

2. Сведения о банках и небанковских кредитно-финансовых организациях, действующих на территории Республики Беларусь, их филиалах по состоянию на 06.09.2019 [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. Минск, 2019. URL: <https://nbrb.by/system/banks/list> (дата обращения: 06.09.2019).
3. Ответ на электронное обращение в ЗАО «Альфа-банк», 28 ноября 2018 года, №31-01-01-01/22104/З-1830 / М. П. Ветохина / ЗАО «Альфа-банк». Минск, 2018.

СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ МАГИСТЕРСКОЙ ПОДГОТОВКИ (направление 42.04.02 Журналистика)

Л. А. Капитанова

*Псковский государственный университет,
пл. Ленина, 2, 180000, г. Псков, Россия,
kapitanovala@rambler.ru*

В настоящей публикации выявляются место и роль современных коммуникационных технологий в качестве компонентов образовательной среды направления подготовки 42.04.02 Журналистика. Акцентируется проблема приращения инновационных медийных знаний, умений и навыков, составляющих приоритетный ресурс в формировании профессиональной компетентности магистрантов-журналистов. Рассматривается одно из существенных оснований достижения эффективности образовательного процесса в высшей школе, а именно его практикоориентированность.

Ключевые слова: коммуникационные технологии; журналистика; конвергенция; магистратура; практикоориентированность.

MODERN COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES IN THE SYSTEM OF MASTER EDUCATION (42.04.02 journalism programme)

L. A. Kapitanova

*Pskov State University,
2, Lenin Sq., 180000, Pskov, Russia
Corresponding author: L. A. Kapitanova (kapitanovala@rambler.ru)*

The current article studies the place and role of communicative technologies as one of the components of educational environment in the sphere of journalism.

The special emphasis is made on the problem of innovative media knowledge and skills which are the highest priority for the development of professional competence of journalism master students. The practice-oriented approach is considered as the essential basis of effective educational process in universities.

Keywords: communicative technologies; journalism; convergence; master programme; practice-oriented approach.

«Authentic assessment, когда тебя оценивает жизнь за выполнение реальной задачи» [1]. Собственно, с этого стопроцентно бьющего в обозначенную тему замечания, сделанного на личной странице в фейсбуке 21 августа 2019 года московским педагогом-филологом Сергеем Волковым, хочется вклиниться в непрекращающийся спор между академическим и профессиональным сообществами о том, чему и как обучать журналистской профессии в университете. Безусловной причиной, сделавшей данный «спор» доминантой в «повестке дня» медиаобразования в высшей школе, явилось разрушение традиционных границ в журналистике, а отсюда закономерная «трансформация функций и методов деятельности журналиста» в цифровую эпоху [2, с. 122], о чем убедительно говорят и пишут не только представители вузовской, но и медиасреды [3]. И хотя в обсуждении проблемы современного медиаобразования профессиональное сообщество, несомненно, ведет себя довольно категорично, поскольку апеллирует исключительно к его «практической» составляющей, будет справедливым подчеркнуть, что такая позиция убедительно подкрепляется не только конкретным («полевым») знанием развития медиа в XXI веке, его стратегий и трендов, но и непосредственным участием в их осуществлении.

Вместе с тем, как представляется, существует более продуктивное, можно сказать, – единственно верное в сложившейся ситуации мнение о разрешении затянувшегося «спора», принадлежащее декану факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова Елене Леонидовне Вартановой, предлагающей по прошествии «периода революционных изменений в медиа, цифровой революции» [4] двум «самодостаточным обществам», «преподавателям университетов и журналистам», с присущим им «различным друг от друга видением профессионализма» [5] «искать баланс» [6] между консервативным и инновационным в журналистском образовании, классическим и новым пониманием журналистики, университетским академическим дискурсом и современными информационно-коммуникационными технологиями и т. д.

«Нам нужен баланс, – неустанно подчеркивает во всех своих выступлениях и публикациях Е. Л. Вартанова, – потому что это будущее

наших выпускников» [7]. Однако при этом фундаментом «баланса» мыслится «высшее журналистское образование», ибо «только образовательным учебным программам вузовского уровня под силу сформировать тот необходимый современному журналисту комплекс научных знаний и профессиональных навыков, на основе которого он сможет выполнять профессиональные функции, необходимые и обществу, и работодателям». Таким образом будет достигнута «важнейшая цель современной стратегии журналистского образования», заключающаяся в «подготовке широко образованного и компетентного журналиста, отвечающего на запросы российского общества и цифровой революции в СМИ» [8, с. 313].

Аналогичную «стратегию» призвана сполна реализовать и магистерская подготовка по направлению «Журналистика», посредством грамотно продуманной образовательной среды, включающая и серьезную теоретическую академическую ориентацию (например, такие дисциплины, как «Методология и методика медиаисследований», «Философские основы науки и современного журнализма», «Современные теории массовой коммуникации»), и отзеркаливающую современное коммуникационное пространство технологическую составляющую.

Содержательным «полем» последней выступает ряд дисциплин: «Современный медиатекст», «Современный медиатекст в аспекте диалогичности», «Современные SSM-технологии» и т. п. Однако наиреальнейшую возможность освоить современные коммуникационные технологии предоставляет «площадка» полугодового «Семинара по творческой деятельности», объединяющая представителей профессионального сообщества (печать, социальные сети, телевидение, радио, пресс-служба, рекламное агентство) и магистрантов, причем в качестве партнеров в образовании. Соответственно, будучи сегментом образовательной среды, семинар оказывается максимально интегрирован в практику, тем самым магистранты напрямую касаются понимания современного медиапотребления, работают с форматами новых медиа, получают шанс быть экспертами во многих вопросах, сопряженных с медиасферой, и, что особенно важно, производить контент разного типа: от текста до видео, а также, научаясь совмещать текст и видео, и звук в едином пространстве. И писать, много писать, поскольку журналист во все времена – это Homo Scriptor, «Человек пишущий», а отсюда в магистерской программе присутствует культивирование идеи «письма», чему, помимо «классической» учебной дисциплины «Современный медиатекст», способствующей совершенствованию навыков создания эффективных

медiateкстов и работы с ними, помогает овладение технологией сторителлинга. Немалым подспорьем для развития навыков рассказывания являются лондгриды и трэвелы, которым тоже отведено существенное место в творческом семинаре.

Вместе с тем необходимо отметить, что в освоении коммуникативных технологий помимо выработки собственно инструментальной «цепи», приводящей в движение и направляющей к реализации заданной цели конкретную коммуникационную акцию или коммуникационную деятельность социального субъекта [9, с. 14], также наличествует и, главное, в процессе движения этой «цепи» осуществляется генерация смыслов, иначе, генерирование мысли [10], что нередко сообщает производимому журналистом медиаконтенту помимо предсказуемой социальной значимости нечто большее: то, что исполнено метафизического переживания мира и человека. В последнем магистранты могли убедиться, работая над сторителлингом о фонде «Выход» режиссера Авдотьи Смирновой, помогающем людям с аутизмом, а именно организации апрельского месячника информирования об аутизме, чтобы люди с особенностями развития не оказались «невидимками» в своей стране. В итоге работа над выстраиванием истории о создании фандрайзинговой платформы фонда для включения посторонних людей в решение проблем страдающих от аутизма незаметно перетекла в равнодушное обсуждение темы социальной защиты детей, нуждающихся в особой заботе со стороны государства, в разговор, исполненный восхищения самоотверженной любовью и заботой родителей о своих неизлечимо больных детях, наконец, в размышления о хрупкости человеческой жизни и ее непредсказуемости, а отсюда о неизведанности земного бытия. Вот так на глазах у руководителя семинара и преподавателя семинарского модуля «Сторителлинг как коммуникационная технология», и самих магистрантов сквозь социальную канву готовящегося материала истории проступила ее изнаночная метафизическая сторона как зримое подтверждение генерирования мысли, каковым обладает журналистский текст. В целом же примечательным в данном примере освоения магистрантами коммуникационной технологии является то, что каждый из них не только стал участником практикоориентированного обучения, но и оказался в ситуации, когда выполнение реальной задачи оценивает сама жизнь. И эту оценку можно считать, несомненно, «достоверной», ибо выставлена она была за обнаруженную в будущих журналистах человеческую зрелость. Аналогичная ситуация «authenticassessment» имела место и в работе на семинаре с селфи. Но

там помимо метафизики «автопортрета» еще добавилась интенсивная интеллектуальная составляющая работы журналиста, поскольку, как можно убедиться [11], явление селфи – объект научной рефлексии в зарубежном научном мире.

Как видим, обращение к современным коммуникационным технологиям в магистратуре по направлению «Журналистика», главным образом обусловленно стремлением придать ее образовательной среде практикоориентированность, в конечном счете актуализирует такие производные фундаментального знания в области журналистики, как «интеллектуальный смысл работы журналиста» и «генерирование мыслей» в ходе журналистской работы [12], что значительно обогащает представление о содержательном потенциале технологий коммуникации – того, что делает коммуникационные технологии достойным «парнером» академического дискурса медиа.

Библиографические ссылки

1. Волков С. В. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/sergej.lupus?pnref=lhc.friends> (дата обращения: 23.08.2019).
2. Копылов О. В. Профессионализм журналиста в условиях медиаконвергенции: трансформация, эволюция, апгрейд? // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2012. № 3 (19). С. 122–131.
3. Пургин Ю. П. Функционирование медиахолдинга в условиях трансформации регионального информационного рынка (на примере издательского дома «Алтапресс») : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Екатеринбург, 2011. 19 с.; Овчинников В. А. Принципы организации и функционирования системы управления качеством творческих процессов в региональной мультимедийной редакции : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Екатеринбург, 2011. 16 с.
4. Вартанова Е. Л. Комментарии // Журналистское образование без границ». Конференция Европейской Ассоциации Журналистского образования [Электронный ресурс]. URL: https://soundcloud.com/rmohovaya9/e_l_vartanova (дата обращения: 23.08.2019).
5. Вартанова Е. Л. Круглый стол: Образование, профессия, индустрия и исследования // Журналистское образование без границ. Конференция Европейской Ассоциации Журналистского образования [Электронный ресурс]. URL: https://soundcloud.com/rmohovaya9/e_l_vartanova (дата обращения: 23.08.2019).
6. Вартанова Е. Л. Комментарии // Журналистское образование без границ. Конференция Европейской Ассоциации Журналистского образования [Электронный ресурс]. URL: https://soundcloud.com/rmohovaya9/e_l_vartanova (дата обращения: 23.08.2019).

7. Варганова Е. Л. Круглый стол: Образование, профессия, индустрия и исследования // Журналистское образование без границ. Конференция Европейской Ассоциации Журналистского образования [Электронный ресурс]. URL: https://soundcloud.com/rmohovaya9/e_l_vartanova (дата обращения: 23.08.2019).
8. Варганова Е. Л. О движущих силах журналистского образования // Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 55-го междунар. форума (21–22 апреля 2016 г.). 2016. № 2. С. 310–313.
9. Кривоносов А. Д. Феноменология коммуникационных технологий // Коммуникационные технологии XXI века. К десятилетию кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ: коллективная монография / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 147 с.
10. Варганова Е. Л. Массы и медиа. На что способны современные СМИ? Интервью [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2016/06/28/dekan-zhurfakamgu-gasskazala-o-tom-na-chto-sposobny-sovremennye-smi.html> (дата обращения: 23.08.2019).
11. Джумайло О. А. Обзор. Новые книги о селфи // Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований. Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ. 2018. Т. 3 (4). С. 118–131.

РОЛЬ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ В КОММУНИКАЦИИ БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ

А. В. Колик¹⁾, А. А. Хорощ²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
a.kolik@bsu.by,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
sashakhoroscho@gmail.com*

Проанализирована роль медиаисследований в коммуникации белорусских брендов. Определены основные методы исследований. Актуальность медиаисследований обусловлена необходимостью наличия большого массива информации о целевой аудитории с целью повышения эффективности коммуникации брендов. Вместе с тем в настоящее время в отечественной науке медиаисследованиям не уделено должного внимания. Практическая значимость работы связана с повышением эффективности коммуникации брендов в медиапространстве.

Ключевые слова: бренд; медиаисследования; коммуникация; медиакоммуникация; медиапространство.