Vyrkovsky, Vartanova, Smirnov, Makeenko 2016 — Vyrkovsky A.V., Vartanova E.L., Smirnov S.S., Makeenko M.I. The Russian media industry in ten years: Industrial forecasts. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 2016, 11 (1): 65–84.

Статья поступила в редакцию 9 мая 2018 г.

Статья рекомендована в печать 29 октября 2018 г.

*Andrei Vladimirovich Vyrkovsky, Irina Dmitrievna Fomicheva,
Anastasia Yurievna Obratsova, Marina Yurievna Galkina,
Alexander Vasilievich Kolesnichenko, Sergei Aleksandrovich Vartanov,
Sergey Sergeevich Smirnov, Maria Borisovna Vladimirova*

Lomonosov Moscow State University,
9/1, Mokhovaya str., Moscow, 125009, Russia
a.v.vyrkovsky@gmail.com

Quality control of radio reporters' work: empirical analysis

For citation: Vyrkovsky A. V., Fomicheva I. D., Obratsova A. Yu. et al. [Quality control of radio reporters' work: empirical analysis]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2019, 16 (1): 48–65. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2019.104> (In Russian)

The problems of managing the work of journalists in the context of digitalization are becoming increasingly important. Because of the growing competition in the media market, it becomes obvious that the old management tools used in the media are rapidly losing effectiveness. At the same time, many features of journalistic work remain a phenomenon that has not been studied so far: in academic practice there are few works devoted to newsroom activities

in the conditions of digitalization. This article presents the results of the analysis of the correspondents' routines at metropolitan FM radio stations. The main focus of the research was on the quality aspect of editorial work and its control. The authors developed and applied original research tools based on the process approach and allowing the use of quantitative research methods. Thus the results, taking into account some methodological limitations, can be extended to the entire segment of the News/Talk format radio. The authors concluded that in the information broadcasting industry the understanding of the quality of the work of correspondents is quite far from the normative. This is illustrated, first of all, by a large flow of "secondary" media texts based on materials borrowed from other media in one way or another. Thus, the basic factor in the choice of information broadcasting is the convenience of consumption, but not the prompt receipt of exclusive information. However, deviations from the normative quality model practically do not affect the share of media texts produced and broadcasted — the level of rejected ideas and texts is small. The authors believe that at the radio newsrooms the concept of work quality is close to the concept of efficiency — the management of radio stations deliberately chooses a model of labor organization based on simpler work operations.

Keywords: FM radio, News/Talk, newsrooms, processes, quality, efficiency, control.

References

- Болотова, Болотова 2014 — Bolotova E. A., Bolotova L. D. [Current trends in the development of domestic broadcasting]. In: *Zhurnalistsika Rossii: novye vektory razvitiia. Sbornik nauchnykh statei*. Martynenko E. V. (ed.). Moscow: Peoples' Friendship University of Russia Press, 2014. P. 23–27. (In Russian)
- Болотова, Кравченко 2010 — Bolotova L. D., Kravchenko S. V. [Radio formats. Formatting. reformat]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*. 2010, 6: 79–89. (In Russian)
- Варганова, Вырковский, Makeenko 2011 — Vartanova E. L., Vyrkovsky A. V., Makeenko M. I. [Multimedia strategies of Moscow FM radio stations]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*. 2011, 6: 6–32. (In Russian)
- Вырковский 2016 — Vyrkovsky A. V. *Redaktsionnyi menedzhment v pechatnykh i onlainovykh massmediia: protsessnyi podkhod* [Editorial management in print and online media: process approach]. Moscow: MediaMir Publ., 2016. 379 p. (In Russian)
- Вырковский, Варганов, Галкина и др. 2016 — Vyrkovsky A. V., Vartanov S. A., Galkina M. Iu., Kolesnichenko A. V., Obratsova A. Yu. [Russian Journalists' Work Structure]. *Mediascope*. 2016, 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/2105>. (In Russian)
- Вырковский, Образцова, Галкина и др. 2016 — Vyrkovsky A. V., Obratsova A. Yu., Galkina M. Yu., Kolesnichenko A. V., Vartanov S. A. [Quality of journalistic work: some tools of intra-editorial analysis]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*. 2016, 5: 27–55. (In Russian)
- Вырковский, Шароян 2015 — Vyrkovsky A. V., Sharoyan S. V. [Attitude to the quality of materials in the media from producers and consumers of content]. *Mediascope*. 2015, 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1772>. (In Russian)
- Добросклонская 2005 — Dobrosklonskaya T. G. [Media texts: theory and methods of study]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*. 2005, 2: 28–35. (In Russian)
- Доронина 2014 — Doronina E. G. [Methods for assessing the impact potential of media text]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2014, 1 (13): 57–61. (In Russian)
- Дускаева 2015 — Duskaeva L. R. [Style of business publications: praxiological and ecolinguistic aspects]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*. 2015, 1 (4): 23–33. (In Russian)
- Иващенко 2009 — Ivashchenko N. A. *Sovremennaya gazetnaya zhurnalistsika: kategoriya kachestva i tekstovoi identifikatsii* [Modern newspaper journalism: a quality in a text identify]. PhD thesis. St. Petersburg: St. Petersburg state University, 2009. 251 p. (In Russian)
- Колесниченко, Вырковский, Галкина и др. 2015 — Kolesnichenko A. V., Vyrkovsky A. V., Galkina M. Yu., Obratsova A. Yu., Vartanov S. A. [Russian journalist and his work. The study of motivation and satisfaction]. *Mediascope*. 2015, 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2046> (In Russian)
- Коньшева 2015 — Konysheva M. V. [Pragmatic parameters of the mass media text]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2015, 9–1 (51): 91–95. (In Russian)

- Копылов 2013 — Kopylov O. V. *Osobennosti tvorcheskoi deiatel'nosti zhurnalista v usloviakh mediakonvergentsii* [Features of creative activity of the journalist in the conditions of media convergence]. PhD thesis. Yekaterinburg: Ural Federal Univ. named after first Pres. of Russia B. N. Yeltsin, 2013. 185 p. (In Russian)
- Кравченко 2013 — Kravchenko S. V. *Pozitsionirovanie radiostancii v usloviakh informatsionnogo rynka (na primere moskovskogo FM-diapazona)* [Positioning of the radio station in the information market (on the example of the Moscow FM-band)]. PhD thesis. Moscow: Moscow State Univ., 2013. 199 p. (In Russian)
- Крамер 2017 — Kramer A. Yu. [Journalist in the era of convergence]. *Mediaskop*. 2017, 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2281>. (In Russian)
- Круглова 2005 — Kruglova L. A. *Moskovskoe kommercheskoe radioveshchanie FM-diapazona: stanovlenie i razvitie, sodержatel'no-stilisticheskie kharakteristiki* [Moscow commercial radio broadcasting of FM-band: formation and development, content and stylistic characteristics]. PhD thesis. Moscow: Moscow State Univ., 2005. 181 p. (In Russian)
- Овчинников 2011 — Ovchinnikov V. A. *Printsipy organizatsii i funktsionirovaniia sistemy upravleniia kachestvom tvorcheskikh protsessov v regional'noi mul'timediinoi redaktsii* [Principles of organization and functioning of the quality management system of creative processes in the regional multimedia edition]. PhD thesis. Yekaterinburg: Ural Federal Univ. named after first Pres. of Russia B. N. Yeltsin, 2011. 218 p. (In Russian)
- Пургин 2011 — Purgin Yu. P. *Funktsionirovanie mediakholdinga v usloviakh transformatsii regional'nogo informatsionnogo rynka (na primere izdatel'skogo doma "Altapress")* [Functioning of media holding in the conditions of transformation of the regional information market (on the example of publishing house "Altapress")]. PhD thesis. Yekaterinburg: Ural Federal Univ. named after first Pres. of Russia B. N. Yeltsin, 2011. 221 p. (In Russian)
- Серенков 2015 — Serenkov P. S. *Metody menedzhmenta kachestva. Metodologiya organizatsionnogo proektirovaniia inzhenernoi sostavliaiushchei sistemy menedzhmenta kachestva* [Methods of quality management. Methodology of organizational design of the engineering component of the quality management system]. Minsk: New Knowledge; Moscow: INFRA-M, 2015. 491 p. (In Russian)
- Солганик 2005 — Solganik G. Ya. [To the definition of "text" and "media text"]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 2005, 2: 7–15. (In Russian)
- Beaudoin, Thorson 2002 — Beaudoin C., Thorson E. Journalists, public differ on perception of media coverage. *Newspaper Research Journal*. 2002, 23 (4): 52–61.
- Boczkowski, Mitchelstein 2010 — Boczkowski P. J., Mitchelstein E. Is there a gap between the news choices of journalists and consumers? A relational and dynamic approach. *International Journal of Press/Politics*. 2010, 15(4): 420–440.
- De Zúñiga, Hinsley 2013 — De Zúñiga H., Hinsley A. The press versus the public. *Journalism Studies*. 2013, 14 (6): 926–942.
- Evans 2018 — Evans S. K. Making Sense of Innovation: Process, product, and storytelling innovation in public service broadcasting organizations. *Journalism Studies*. 2018, 1 (19): 4–24.
- García-Avilés, Kaltenbrunner, Meier 2014 — García-Avilés J. A., Kaltenbrunner A., Meier K. Media convergence revisited. *Journalism Practice*. 2014, 8 (5): 573–584.
- Giles 1987 — Giles R. H. *Newsroom management: A guide to theory and practice*. Indianapolis: Media Management Books, 1987. 750 p.
- Larrondo, Domingo, Erdal, Masip, Van den Bulck 2016 — Larrondo A., Domingo D., Erdal I. J., Masip P., Van den Bulck H. Opportunities and limitations of newsroom convergence: A comparative study on European public service broadcasting organizations. *Journalism Studies*. 2016, 3 (17): 277–300.
- Lischka 2015 — Lischka J. A. How structural multi-platform newsroom features and innovative values alter journalistic cross-channel and cross-sectional working procedures. *Journal of Media Business Studies*. 2015, 12 (1): 7–28.
- Picard 2000 — Picard R. Measuring quality by journalistic activity. In: Picard R. (ed.). *Measuring Media Content, Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research*. Turku, Finland: Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, 2000. P. 97–103.

- Sánchez-Tabernero 1998 — Sánchez-Tabernero A. Some controversial ideas about media quality. In: *Evolving Media Markets: Effects of Economic and Policy Changes*. Picard R. (ed.). Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration, 1998. P. 120–141.
- Schönbach 2000 — Schönbach K. Factors of newspaper success: Does quality count? A Study of German newspapers. In: Picard R. (ed.). *Measuring Media Content, Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research*. Turku, Finland: Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, 2000. P. 97–103.
- Vobič 2015 — Vobič I. From one-man band to integrated newsroom. *Journalism Studies*. 2015, 16 (2): 175–190.
- Vyrkovsky, Vartanova, Smirnov, Makeenko 2016 — Vyrkovsky A.V., Vartanova E.L., Smirnov S.S., Makeenko M.I. The Russian media industry in ten years: Industrial forecasts. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 2016, 11 (1): 65–84.

Received: May 9, 2018
Accepted: October 29, 2018