РОЛЬ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ СПЕЦАЛЬНОСТИ «ИНФОРМАЦИЯ И КОММУНИКАЦИЯ» ИНСТИТУТА ЖУРНАЛИСТИКИ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

И. П. Шибут, Е. А. Шибут

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь
E-mail:shybut.iryna@gmail.com, alena.shibut@gmail.com

Рассматриваются требования современной журналистики к образованию, навыкам работы с мультимедийными СМИ и инструментами внешней аналитики, обсуждаются вопросы медиаобразования на факультете журналистики Белорусского государственного университета.

Ключевые слова: информационные технологии, медиаобразование, современная журналистика, коммуникация, конвергенция.

При рассмотрении вопросов современной журналистики наиболее актуальным является комплексный подход, наиболее убедительными будут исследования, включающие в себя как теорию, так и практику специальности, имеющие при этом различное дисциплинарное происхождение: исследования филологического, исторического и технического содержания с элементами политологического и искусствоведческого анализа, вкраплениями сведений экономического, социологического и т.д. характера.

Связано это с тем, что в океане постиндустриального общества науки уже не могут оставаться в тех же рамках, в которых начиналось их становление. Любая сфера, развиваясь, вынуждена раздвигать эти рамки, вторгаясь в пограничные области других наук и совместно с ними создавая все новые и новые перспективные направления, исследования междисциплинарного характера. Подобное взаимопроникновение характерно не только для исследований научного характера, но и практически для всех сфер жизни. И средства массовой информации, как одно из явлений, объединяющих социум, не становится исключением.

Современная журналистика предъявляет повышенные требования к образованию, навыкам и опыту работы, способности одновременно работать не только с текстами, но и с графическими изображениями, аудиовизуальными материалами, базами данных, что в итоге означает умение создавать контент для мультимедийных СМИ, выходя таким образом за привычные нам рамки специализации, вбирая в себя новые профессиональные знания. В эпоху активного развития технологий выпускнику факультета журналистики, не желающему остаться на обочине профессии, необходимо умение эффективного и опера-

тивного использования преимущества различных форматов подачи информации и понимание особенностей языка средств массовой коммуникации в современных условиях. В область профессиональной компетенции входит не только овладение общими принципами и навыками формирования материала, но и знание хотя бы наиболее известных и общедоступных инструментов внешней аналитики.

Кроме того, в списке умений такого специалиста обязаны присутствовать и мониторинг посещаемости, и оптимизация текстов, и анализ структуры и качества работы сайта, и работа с поисковиками и агрегаторами новостей, а также продвижение, отслеживание мировых новостных лент и тенденций в работе информационных порталов. Поскольку специалистам в области современных коммуникаций постоянно приходится решать также и задачи информирования, нахождения взаимопонимания и координации поведения аудитории, нельзя забывать и о нынешней «демассификации» традиционных СМИ – не повсеместной, но имеющей место [1]. Еще в 1980-е годы Э. Тоффлер[2] пришел к выводу, что эпоха традиционных, рожденных индустриальной революцией средств массовой информации, обращенных к универсальной по составу аудитории, заканчивается. По его предсказаниям, в постиндустриальном обществе наступает эпоха СМИ, ориентированных на «микроаудитории» в соответствии с разнообразными интересами и потребностями различных аудиторных групп.

Пока ещё нельзя говорить об исчезновении СМИ широкого профиля, но стоит отметить значительно возросшее число узкоспециализированных изданий. Постоянно растёт количество электронных СМИ. Чтобы не затеряться в информационном поле, следует точно знать, какие именно темы сегодня интересуют «своих» посетителей – для распределения степени актуальности имеющихся материалов и знания того, на какие темы стоит обратить внимание. Поведение аудитории, её предпочтения носят закономерный характер. И для успешной деятельности журналист должен владеть знаниями о своей аудитории. В частности, сервис Яндекс.Интересы [3] построен на основе поисковых запросов, которые стали задавать в несколько раз чаще, чем раньше. Это далеко не самые распространенные запросы пользователей, но именно они показывают, что нового и интересного появилось в последнее время. Эти данные можно использовать для общей аналитики сферы интересов своих пользователей.

В связи с возрастающим обилием информации, предоставляемой различными ресурсами, многие пользователи предпочитают не посещать каждый ресурс непосредственно – это занимает слишком много времени – а пользоваться программами веб-агрегации, позволяющими подписаться на интересующие их RSS-каналы (например, Google Reader – сервис, предоставляемый вместе с аккаунтом Google, Яндекс.Лента – сервис Яндекса, и так далее).

При этом современный журналист обязан помнить о том, что ужесточается и принцип построения текста публикации: большое внимание уделяется заголовку и следующему за ним тексту, расположению и частоте ключевых слов сюжета в тексте. Здесь на помощь журналистике приходит и математика – ведь

от фактического построения текста публикации напрямую зависит формирование аннотации – текста не длиннее 300 символов, который сопровождает ссылку, предоставляемую поисковиком, именно по ней определяется релевантность материала и принимается решение о переходе по ссылке. В частности, один из алгоритмов контекстно-зависимого аннотирования Яндекса [4] основан на вычислении нескольких признаков запроса и лексикографической сортировке предложений по совокупности всех признаков.

Кроме того, на сегодняшний день мало просто иметь свое представительство в сети. Рейтингом для электронного СМИ будет служить количество посетителей. Посещаемость любого ресурса в немалой степени зависит и от того, насколько оригинальным будет информационный продукт, создаваемый командой, и от степени интерактивности, актуальности ресурса. Нельзя надеяться на то, что сайт сможет заполучить интересующее его количество пользователей исключительно напрямую, по прямым заходам. Нужно постоянно привлекать новых посетителей, часть из которых впоследствии может стать постоянной и активной аудиторией. Способствовать этому может, в частности, комплекс мер поисковой оптимизации (SEO – search engine optimization). Меры эти направлены на поднятие позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем – чем выше позиция, тем больше заинтересованных посетителей. Благодаря своей востребованности SEO-методика стала достаточно популярной, появились понятия «белой», «серой» и «чёрной» оптимизации. И эти навыки и умения также являются сегодня сферой компетентности специалиста в области информации и коммуникации.

Таким образом, как уже отмечалось ранее, на построение и редактирование текста для современных информационных ресурсов помимо филологических влияют как минимум математические, технические и технологические факторы, связанные с особенностями работы поисковиков. Следовательно, вслед за конвергенцией коммуникационных каналов следует конвергенция принципов и методов работы журналиста и специалиста по коммуникации. Принципы работы определяются не только техническими факторами, значительно усиливается необходимость наличия как можно более полных и актуальных знаний в таких смежных областях как социология, психология, маркетинг, веб-дизайн и прочие. А необходимым условием успешной деятельности современного специалиста в области информации и коммуникации является опыт работы в интернете в различных направлениях, высокий уровень владения компьютером и новейшими информационными технологиями, постоянный поиск новых программ и ресурсов для улучшения организации работы.

Программа подготовки журналистов по специальности «Информация и коммуникация» Института журналистики Белорусского государственного университета предусматривает изучение целого ряда компьютерных дисциплин. В первом и втором семестре студенты приобретают основные навыки работы с компьютером, изучая предмет «Основы информатики». В третьем семестре при изучении предмета «Новейшие коммуникационные технологии» на практических занятиях студенты знакомятся с возможностями, предоставляемыми ин-

тернетом: электронной почтой, сервисом FTP, сервисом WWW. С пятого семестра начинается изучение курса «Программное обеспечение мультимедийных технологий», который по существующей в настоящее время программе заканчивается в девятом семестре экзаменом.

Основная цель данного курса: изучение возможностей разработки информационного наполнения электронно-сетевых медиа; освоение технологий веб-дизайна. На теоретических занятиях студенты знакомятся с основными понятиями и определениями компьютерной графики; фундаментальными принципами теории дизайна; возможностями интернет-программирования, рекомендациями по созданию интернет-текстов и применению комплекса мер поисковой оптимизации (SEO – search engine optimization). На практических занятиях студенты получают навыки создания и редактирования объектов векторной и растровой графики, сохранения изображений для Web-страниц, создания анимированных gif-файлов, создания интерактивных flash-анимаций, звуковых и видеоэффектов; навыки работы с текстовыми кодировками, графическими форматами, языками разметки (HTML и XML), а также с источниками информации в интернете: электронными библиотеками, тематическими базами данных, энциклопедиями, справочниками, электронными версиями журналов, газет.

Полученные знания учащиеся имеют возможность апробировать и продемонстрировать на практических занятиях в реально существующем проекте: на официальном сайте кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белгосуниверситета (www.infocomtech.bsu.by), разработанном и поддерживаемом силами самих студентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Засурский Я.Н. Колонка редактора: дизайн, конвергенция и демассификация журналистики / Я.Н. Засурский // Вестн. Моск. ун-та. - Сер. 10, Журналистика. - 2004. - № 4. - С. 3-5.
2. Тоффлер, Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. - М.: «Издательство АСТ», 1999. – 261 с.
3. Яндекс. Пользователи сейчас ищут [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://interes.yandex.ru/. – Дата доступа: 15.11.2012.
4. Алгоритмы контекстно-зависимого аннотирования Яндекса на РОМИП-2008 [Электронный ресурс] – Режим доступа:– http://download.yandex.ru/company/experience/romip2008/romip-2008_algoritm.pdf. – Дата доступа: 12.10.2012.