

МЕДИАРЕСУРСЫ УНИВЕРСИТЕТА В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

Н. В. Долгова

*Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,
ул. Свободы, 46, 390000, г. Рязань, Россия,
n.dolgova@365.rsu.edu.ru*

Статья посвящена осмыслению роли массмедийных возможностей вуза в аспекте профессиональной подготовки бакалавров журналистики. Приводятся виды деятельности и спектр технических средств, которые обеспечивают формирование компетенций и реализацию творческого потенциала студентов.

Ключевые слова: журналистика; медиаресурс; университет; корпоративное СМИ.

MEDIA RESOURCES OF THE UNIVERSITY IN TEACHING BACHELORS OF JOURNALISM

N. V. Dolgova

*Yesenina Ryazan State University,
46, Svobody Str., 390000, Ryazan, Russia
Corresponding author: N. V. Dolgova (n.dolgova@365.rsu.edu.ru)*

The paper is devoted to the study of the role of the mass media capabilities of the university in teaching bachelors of journalism. The types of activities and a set of technical means that ensure the formation of competencies and the realization of the creative potential of students are given.

Key words: journalism; media resources; University; corporate mass media.

Медиаресурсы любого современного вуза, обеспечивающие его адекватное и эффективное функционирование, осуществление образовательной, научной и организационной деятельности, многоплановы и значительны. Во-первых, это собственные средства: информационно-образовательная среда, компьютерная сеть, электронная библиотека, корпоративная электронная почта, корпоративный чат в мессенджерах, информационные стенды, медиааудитории и т. д. Во-вторых, это внешние электронные образовательные платформы (в том числе электронные

библиотеки, курсы), доступ к которым есть у каждого сотрудника и студента. В рамках формирования компетенций будущих бакалавров журналистики особую роль играет система технологических средств, которые обеспечивают передачу информации численно большим аудиториям.

Университеты обладают значительным массмедийными возможностями. В цифровом обществе даже рядовой вуз характеризуется набором современных массмедийных каналов. Это официальный сайт, репрезентации в социальных сетях (в РФ это преимущественно ВКонтакте), Telegram- и YouTube-каналы; вузы выпускают корпоративную газету; в некоторых функционирует радио. В определенном смысле система медиаресурсов университета – это демоверсия современной массмедийной среды.

Включение данных ресурсов в процесс обучения может способствовать формированию не только компетенции ОПК-6 ФГОС ВО «Журналистика» («Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности»), но и компонента ОПК-5 («Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира <...>») [1]. Данные компетенции обусловлены запросами рынка труда. Так, исследователи отмечают «востребованность журналистов, обладающих навыками медиаграмотности наравне с умениями пользоваться информационно-коммуникационными технологиями» и «востребованность медиаспециалистов, обладающих широким спектром медийных компетенций» [2, с. 313].

Внешние связи университета выстраиваются при помощи таких подразделений, как PR-отделы и пресс-службы. Вуз взаимодействует с городскими, региональными, федеральными массмедиа всех форм собственности, известными журналистами, лидерами общественного мнения. Будущие бакалавры участвуют в коммуникационных кампаниях, реализуемых вузом, осуществляют мониторинг имиджа университета на различных массмедийных каналах.

Вузы являются продуцентом региональной повестки дня: конференции, встречи с медийными людьми, которые проходят в нем, становятся сюжетом сообщений, создаваемых в том числе и студентами. В рамках этой работы они получают богатый опыт по написанию журналистских сообщений в информационных жанрах (репортажа, заметки, хроники и т. д.), по осуществлению фото- и видеосъемки симпозиумов, выставок, фестивалей, культурно-массовых, спортивных и других мероприятий, по оперативному производству мультимедийного новостного кон-

тента. Аналітичні та публіцистичні матеріали (обзорні статті та інтерв'ю, очеркистика) зустрічаються рідше, ніж також розповсюджені. В межах преддипломної практики студенти розробляють творчі проекти: інтерактивні карти, сайти, додатки. Невідомо не відзначити, що при виконанні завдань формується спектр умінь, отримавши назву «soft skills» (так звані, м'які, гнучкі навички), які включаються, головним чином, в оперативну адаптацію до змінюваної середовища.

Конечно, ніяка, навіть найрозвинутіша система масмедійних ресурсів, не в стані цілком «закрити» формування компетенцій. В-перших, оновлення технічної бази вузу не встигає задовольняти швидко змінювані масмедійні запити сучасної молоді. В-других, медіапростір університету – це штучно створений конструкт, який не завжди дозволяє (і не повинен) підтримувати в навчальному закладі редакційну обстановку, «дух» журналістики. Крім цього, студентська активність такого роду може бути продиктована або кон'юнктурними міркуваннями (отриманням зачетів), або психологічно обумовленим небажанням відмовитися науковому керівнику, шанованому викладачу і т. д.

Слід враховувати і той факт, що багато студентів старших курсів (особливо після проходження практики), починають працювати в СМІ і, будучи зацікавлені в даній діяльності матеріально, втрачають інтерес до виконанню завдань, описаних вище. Також в цей час вони спостерігають зіткнення двох професійно-етических норм з різними функціонально-прагматическими векторами: журналістської і корпоративної. Тому привертати до цієї роботи, як правило, вдається студентів 1–2 курсів.

Враховуючи це, медіаресурси університету можуть вважатися достатньо хорошою базою для розвитку творчого потенціалу, без якого діяльність сучасного журналіста неможлива.

Бібліографічні посилання

1. Приказ Міністерства освіти Росії від 08.06.2017 № 524 (ред. від 27.02.2023) «Про затвердженні федерального державного освітнього стандарту вищої освіти – бакалавріату за спеціальністю підготовки 42.03.02 «Журналістика» [Електронний ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219343/925e7ff73148309baeabd92529a6537280c16448/ (дата звернення 05.09.2023).
2. Авдоніна Н. С., Купріков Н. М., Купріков М. Ю. Проектування концепції змісту професійної підготовки за журналістикою // Проблеми теорії та практики журналістики. 2022. № 2. С. 307–321.