

## Профессиональные компетенции редакторов российских изданий о здоровье

Научный руководитель – Лащук Ольга Ростиславовна

*Финк Татьяна Евгеньевна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра редакционно-издательского дела и информатики, Москва, Россия

*E-mail: t-fink@mail.ru*

В настоящее время существует немного работ, посвященных отраслевой журналистике. В частности, плохо исследованы журналы о здоровье. Среди российских ученых, занимавшихся этой проблемой, можно назвать Акопова А. И. [1], Лазаревич Э. А. [2], Ваганова А. Г., Тертычного А. А., Макарова Е. Е., Лапину И. Ю., Баканова Р. П..

Эти издания представляют большой интерес, так как тема здоровья является одной из приоритетных в современном мире. На российском медиарынке мало журналов для широкой аудитории, которые специализируются на контенте, связанном со здоровым образом жизни. Типология таких изданий тоже не совсем ясна, так как еще нет четко сформированного мнения, по каким критериям относить их к определенному типу.

В рамках научного исследования было проведено три экспертных интервью с редакторами «Women's Health» [3], «Красота&здоровье» [4], «Здоровье» [5]. На данный момент можно утверждать, что эти журналы - успешные медиапродукты.

«Women's Health» - международное издание, специализирующееся в большей части своих материалов на спорте. Журнал «Красота&здоровье» делает упор на эстетическую медицину. «Здоровье» - авторитетное научно-популярное издание, охватывающее многие темы. Эти три медиа, совсем разные по направлению, являются своеобразной триадой, которая в итоге охватывает все, что связано со здоровьем и здоровым образом жизни. Тем важнее кажутся выводы, сделанные на основе беседы с главными редакторами.

Каждому из них было предложено ответить на 40 вопросов, касающихся образования, профессионального опыта, организации редакции, особенностей контента, необходимых качеств журналистов и редакторов, экспертов. В интервью также говорилось об особенностях аудитории, трудностях в работе и проблемах профессионального выгорания. На основании ответов были сформулированы выводы, которые можно использовать при подготовке сотрудников и редакторов специализированных изданий.

Прежде всего, стоит отметить, что ни у одного из опрошенных медиаменеджеров нет медицинского образования. У двух из трех - журналистское (факультет журналистики МГУ), у третьего - юридическое. Это означает, что их видение научной стороны журналов о здоровье нельзя назвать в полной мере квалифицированным. Что касается миссии изданий, то у всех трех главных редакторов абсолютно разный подход к этому вопросу. Мария Троицкая («Women's Health») считает, что нужно пропагандировать здоровый образ жизни и актуализировать тему спорта. Татьяна Тиманова («Красота&здоровье») хочет прежде всего донести до читателей мысль о важности профилактики заболеваний и более полно представить эстетическую медицину. Татьяна Ефимова («Здоровье») убеждена, что ее издание должно выполнять просветительскую функцию.

По мнению медиаменеджеров, организация работы в данном типе изданий практически не отличается от организации в других отраслевых медиа. Их специфика - тесное сотрудничество с экспертами, а в случае журнала «Здоровье» - деятельность научного

редактора, который отвечает за достоверность, точность и научность материалов. Отсутствие подобного сотрудника даже в научно-популярных СМИ - большое упущение.

Стоит отдельно упомянуть выбор экспертов. В исследуемых медиа, несмотря на то, что научное медицинское сообщество довольно небольшое, специалисты, дающие комментарии во всех изданиях, разные. Их выбирают не только по объективным критериям, но и по личным предпочтениям. Те врачи, чьи комментарии публикуют в «Women's Health», имеют собственных пиарщиков и не возражают против любой рекламы в СМИ. В «Красоте&здоровье» публикуются мнения тех врачей, реклама которых, как правило, и размещена на страницах номера. В журнале «Здоровье» нет четких критериев для подбора специалистов, а также нет и сотрудников, которые бы непосредственно занимались поиском консультантов.

В вышеназванных медиа (кроме «Women's Health») нет переводных статей, и это уже большое достижение наших изданий, которые стараются создавать оригинальный контент. Однако они публикуют новости из научных зарубежных журналов, не всегда корректно ссылаясь на них. Источники новостей авторитетны - это крупные университеты и профильные институты.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что журналы о здоровье не отличаются от других профильных изданий, их подход к работе требует усовершенствований, и, прежде всего, надо начинать с преобразований в подготовке медиаменеджеров.

#### Источники и литература

- 1) Акопов А.И. Отечественные специальные журналы 1765-1917: Ист.-типол. обзор. Ростов н/Д: Издательство Рост. ун-та. 1986.
- 2) Лазаревич Э.А. Популяризация науки в России. М: изд-во Моск. ун-та. 1981.
- 3) Women's Health: русское издание / учред. ООО «Юнайтед Пресс». 2017. №. 1(62) – №. 12(68).
- 4) Красота&здоровье: ежемесячный журнал / учред. ООО «Красота и здоровье». 2017. №. 1(202) – №. 12(213).
- 5) Здоровье: научно-популярный журнал / соучред. ООО «Журнал «Здоровье»», ООО «Издательский дом журнала «Здоровье»». 2017. №. 1-2(733) – №. 10(740).