

НОВАЯ ЛОГИКА ОБУЧЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Несмотря на то, что практически все университетские журналистские школы в России (а их чуть более 150) осознали вызовы современной цифровой среды и обновили учебные программы, общая логика обучения в вузах базируется на устаревшем понимании того, как функционируют журналистика и медиа. Это понимание построено на платформе традиционных СМИ – последовательном изучении различных каналов распространения массовой информации и жанрового разнообразия контента для соответствующих каналов. Таким образом, на выходе студент знаком глубоко с одним типом медиа (газетой или телеканалом) и набором традиционных жанров для этого медиа (в основном на уровне освоения специализации корреспондента), помимо этого выпускник владеет общими знаниями о сути и принципах журналистской работы, а также лучших образцах исторической журналистики. Особенности же цифровой среды учитываются в рамках отдельных модулей, курсов или специальных дисциплин, во многом базируясь на энтузиазме отдельных преподавателей.

В то же время профессиональная среда говорит о том, что такой подход давно не релевантен. Еще в 2012 году было опубликовано исследование профессионального рынка труда «Пятьдесят перспективных профессий Digital медиа» (опрос MediaJOBS.RU), которое говорит о новой логике подготовки медиаспециалистов: «Практически все эксперты единодушны во мнении, что цифровые медиа остро требуют нового маркетинга, цель которого формирование, правильное позиционирование, распространение и продажа контента. Если контент не дошел до конечного потребителя, все предыдущие усилия потрачены зря» [1]. Эта логика подчёркивает тот факт, что на ключевые позиции в функционировании журналистики и медиа выходит цикл производства и распространения контента на любых платформах (каналах) вне зависимости от жанровых задач, а с опорой на аналитику аудитории. Эту же идею продвигает Венсан Пейрен, гендиректор Всемирной газетной ассоциации (WAN-IFRA): «Наша цель – достичь аудиторию на любой платформе, которую она выбирает. Мы все больше понимаем, что «цифра», «диджитал» – это не о платформе, подразделении или приоритете. Это метод, основанный на том, чтобы вывести аудиторию на первый план» [2].

Научная констатация тотальной трансформации медийной индустрии также подтверждает необходимость преобразований образовательной логики. Вот только некоторые из выводов, на которые стоит обратить внимание.

«Необходимо признать, что сегодня значительно изменились и границы медиасистемы, и *набор профессий, необходимых медиаиндустрии*, и технологии производства, распространения и хранения журналистских материалов, и практики аудитории в процессе медиапотребления, и иерархии фильтров и «привратников» информационных потоков. Именно поэтому, входя в цифровую реальность, мы сталкиваемся с необходимостью вывода теории журналистики на новый уровень» [3].

«Развитие цифровых технологий привело к изменению медиаландшафта. Под влиянием таких факторов глобального характера, как дигитализация и конвергенция, происходит процесс интернетизации традиционных СМИ. Технологии Web2.0 способствовали возникновению гражданской журналистики, которая на сегодняшний день составляет конкуренцию профессиональной. Происходящие изменения приводят к *необходимости переосмысления представлений* о средствах массовой информации и журналистике в целом и установления границ медийного сектора для относительно нового компонента медиасистемы» [4].

«Современные медиаисследования, как и индустрия, находятся под давлением фундаментальных изменений, вызванных дигитализацией коммуникационной среды. Развитие цифровых технологий и Интернета приводят к *фундаментальным изменениям во всех аспектах функционирования индустрии*: производстве контента, распространении, практиках медиапотребления и, как следствие, инвестициях, бизнес-моделях, формах монетизации [5].

Прогнозы на дальнейшие годы говорят о том, что это не временное явление, а общий тренд, определяющий будущее профессии и индустрии. Как пишет М. Корнев, «“Цифровая революция” обнажает и заостряет существующие противоречия, всё более требуя адекватного ответа на современные вызовы в вопросах определения профессий, профессиональных навыков, призваний и увлечений людей, занятых в индустриях, где центральным навыком является умение выстраивать общение и взаимопонимание» [6]. Очевидно, что ответ на эти вызовы должна вырабатывать научно-образовательная среда.

Автор предлагает следующую схему организации журналистского образования с возможностью его расширения до сферы медиакommunikаций в целом. Схема состоит из четырёх ступеней, которые могут реализовываться как последовательно (по классической схеме), так и в любом порядке (модульная система).

1 ступень «Контекстуальные знания»: медиасистема, медиарынок, институты и профессиональные роли, этика и право, запрос общества, место специалиста в этой медиасистеме, базовые компетенции.

2 ступень «Производственные знания»: монетизация, общественный и государственный запрос, регулирование медиа, особенности цифровой

среды, эволюция производственных процессов, издательские дома, типология СМИ.

3 степень «Технологии работы»: что производит журналист и зачем, как он это делает, какие есть методы и технологии, особенности разных каналов и специализаций, психология творчества и креативности, контакт с аудиторией и ее измерения, редакционная аналитика, маркетинговые стратегии, бизнес-модели, продвижение контента и медиабренда, управление процессами и организация производства.

4 степень «Разнообразие навыков и специализации»: узкие специализации и проблемы, современные вызовы – технологии, право, этика, экономика, получение дополнительных знаний о специальных форматах – расследования, журналистика данных, роботизация и др.

Если сравнить предложенную схему с западными программами образования, то мы найдём определённые сходства. Так, в магистерских программах Колумбийского университета акцент делается на популярных областях применения журналистских навыков: работа с данными, документальные проекты, расследования, мультимедиа, вещание, деловая журналистика, аудио, культурная журналистика, политическая, международная, научная, навыки письма в целом (4 степень). В Университете Техаса база образования – это фундаментальные знания о журналистике и цифровом сторителлинге, которые плавно переходят в искусство репортажа, то есть освещения любых событий (без привязки к каналу). Новая магистерская программа HAW (Университет прикладных наук Гамбурга) – «Цифровая коммуникация» – состоит из двух крупных блоков «Коммуникативные навыки» и «Цифровые стратегии». Среди предметов: расследования и фактчекинг, цифровые новости, сторителлинг 360 градусов, корпоративные медиа и стратегии ньюсрума, контент-маркетинг и др. В Университете Вроцлава знакомство с различными каналами коммуникации проходит в виде воркшопов (мастерских, которые начинаются ближе к концу обучения), в теоретическом плане акцент делается на публичной сфере и формах коммуникации. Университет Тампере в программе бакалавриата подчеркивает, что они готовят не только журналистов, но и медиаэкспертов.

Помимо базовых навыков журналистской работы новая логика образования предлагает и новые обязательные компоненты квалификации выпускника:

- знание рынка цифровых медиа,
- навыки использования цифровых технологий,
- навыки проектной деятельности по производству сложных цифровых продуктов,
- навыки продвижения и управления цифровыми медийными проектами,
- знание коммуникативных стратегий в цифровых медиа, и др.

В результате выпускник:

- создает тексты для любых каналов,
- изучает аудиторию и управляет вниманием и вовлеченностью,
- создает медиапроекты с нуля,
- знает основные способы монетизации в медиа,
- продвигает тексты и медиа,
- использует компьютерные технологии на всех этапах от создания текста до аналитики и управления редакционным контентом и др.

Заявленная схема является ответом на основной вызов для современного выпускника – как применить полученные знания и успешно осваивать специализации внутри медиаиндустрии на общей базе журналистского образования.

Литература

1. Пятьдесят перспективных профессий Digital медиа. Итоги опроса MediaJOBS.RU, 2012 // MediaJobs.ru. – Режим доступа: <https://mediajobs.ru/analytics/pyatdesyat-perspektivnyh-professij-digital-mediabr--ito>. – Дата доступа: 28.12.2017.
2. Нигматуллина, К. Землетрясение в мире контента: о чём говорили на Саммите АНРИ 2017 / К. Нигматуллина // «Журналист». 27.04.2017. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/zemletryasenie-v-mire-kontenta-o-chem-govorili-na-sammite-anri-2017>. – Дата доступа: 15.12.2017.
3. Вартанова, Е. Л. О необходимости выхода теории журналистики на новый этап развития // материалы Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований-2016» – М.: Ф-т журн. МГУ, 2016. – С. 44–48.
4. Калугина, Е. Г. Интернет-СМИ как компонент медиасистемы в условиях развития гражданской журналистики / Е. Г. Калугина // материалы Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований-2016» – М.: Ф-т журн. МГУ, 2016. – С. 87–89.
5. Коломиец, В. П. Индустриальные медиаисследования и монетизация контента / В. П. Коломиец // материалы Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований-2016» – М.: Ф-т журн. МГУ, 2016. – С. 95–98.
6. Корнев, М. С. Понимание журналистики: что такое «Журналистика» в современной цифровой среде? / М. С. Корнев // Вестник ЧелГУ. 2015. № 5 (360).

Виктория Смеюха

Ростовский государственный университет путей сообщения (Россия)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ФОРМИРОВАНИЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ БУДУЩИХ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ

Развитие профессионального образования, повышение качества образовательных программ, их соответствие запросам профессионального рынка активно обсуждаются в научно-образовательной и профессиональной среде [1-6].