Министерство образования и науки Российской Федерации
Тольяттинский государственный университет
Гуманитарно-педагогический институт
Кафедра «Журналистика»

ИННОВАЦИИ
В ВУЗОВСКОМ ПРЕПОДАВАНИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

☑ Материалы научно-практического семинара

☑ Тольятти, 17 февраля 2017 года

© ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», 2017

ISBN 978-5-8259-1162-5

УДК 378:070
ББК 74.484+76.0

Под общей редакцией
доктора филологических наук, профессора Тольяттинского
государственного университета Г.И. Щербаковой

Инновации в вузовском преподавании журналистики : материалы научно-практического семинара (Тольятти, 17 февраля 2017 года) / под общ. ред. Г.И. Щербаковой. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2017. – 1 оптический диск.

В сборнике представлены статьи участников научно-практического семинара «Инновации в вузовском преподавании журналистики», прошедшего в Гуманитарно-педагогическом институте Тольяттинского государственного университета 17.02.2017. В статьях рассматриваются как теоретические, так и практические аспекты современной медиасферы, анализируются инновационные методики вузовского преподавания журналистики, а также рассказывается о личном опыте преподавания авторов сборника. Сборник рассчитан на преподавателей и студентов факультетов и кафедр журналистики, журналистов и всех, кто интересуется современными процессами в медиасфере.

Текстовое электронное издание.

Рекомендовано к изданию кафедрой «Журналистика» Тольяттинского государственного университета.

Минимальные системные требования: IBM PC-совместимый компьютер: Windows XP/Vista/7/8; PIII 500 МГц или эквивалент; 128 Мб ОЗУ; SVGA; CD-ROM; Adobe Acrobat Reader.

© Щербакова Г.И. – научный руководитель семинара, 2017

© ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», 2017

В авторской редакции

Компьютерная верстка: *Л.В. Сызганцева*
Художественное оформление,
компьютерное проектирование: *И.И. Шишкина*

Дата подписания к использованию 19.05.2017.
Объем издания 2,74 Мб.
Комплектация издания:
компакт-диск, первичная упаковка.
Заказ № 4-04-17.

Издательство Тольяттинского
государственного университета
445020, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14
тел. 8(8482) 53-91-47, www.tltsu.ru

Предисловие

Научно-практический семинар «Инновации в вузовском преподавании журналистики», организованный кафедрой журналистики, состоялся 17 февраля 2017 года в Тольяттинском государственном университете.

Цель мероприятия – обсуждение новых реалий журналистской практики, новых проблем взаимодействия журналистики как творческой деятельности с вузовской наукой и методикой преподавания, а также обмен опытом и поиск оптимальных моделей представления деятельности СМИ для их внедрения в вузовское преподавание журналистики.

Целевая аудитория семинара – вузовские преподаватели, аспиранты, магистранты, студенты, журналисты и редакторы СМИ.

В семинаре приняли участие ведущие учёные вузов России: Москвы, Петербурга, Воронежа, Казани, Уфы, Самары, Тольятти.

Основное направление работы семинара: «Инновации вузовского преподавания журналистики».

В рамках семинара проводился круглый стол «Журналистика в современном мире: традиции и вызовы/риски».

Итогом семинара стал сборник научных статей его участников.

ОПЫТ СОЗДАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО СМИ
(на материале журнала «Слово»)

А.Г. Асташкин, Д.М. Гареева, Д.Р. Мухутдинова
Башкирский государственный университет

Аннотация. В статье рассмотрены организационные, технологические и методические аспекты создания учебного студенческого издания и его место в структуре обучения журналистов.
Ключевые слова. Студенческое издание. Методика обучения. Студенческие СМИ. Журналистское мастерство
Abstract. The article deals with organizational, technological and methodological aspects of the creation of the student's educational journal and its place in the structure of training of journalists.
Keywords. Teaching methods. Student media. Journalistic skills

«Слово» – журнал, издаваемый студентами филологического факультета Башкирского государственного университета. Первый номер был выпущен в марте 2014 г., на данный момент вышло 15 номеров. Параллельно с печатным изданием ведутся группа в социальной сети «ВКонтакте» и аккаунт в «Instagram». Целевая аудитория журнала –студенты БашГУ и других учебных заведений, абитуриенты, а также все, кто интересуется культурой и литературой.

Выпуск собственного издания на факультете был обусловлен двумя факторами. Во-первых, необходимость в нем возникла после открытия новых образовательных программ – направления «Издательское дело» и профиля «Прикладная филология» по направлению «Филология». Поскольку часть учебных курсов связана с созданием издательской продукции, работой с информацией и текстами, для эффективного освоения этих предметов стала нужна площадка, на базе которой молодые специалисты смогли бы применить полученные знания.

Во-вторых, вследствие обострившейся конкуренции как внутри вуза, так и между гуманитарными факультетами университетов республики, филологическому факультету стал необходим эффективный инструмент в ведении профориентационной работы и собственный коммуникативный канал для формирования внутреннего и внешнего имиджа факультета. Эти задачи были возложены на журнал. С одной стороны, выпуск собственного издания играет боль-

шую роль в формировании положительной репутации факультета перед абитуриентами и их родителями. С другой стороны, студенты в процессе обучения участвуют в культурной жизни университета (города, республики), самостоятельно организуют мероприятия на факультете, принимают участие в различных конкурсах, олимпиадах, научно-исследовательских работах (местного, регионального и всероссийской уровней) – информирование аудитории о предстоящих или произошедших событиях в научной, культурной, спортивной жизни факультета также была возложена на издание.

В ходе становления «Слова» как преподаватели, курирующие журнал, так и редакция столкнулись с рядом проблем. Студенческое издание – важный технологический инструмент образовательного процесса. Выпуск журнала – модель производственного процесса, с которым будущие выпускники столкнутся по окончании университета. Студенты учатся нести ответственность за свою работу, выполняя определенные функции в редакции, но степень ответственности не настолько высока и допускает возможность ошибок или срыва заданий.

«Слово» выполняет учебно-производственные и социальные функции. В ходе работы над журналом студенты получают необходимые профессиональные и коммуникативные навыки. Кроме того, журнал представляет экспериментальную базу, где происходит апробация тех знаний и умений, которые студенты приобретают в ходе изучения следующих курсов: менеджмент и маркетинг в издательском деле, основы редактирования, литературное редактирование, информационные технологии в издательском деле, технология редакционно-издательского процесса, дизайн печатных СМИ, введение в специальность, основы копирайтинга, учебной практики и др.

Выпуск журнала представляет собой цельный редакционно-издательский процесс – от планирования до сдачи номера в типографию: обсуждение выпуска (согласование темы и объема номера, материалов, авторов, промежуточных и окончательных сроков), подготовка материалов (текстов, иллюстраций), редактура и вычитка, верстка, окончательная вычитка. Участники занимают разные должности и выполняют обязанности, соответствующие занимаемой роли: главного редактора, технического редактора, редакторов

рубрик, дизайнеров, иллюстраторов, корректоров, верстальщиков, авторов. Каждый участник приобретает и отрабатывает навыки согласно той должности, которую занимает. Так, задачи главного редактора и редакторов рубрик состоят в подборе нужных авторов и материалов, координации работы и контроле сроков исполнения. Технический редактор, иллюстратор, дизайнер, верстальщик работают над визуальным исполнением издания, и их работа состоит не только в компоновке и иллюстрировании материала. Авторы материалов учатся, чтобы не допустить технических ошибок в верстке, составить макет издания согласно техническим правилам набора и верстки, искать темы для будущих публикаций, работать с информацией, брать интервью, грамотно, согласно канонам журналистских жанров, составлять тексты. Работа корректора заключается во внимательной и многократной вычитке материалов. При совместной работе над выпуском номера студенты учатся взаимодействовать друг с другом. Контроль за исполнением работы редакции и сдачей материалов в срок, отправка текстов на доработку, обсуждение номера, ошибок – сложный процесс, который требует ответственности и усилий каждого участника.

На этапе корреляции образовательного процесса с практикой в редакции возникают проблемы. Они связаны с тем, что студенты приходят в редакцию уже на первом курсе, не обладая достаточным уровнем подготовки, так как необходимые для той или иной роли в журнале спецдисциплины изучаются на 2–4 курсах. Частично это решается с помощью факультативных интенсивов, организуемых преподавателями, курирующими издание, для сотрудников редакции. Важную роль играет работа с «новичками» внутри редакции, которую проводят студенты старших курсов. Актуальным при этом остается сохранение интереса и мотивации «опытных» авторов и редакторов, так как «Слово» является не просто «тренировочной базой» для получения и совершенствования навыков, а полноценным студенческим СМИ и также должно развиваться, что возможно только с сильным коллективом.

Поскольку студенческое издание также планировалось как ключевой инструмент внутреннего и внешнего пиара, профориентационной деятельности, существовала опасность трансформации журнала

в типичное корпоративное СМИ, ставящее интересы инициатора выше интересов читателя. Необходимо отдать должное администрации факультета, которая поддержала изначальную «свободную» концепцию издания, что позволило избежать системного конфликта.

Первый номер издания в газетном формате вышел 28 марта 2014 года и включал в себя следующие рубрики: «Крупным планом» (интервью с преподавателями), «Мысли вслух» (аналитика), «Беседка» (стихи и проза), «Репортажи» и «Новости». На начальном этапе были определены объем издания – 8 полос (формата А 4) и периодичность – каждые 2 месяца.

В дальнейшем редакция столкнулась с проблемой быстрого «устаревания» информации: на момент выхода номера в свет новости теряли свою актуальность, а между информационными поводами была существенная временная разница. Еще одной сложностью, которая возникла в работе над материалами, стал дефицит информации, нехватка и «сезонный» характер интересных университетских событий, о которых можно было бы написать.

В связи с этим было принято решение о смене формата и отказе от новостных рубрик в печатном издании. «Слово» стало ежемесячным журналом, где публикуются информационно-аналитические, художественно-публицистические материалы и творческие работы студентов. Оперативная публикация новостей, анонсов и репортажей была перенесена на официальную страницу журнала во «ВКонтакте». Новостная группа, являясь продолжением и электронным дополнением печатного издания, тем не менее, представляет собой самостоятельное средство массовой информации и выполняет собственные функции, среди которых:

- своевременное информирование студентов о предстоящих событиях;
- предоставление отчетов и репортажей с прошедших мероприятий;
- популяризация гуманитарных наук и филологического факультета среди школьников и знакомство абитуриентов с факультетом.

Наполнением страницы, отслеживанием информационных поводов и публикацией материалов редакция журнала занимается параллельно с работой над выпуском.

Помимо группы «ВКонтакте» в информационно-новостной работе «Слова» задействован и активно используется «Instagram», основной контент которого составляют фоторепортажи с комментариями очевидцев, участников разных событий.

Разделение новостного и аналитического блоков информации между печатной и электронной версиями позволило в самом журнале сосредоточиться на содержательной части и уделить внимание дизайну каждого отдельного номера. Одной из особенностей визуального воплощения «Слова» стали уникальные рисованные обложки, цель которых – привлечение внимания и отражение общей идеи номера. Первоначально было принято решение о выборе конкретной темы для каждого выпуска. Это, с одной стороны, облегчало работу по сбору материалов (авторы и редакторы точно знали, о чём им нужно писать), с другой, общая тематика делала статьи, представленные в разных рубриках, однотипными. Необходимо было найти оптимальный вариант, при котором разные, неповторяющиеся материалы сосуществовали бы в одном выпуске и, по возможности, дополняли бы друг друга. В данном случае перед читателем оказывалась бы не просто подборка текстов, а цельное издание. К этому идеалу редакция журнала стремится при создании каждого выпуска, и потому главный редактор строго не ограничивает авторов в выборе тем для написания статей. Окончательная «сборка» и «подгонка» материалов номера происходят уже на этапе макетирования и верстки, когда главный редактор с верстальщиком выстраивают логическую и сюжетную цепочку выпуска.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ WEB-РЕСУРСОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ НАЧИНАЮЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ МЕДИЙНОЙ КРИТИКЕ

Р.П. Баканов
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Аннотация. В статье рассмотрена разработанная автором тактика обучения дисциплине «Медийная критика в системе современной журналистики России», которую автор ведет у студентов четвертого курса бакалавриата (очное и заочное обучение) Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ и отделения журналистики его Набережно-Челнинского института, используя новые информационно-коммуникативные технологии (ИКТ).
Ключевые слова: Медиакритика. Методика обучения. Студенческие компетенции. Журналистское мастерство.
Abstract. The article examines the author developed the tactic of learning the discipline of «Media criticism in the system of modern journalism in Russia», which the author leads the students of the fourth year undergraduate (full-time and correspondence course) graduate school of journalism and media communications at KFU and the Institute of journalism at its Naberezhnye Chelny Institute, using new information and communication technologies (ICT).
Key words: Media criticism. The method of teaching. Student competencies. Journalistic skills.

В данной работе мы хотим предложить к обсуждению разработанную нами тактику обучения дисциплине «Медийная критика в системе современной журналистики России», которую мы ведем у студентов четвертого курса бакалавриата (очное и заочное обучение) Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ и отделения журналистики его Набережно-Челнинского института, используя новые информационно-коммуникативные технологии (ИКТ). Речь идет пока только об одной из ее составных частей, в которой нами ставится задача обучения студентов навыкам самостоятельного анализа медийных текстов. Так как на изучение предмета учебным планом отведено 36 часов в седьмом семестре, на наш взгляд, целесообразнее обучение при помощи Интернета именно во второй части дисциплины – времени, когда студентами прослушаны теоретические вопросы и на их основе можно попробовать свои силы в практике медиакритики (в частности, телекритики).

В последние годы приходится слышать, что систему высшего образования в России надо менять. С высоких трибун звучат слова

о необходимости перехода на балльно-рейтинговую систему, индивидуальных траекториях обучения, модификации ранее разработанных учебных программ. Термин «дистанционное образование», похоже, уже вошел в моду. Однако много ли найдется по-настоящему эффективных методик преподавания дисциплин, основывающихся на новых информационных платформах? Ведь подготовить электронный учебник – дело не только коллективное, но и дорогое. А качество образования одними инвестициями не измеришь.

Понимая, что на создание электронного учебного пособия по нашей дисциплине уйдет много времени, да и с финансированием неважно, а учить студентов надо сейчас, мы решили поделить предмет на две равные части. Первая часть (18 часов) теоретическая, в которой обучающиеся осваивают предмет, объект, функции, задачи, жанры, виды и типы медиакритики, формы подачи материала. Вторая часть (18 часов) практическая, ее цель – научить студентов методике критического анализа медийных произведений.

Здесь на помощь может прийти Интернет с его многочисленными дискуссионно-тематическими площадками. Преподавателю вместе со студентами следует выбрать ресурс, который будет наиболее удобен для обучения. Это может быть специально созданный на соответствующих бесплатных сайтах блог или закрытая темавтическая группа в одной из социальных сетей. Желательно выбирать такой ресурс, инструментарий и функции которого уже знакомы студентам.

Обучение характеризуется максимальным погружением студента в тему. Студенты будут заняты практической работой: анализом предложенных преподавателем произведений ведущих отечественных телевизионных критиков, а также созданием собственных текстов.

Почти все время занятий у ребят уйдет на самостоятельную работу. Им придется самостоятельно найти и ознакомиться с научной литературой, а также газетно-журнальными публикациями, рекомендованными преподавателем в качестве источников для обязательного изучения. Проводя анализ предложенных медийных текстов, студент параллельно должен выработать для себя несколько обязательных критериев, которые должны присутствовать в публикации, в которой анализируется творческая деятельность журналиста, редакционного коллектива или определенного средства массовой коммуникации.

С тьютером-преподавателем курса студенты встречаются только на организационном собрании, приуроченном к началу процесса обучения, и при сдаче зачета (очная форма). В период обучения общение между преподавателем и студентами осуществляется с помощью нескольких видов web-коммуникации:

– конференция, открытая либо на специально созданном бесплатном сервере, либо на личном сайте преподавателя. Необходима для публикации выполненных домашних заданий каждого студента по каждому вопросу с возможностью их дальнейшего комментирования не только преподавателем, но и каждым студентом. Каждому студенту должна быть предоставлена возможность знакомиться и высказывать свои мнения о выполнении домашних заданий своими коллегами;

– форум или специально созданная закрытая группа в социальной сети «В контакте», предназначенные для оперативной реакции студентов на вопросы от преподавателя, адресованные всем учащимся, а также для нескольких совместных попыток анализа предложенных преподавателем медийных текстов;

– электронная почта (специально созданный электронный ящик), назначение которой – концентрирование корреспонденции от учащихся с выполненными домашними заданиями и консультирование студентов по их просьбе;

– чат, общаясь посредством которого студенты могут обсуждать между собой домашние задания, консультировать друг друга, а также просто переписываться на разные темы.

Преподаватель в течение всего курса обязан:

– обеспечить каждого студента необходимой основной учебной литературой и источниками для анализа;
– организовать и поддерживать (модерировать) все три указанные формы web-коммуникации;
– своевременно готовить для студентов учебные домашние задания, следить за временем их выполнения;
– проверять домашние задания студентов;
– заносить результаты успеваемости на специально созданную электронную доску успеваемости;
– быть всегда на связи, оперативно консультировать каждого студента по их первой просьбе.

После окончания процесса обучения студенты, успешно выполнившие все домашние задания и подготовившие самостоятельный материал-рецензию или отзыв на теле- или радиопередачи (а также публикации в печатной прессе или в online-медиа) допускаются к итоговым тестовым заданиям. Зачет проводится в присутствии преподавателя на компьютере. Студент должен ответить на 15 вопросов, касающихся изученного материала и теоретических основ медийной критики, с которыми он был ознакомлен ранее. Компьютерная программа выбирает из банка тестовых заданий 15 вопросов трех типов: 6 заданий открытой формы + 6 заданий закрытой формы +3 задания на установления соответствия. Время на выполнение тестовых заданий – не более 30 минут.

Студенты, успешно сдавшие зачет (то есть ответившие правильно более чем на 90% вопросов), получают сертификат об успешном окончании обучения курса «Анализ медийных текстов» и могут быть допущены к дальнейшему изучению медийной критики как отдельного направления в журналистике.

Программа курса обучения представлена в таблице.

№ позиции	Изучаемые темы и домашние задания	Формы работы студентов
1	Самостоятельная работа по изучению типов критики: - описательный; - коммерческо-промоцийный; - проблемно-постановочный; - комментирующий; - рецензирующий; - «желтый». Признаки каждого типа. Разбираем примеры из нескольких публикаций ведущих отечественных медийных критиков	Самостоятельное изучение предложенных преподавателем текстов и учебной литературы. Изучение учебной литературы по теме занятия
2	Сетевая конференция на тему самостоятельного выявления каждого из типов критики и умение обнаружить их признаки	Самостоятельная подготовка студентов к семинару. Семинар продолжается семь дней включительно. В конце недели каждый студент обязан представить свою работу в письменном виде на электронный ресурс преподавателю

№ позиции	Изучаемые темы и домашние задания	Формы работы студентов
3	Обсуждение результатов первой сетевой конференции на форуме. В процессе обсуждения каждый студент обязан оперативно ответить на несколько вопросов по изучаемой теме, которые ему задает преподаватель. В форуме может быть создано несколько тематических направлений	Самостоятельная работа студентов, выраженная в ознакомлении с домашними заданиями каждого из своих коллег. Самостоятельная подготовка и оперативные ответы на вопросы от преподавателя
4	Самостоятельная работа по изучению обязательных критериев, необходимых для конструктивной критики. Изучение соблюдение/нарушение норм профессиональной этики журналиста	Самостоятельное изучение предложенных преподавателем текстов и учебной литературы. В конце недели каждому студенту присылаются по два оригинальных текста из СМК (для каждого студента тексты разные), в которых требуется найти критерии нарушения или соответствия нормам этики журналиста. Выполненную домашнюю работу необходимо в положенный срок (не позже трех дней после получения задания) выслать на электронную почту преподавателю
5	Сетевой форум со студентами по обсуждению их второго выполненного домашнего задания. В обсуждении в обязательном порядке принимают участие все студенты. Параллельно на форуме преподаватель начинает дискуссию, предложив к обсуждению 2–3 актуальных вопроса по изучаемой теме	Продолжительность конференции до четырех дней включительно. Студенты обсуждают работу своих коллег, не нарушая правила профессиональной (журналистской) этики. Продолжительность дискуссии на форуме – до пяти дней включительно. Студенты отвечают на вопросы, обязательно приводят примеры из практики
6	Сетевой семинар – преподаватель публикует на форуме один текст из газеты или журнала и просит обсудить его на наличие типов критики, соответствия / нарушений норм профессиональной этики. Через четыре дня публикуется следующий текст с тем же заданием.	Обсуждение каждого опубликованного на форуме материала может занять до пяти дней включительно. Написание отзыва или рецензии не должно затягиваться студентами: работы должны быть представлены преподавателю и опубликованы в форуме не позже

№ позиции	Изучаемые темы и домашние задания	Формы работы студентов
	Одновременно на форуме преподаватель рекомендует посмотреть некоторые телепередачи или прочесть некоторые материалы из печатной или online-прессы с дальнейшим обязательным написанием отзыва или рецензии минимум на два рекомендованных текста с использованием разных типов критики	чем через два дня после выхода телепередачи в эфир или после двух дней после рекомендации преподавателя (касается печатных публикаций)
7	Сетевой семинар – обсуждение студентами и преподавателем текстов, подготовленных студентами по предыдущему заданию. В процессе обсуждения и анализа преподаватель показывает, из чего состоит текст, в котором содержится аналитический разбор медийного произведения. После обсуждения преподаватель дает задание каждому студенту: 1. Суммировать в письменном виде: что должно обязательно присутствовать в аналитическом тексте (дать аргументированный ответ не менее чем по шести составляющим); 2. Написать рецензию или отзыв на какую-либо телепередачу (на выбор студента) с использованием рецензирующего или проблемно-постановочного типов критики	Обсуждение подготовленных студентами текстов может занять до пяти дней включительно. При этом необходимо сразу определить крайнее время публикации материалов студентов на форуме, после которого объявить об официальном начале обсуждения. Это – прерогатива преподавателя. Выполнение домашнего задания по суммированию обязательных элементов аналитических текстов не должно превышать трех дней после отправления задания преподавателем. Рецензии или отзывы должны быть направлены преподавателю не позже чем через два дня после выхода передачи в свет. Это нужно для тренировки оперативности. Обсуждение каждого текста начинается сразу после публикации ее в форуме. Преподаватель обязан опубликовать текст максимально быстро. Продолжительность обсуждения – семь дней включительно
8	Параллельно с обсуждением предыдущих заданий, преподаватель присылает каждому студенту по одному критическому выступлению четырех разных авторов, специализирующихся в федеральных/республмканских	Выполнение задания по написанию рецензии (обозрения) – не более чем двое суток после выхода передачи в эфир или окончания очередной телевизионной недели. Материалы пересылаются преподавателю на электрон-

№ позиции	Изучаемые темы и домашние задания	Формы работы студентов
	газетах на телевизионной критике. Используя примеры и опыт этих авторов, каждый студент должен написать рецензию или обозрение на определенную телепередачу (на выбор студента) или проанализировать очередную телевизионную неделю с точки зрения качества передач основных каналов. Второе задание: сравнить предложенные преподавателем тексты телевизионных критиков. Сделать письменный сравнительно-сопоставительный анализ специфики творческого почерка каждого из них. Привлечение дополнительного материала желательно	ную почту, но не публикуются в форуме. С этим материалов студент придет на зачет в очной форме. Студенту предлагается сверхзадача – предложить свой текст для публикации в каком-либо СМИ. Все эти тексты должны быть опубликованы и обсуждены в форме только после проведения зачета по данному курсу. Домашнее задание – сравнительная характеристика телевизионных критиков – должно быть представлено преподавателю не позднее, чем через четыре дня после отправления задания студентам. Конечное время публикации в форуме и начала итоговой дискуссии определяется преподавателем
9	Проведение итоговой дискуссии в форуме. Обсуждение последнего домашнего задания, ответы на актуальные вопросы из журналистской практики, подобранных преподавателем, обсуждение оригинального медийного текста. Все происходит параллельно в разных темах форума. Преподаватель активно участвует в форуме, а также подводит итоги успеваемости каждого студента, информирует его о допуске / не допуске к зачету и сообщает время и место проведения зачета по электронной почте	Проведение итоговой дискуссии – до восьми дней включительно. Студенты получают по электронной почте от преподавателя банк тестовых заданий и приступают к подготовке к зачету
10	Проведение зачета (студент лично отвечает на вопросы компьютерного тестирования по пройденному материалу)	Проведение зачета

А теперь поговорим о плюсах и минусах представленного проекта, которые возникают при его реализации. Сначала обозначим положительные качества.

Во-первых, возможность максимального «погружения» студентов в предмет. Возможность совершенствования практических навыков анализа медиатекстов ежедневно.

Во-вторых, каждый студент должен рассчитывать только на себя, так как на ресурсе учащийся обязательно регистрируется и выступает под своим настоящим именем. Отговорки типа «я не был на занятии» или «не видел задания» не пройдут. В специальном разделе перед началом online-обучения преподаватель должен опубликовать его методику, регламент курса, баллы, которые каждый студент может получить за анализ текста, комментарий реплики коллеги, рецензирования его материала. Помимо этого, ведущему курса следует указать расписание работы группы: по каким дням недели будет публиковаться очередное задание, сколько времени отводится на его выполнение, возможны ли сетевой семинар или дискуссия. Преподаватель должен постоянно следить за выполнением графика работы каждым студентом. Чтобы он соблюдался, стоит по возможности создать сервис, который своевременно будет сообщать каждому из учащихся по смс или электронной почте о публикации нового задания и окончании работы над ним. Думается, это поможет дисциплинировать слушателей курса.

В-третьих, выполняя задания в Сети, у студента есть возможность быстрого поиска необходимых для учебы документов или первоисточников. В идеале подготовка такой базы данных должна стать заботой для преподавателя. Она должна быть размещена на самом видном месте ресурса – так, чтобы любой студент без труда смог найти ее, кликнуть «мышкой» на папку и выбрать необходимый сейчас медиатекст. Интеллектуальную базу сайта может наполнять как ведущий курса, так и студенты, предварительно посоветовавшись о возможности публикации того или иного текста с преподавателем. Он находится в статусе модератора проекта.

В-четвертых, дистанционная форма обучения студентов не требует многочисленных личных встреч преподавателя с обучающимся. По всем вопросам последний имеет право всегда обращаться

к преподавателю посредством отправки ему письма на электронную почту или в личные сообщения социальных сетей. Кроме того, в специально созданной в соцсети «В контакте» закрытой учебной группе для выполнений заданий ведущий курса видит студенческую активность, оценивает их работу и делает промежуточные выводы о приобретаемых студентами знаниях. Эти выводы могут помочь ему в выборе дальнейших заданий, направленных на лучшее усвоения материала. Во избежание тематической путаницы все студенты должны выполнять общие, а не индивидуальные задания и получать оценку за них точно в установленные сроки. Отступать от них даже на один час нежелательно.

В-пятых, каждому обучающемуся видна работа своего коллеги: что он комментирует, насколько оперативно выполняет задания, насколько продвинулся в обучении технике оппонирования и так далее. Здесь действует принцип публичности, умения быстро работать и отслеживать действия сокурсников. Кроме того, преподаватель поддерживает неформальное сетевое общение студентов и сам может принимать в нем участие.

Помимо положительных моментов, при реализации нашего проекта мы неизбежно ощутим следующие отрицательные стороны online-обучения.

Во-первых, традиционная студенческая несобранность. Она может стать причиной задержки выполнения заданий, а то и полного временного игнорирования образовательного проекта. Кроме того, если человек заболеет, он также рискует пропустить какую-то часть информации и, следовательно, отстать от сокурсников. Этим учащимся придется самостоятельно догонять коллег, работать более интерсивно, чем прежде.

Во-вторых, многие ли студенты (да и преподаватель) готовы к существенному увеличению учебной нагрузки? Ведь вместо 36 обычных учебных часов им придется провести во Всемирной сети раза в три-четыре больше. Здесь возникают две задачи: а) Как правильно распределить свои силы и время, чтобы их хватило на весь семестр обучения медийной критике? б) Как сделать так, чтобы от частой работы в рамках электронного проекта у студента не накапливалась психолгическая усталость? Видимо, отвечать на них необходимо совместно с психологом.

В-третьих, студенты могут сказать: «у нас не было времени и/или доступа к Интернету». Можно ли проверить, насколько истинны эти слова? Сегодня, когда нет проблем с выходом во Всемирную сеть, все отговорки не принимаются. Как вариант возможна организация сетевых семинаров в виде дополнения к традиционной – аудиторной – форме проведения занятий.

Итак, представленный к обсуждению образовательный проект можно рассматривать в качестве перспективы при дальнейшем усовершенствовании учебной дисциплины «Медийная критика в системе современной журналистики России». Его реализация предполагает максимальную собранность и отдачу как от студентов, так и от преподавателя, учебная нагрузка которого увеличилась значительно. По сути, пока это проект для энтузиастов, желающих освоить ремесло медийного критика. Ресурс, конечно, отнимает много времени от других видов деятельности обучающихся, требует от студента и преподавателя максимальной отдачи и «погружения» в тему. Каждому обучающемуся приходится делать выбор между душной аудиторией и традиционной фиксированной по времени лекцией или постоянного обучения посредством Интернет-сервисов.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Н.Н. Борщева
Самарский государственный социально-педагогический университет

Аннотация. В статье поднимается ряд вопросов, связанных с преподаванием одной из профилирующих дисциплин, в которой закладываются начальные профессиональные знания – «Основы журналистской деятельности». Рассматриваются структурные элементы (модули) рабочей программы, некоторые педагогические методики, предусмотренные обновленной образовательной программы по профилю «конвергентная журналистика».
Ключевые слова. Конвергентная журналистика, компетенции, бакалавр-журналист, профессиональная деятельность журналиста
Abstract. The article raises a number of issues related to the teaching of one of the majors, which laid the basic professional knowledge – “fundamentals of journalistic activities.” Examines the structural elements (modules) working

program, some pedagogical techniques are provided for updated educational programs according to the profile of “convergent journalism”.
Keywords. Convergent journalism, competence, bachelor, journalist, and professional activities of the journalist

Дисциплина «Основы журналистской деятельности» входит в базовый блок федерального государственного образовательного стандарта, занимая важное место в подготовке современного журналиста-бакалавра. Ее изучение на младших курсах связано с профессионально-практической подготовкой бакалавров. Обучение и подготовка профессиональных кадров вызвана потребностью общества в грамотных журналистах, владеющих технологиями написания медиатекста и несущих ответственность перед аудиторией за точность и достоверность фактов. «Очевидно при этом, что понимание и преподавание журналистики, ее сути, ролей, а, следовательно, ее инструментария и профессиональных особенностей, меняется», – подчеркивает декан факультета журналистики МГУ Е.Л.Вартанова [2, 268]. В соответствии с профилизацией нашей кафедры – «Конвергентная журналистика» - осуществляется формирование новых компетенций, навыков профессиональной журналистской сферы, сосредоточенной вокруг редакции мультимедийного типа. Образовательные стандарты регламентируют подготовку профессионалов в сфере журналистской деятельности на основе модульной формы изучения учебного материала. Количество модулей и их содержание определяет сам преподаватель. В данном случае, рабочая программа дисциплины включает три модуля. Первый модуль включает вопросы, связанные с изучением конвергентной журналистикой как производственной сферой, опирающейся на собственные способы и методы деятельности. Лекционный материал строится вокруг новых граней деятельности журналиста в эпоху цифровых технологий и реорганизаций традиционных редакций. На основе конкретных примеров и результатов деятельности ряда общероссийских СМИ конвергенция характеризуется и как бизнес-стратегия, и как процесс создания оригинального информационного продукта. В качестве примера может служить и деятельность редакций областной газеты «Волжская коммуна», еженедельника «Самарское обозрение». Эти редакции к тому же являются базой практики наших студентов,

вследствие чего происходит наглядное усвоение материала. Второй модуль направлен на изучение журналистского текста в СМИ, включая интернет-журналистику, в качестве важнейшего информационно-коммуникационного ресурса. В первую очередь, содержание данного модуля строится на классических теориях текстовой деятельности СМИ, понятийном, терминологическом аппарате теории журналистики. Только освоив основные формально-содержательные характеристики медиатекста, можно переходить к вопросам создания конвергентного текста, как контента, «упакованного» для разных носителей. Третий модуль – это область профессиональной культуры конвергентного журналиста, в частности, поиск, сбор и методы работы с информацией, выявление индивидуального и коллективного в работе современного журналиста. Здесь закрепляется представление о способах производственной и творческой деятельности российского журналиста, воспринимаемого сегодня как универсального специалиста. Кроме того, при изучении данной дисциплины постоянно обсуждаются вопросы поведения и участия аудитории – потребителя и создателя контента. Современные реалии постоянно вносят свои коррективы в процесс преподавания дисциплины, по-прежнему система подготовки бакалавров и в частности, бакалавров-журналистов вызывает критический общественный резонанс, разноголосицу мнений. Сам по себе подход к журналистскому образованию в условиях конвергенции является сложным и многоаспектным, хотя в общих чертах в российском образовании сложилась и соблюдается единая методика в направленности обучения бакалавров-журналистов. Стало появляться много авторских учебно-методических пособий, практикумов по основам журналистской деятельности. Один из них – известный ученый Е.В. Олешко подчеркивает, что в рамках освоения нормативной дисциплины студенты должны «приобрести навыки ориентации в современном информационном пространстве, адаптироваться к стремительно меняющейся коммуникационной среде» [4, 6]. В то же время перед каждым преподавателем стоит непростая задача построения обучающей программы в условиях радикальных перемен, происходящих в области технологической модернизации СМИ и соответственно, меняющих взгляд на процесс образования. С одной

стороны, традиции классического университетского образования и требования ФГОС, с другой – специфика предметного содержания дисциплины, где еще недавно в названии звучало словосочетание «творческая деятельность». Автор учебного пособия «Преподавание журналистики в высшей школе» профессор С.Г.Корконосенко считает, что «едва ли не самые большие сложности вызывают предметы из области журналистского мастерства. Здесь тоже не годятся напыщенные рассуждения о творческом характере работы в прессе, на их основе невозможно построить обучающую программу» [3, 32]. Действительно, диапазон реализации творческих навыков сегодня возрастает: конвергентная редакция способствует этому, т. к. медиапродукт не может создаваться только с помощью рутинных технологий. Производственно-творческий характер дисциплины требует учитывать личностную. индивидуальную природу журналистской деятельности и расширение коммуникативных возможностей массмедиа. Индустрия новостей в XXI веке и доминирование новых технологий расширяют возможности конвергентной журналистики, формируют у бакалавров новое профессиональное мировоззрение. Получение искомых образовательных результатов зависит от ответственного подхода преподавателя. Уровень методических умений и педагогических компетенций вузовского преподавателя являются залогом успешного обучения. Не случайно, петербургский профессор М.А. Бережная замечает, что «журналистика как творческая деятельность всегда бежала от стандартов» [1, 85]. Стандартизация образования хотя и влияет на процесс обучения, профессиональная вариативность способна все же обеспечивать запросы и потребности медиарынка на современном этапе. Инновации в учебном процессе необходимы для более эффективного усвоения необходимых навыков и приемов, вызваны, в первую очередь, необходимостью пересмотра устоявшихся методик преподавания дисциплины. Закономерно возникает потребность пересмотра отдельных положений концептуального характера вузовской учебной литературы, которая в силу объективных причин устаревает. Критическое переосмысление некоторых постулатов теории журналистской деятельности не может быть поспешным, и если отражается в переработанных рабочих программах дисциплины, то лишь на основе

явных тенденций, признаков меняющейся научно-практической парадигмы. Внедрение новых образовательных моделей происходит с учетом трансформации всех слагаемых журналистской профессии. Во многом личность преподавателя, его инициатива влияют на характер и содержание учебного процесса. В учебной программе закладываются базовые понятия, отражающие магистральный вектор структурно-содержательной модели той или иной дисциплины. Процесс обучения данной дисциплины опирается и на практику учебных СМИ. Объединенная редакция, существующая на кафедре журналистики СГСПУ, может считаться моделью конвергентной журналистики. Единое содержание готовится сразу для печатной учебной газеты «Академикус», вузовского сайта, социальных сетей. В кафедральной медиалаборатории студенты отрабатывают навыки и умения журналистской профессии, учатся работать в команде, решать нестандартные задачи. Действуя как незаменимая производственная база, медиалаборатория, одновременно, дает ценный опыт по закреплению базовых основ журналистской деятельности. Самостоятельная работа студентов, на которую отводится значительный объем времени, реализуется не только в изучении необходимого программного учебного материала, но и дает возможность лично поднимать свой творческий потенциал.

Аудиторная работа в целом направлена, прежде всего, на изучение базовых характеристик и способов журналистской деятельности. Часть занятий строится на обсуждении вопросов, связанных с профессиональными задачами журналиста, теми видами творчества, которые выделяют ее среди других социально-ориентированных специальностей. Тренировка логического и творческого мышления формируют профессиональную умелость студентов-бакалавров, приучают студентов к эвристическому методу познания. В соответствии с видами деятельности, которые готов решать бакалавр, главной профессиональной задачей является «журналистская авторская» («создание материалов для различных типов, видов СМИ и других медиа с учетом их специфики»). На ее решение направлены максимальные усилия преподавателей. Авторское творчество журналиста в условиях конвергенции форматов, осознается сегодня как медиапроизводство. В соответствии с ранее изложен-

ной теорией авторитетного московского ученого, автора учебников по журналистской деятельности Г.В. Лазутиной, производство информационного продукта на стадии познавательной деятельности носит стадиальный характер. Цифровые технологии накладывают свой отпечаток на методы познавательной деятельности, способы предъявления журналистской информации – этот тезис тщательно проговаривается и обсуждается в аудитории. Разбирая на занятиях новые технологии авторской деятельности, нельзя не сказать и о таком способе написания текста как инфографика. Цифровизация контента СМИ приводит к активному использованию в журналистской работе баз открытых интернет-данных (data, big data). На современном этапе в журналистике данных используют интернет-коммуникацию, становятся более разнообразными и форматы конвергенции разных типов контента. Журналистика данных становится ведущим ресурсом развития профессионального творчества журналиста и означает для медиасреды реализацию процесса коммуникации, который формирует у аудитории не только мнения, но и новые знания. Особенность формата журналистики данных заключается в том, что журналист использует набор данных не только как метод, инструмент для создания авторского текста, но и как основной ресурс при раскрытии темы. Эта практика в качестве нового способа создания журналистского текста пока что не получила в российской журналистике большого применения. А среди региональных СМИ переход идет еще намного медленнее и тяжелее, поэтому проблема изучения журналистики данных на занятиях носит поисковый, прогностический характер. Студент-бакалавр в процессе обучения овладевает первичными навыками поиска и обработки цифровых данных, ориентации в медиаландшафте, адаптации к новой коммуникационным условиям. Дискуссионным в науке является вопрос о том, что такое дата-журналистики: новый формат, метод или жанр и какой именно. На лекции делается краткий экскурс в историю зарождения явления, рассматриваются различные суждения относительно данного феномена. Преподаватель обсуждает со студентами в ходе проведения проблемных лекций, практических и лабораторных занятий вопросы о том, можно ли считать это направление частью авторской работы журналиста и каких компетенций она от него требует. В качестве эмпирической базы использу-

ются федеральные и региональные СМИ. Преподавателю важно не только учитывать, объяснять и раскрывать суть нового направления в СМИ, но и соотносить его с традиционными технологиями создания журналистского текста. Проблема предоставлении аудитории качественного мультимедийного контента всегда будет актуальной в рамках журналистского вузовского образования. Постоянно находиться в поиске эффективных педагогических технологий, поднимать профессиональную планку процесса обучения по освоению и практической реализации основ конвергентной журналистики является задачей кафедры журналистики СГСПУ.

Литература

1. Бережная М.А. Преподавание журналистики: кадры решают все // Век информации. Медиа в современном мире – Петербургские чтения: матер. 54-го междунар. Форума (22–24 апреля 2015 г.) / ред.-сост. С.Г. Корконосенко, Д.П. Гавра ; отв. ред. С.Г. Корконосенко. – СПб. : Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2015. – № 3(34). – С.85.
2. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – 2-е изд., испр. – М. : МедиаМир, 2014. – С. 268.
3. Корконосенко С.Г. Преподавание журналистики в высшей школе: учеб. пос. – СПб. : Свое издательство, 2015. – С.32.
4. Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учеб. пособие / Е.В. Олешко ; науч. ред. Б.Н.Лозовский. – 2-е изд. – М.: Флинта ; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – С. 6.

СОЗДАНИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО САЙТА КАК МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Е.А. Барашкина, Е.В. Выровцева
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Аннотация. Студенческий сайт – медиаобразовательный проект, позволяющий формировать профессиональные компетенции будущих журналистов. Студенты овладевают навыками работы в конвергентной редакции, создают медиатексты различных форматов и жанров.

Ключевые слова: образовательные технологии, компетенции, конвергентная редакция, мультимедийное издание, медиатекст.

Abstract. Student website – media educational project, allowing to form future journalists› professional competence. Students gain skills of work in convergent edition, create media texts of different formats and genres.
Keywords: educational technology, competencies, convergent editorial office, multimedia edition, media text.

На кафедре теории и истории журналистики Самарского университета создан и начал функционировать сайт GrowthМедиа [1], над которым работает творческий коллектив преподавателей и студентов, или, как сегодня принято говорить, ньюсрума, интегрированной мультиформатной объединенной редакции. Это своеобразное «медиа для роста», профессионального роста. Основная цель данного медиапроекта отражена в слогане «учимся учиться». Слоган подсказан нам Я.Н. Засурским, считающим, что главная задача университета – научить учиться, «дать удочку», т. е. серьезные знания, которые помогут выпускнику найти работу в самых разных условиях.

Приходится признать: студентов необходимо убеждать в том, что «ловить» знания, умения, навыки – это интересный и полезный процесс. Создание сайта, его наполнение и продвижение как раз позволяет включить студентов в этот процесс. Для молодых людей, зараженных медиавирусом и привыкших жить в мире пяти экранов, постоянным местом обитания является интернет. Студенческий медиаобразовательный проект превращает это место обитания в мультифункциональную, в первую очередь образовательную, площадку.

Цель медиаобразовательного проекта GrowthМедиа – помочь студентам осваивать принципы функционирования нового информационного пространства – современных конвергентных редакций, изданий, основанных на мультимедийности, интерактивности, гипертекстуальности. Студенческий сайт позволяет операционализировать принципиально важные профессиональные понятия (трансмедийный дискурс, интегрированная подача информации, жанр и т.д.), т.е. эти понятия наполняются эмпирическим, личностным смыслом. Психологи, обобщая признаки, которыми обладают операционализированные понятия, выделяют следующие: высокая смысловая нагрузка и эмоциональная заряженность; наличие смысловых связей в системе понятий, обеспечивающих целостность усваиваемой субъектом информации; множественность

эмпирических реализаций; инструментальный характер выраженного в понятиях знания [2, с. 176-177].

Возможности проекта GrowthМедиа позволяют формировать многие профессиональные компетенции, включенные в образовательный стандарт подготовки журналистов: способность понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; способность понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация); способность использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ; способность участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами и др.

Работа в проекте предполагает ответственность за «промежуточные и конечные результаты, которая стимулирует развитие свободной коммуникации и персональной инициативы. В результате естественным образом развивается специализация и профессионализация в соответствии с выделенными функциями и ответственностью» [3, с. 131–132].

GrowthМедиа – это многофункциональная площадка: информационная, образовательная, коммуникативная, интеграционная, имиджевая. Многофункциональность площадки делает возможным использовать её для самых разных учебных курсов – основ творческой деятельности журналиста, новостной журналистики, основ рекламы и связей с общественностью и многих других.

На сайте есть лента новостей, интегрированная с официальным сайтом факультета филологии и журналистики Самарского университета, существующими и уже имеющими хорошую аудиторию группами и аккаунтами в соцсетях. Для GrowthМедиа студент может предложить более свободный и оригинальный способ представления события, а также студенческий медиаресурс не ограничен про-

странством только вуза, любое интересное событие может попасть на GrowthМедиа. Кроме того, сайт может интегрировать информацию разных факультетов и разных объединений, где работают преподаватели, делая ссылки на сайты кафедр, группы в соцетях и т. п.

Созданы специальные страницы для учебных материалов – монографий, учебных пособий, семинарских заданий, вопросов, полезных ссылок и т. п. Это исключает возможность студента на семинарах и экзаменах оправдаться тем, что не нашел книги, вопросы и т .п. Кроме того, в связи с катастрофическим сокращением аудиторных занятий, выполнение и проверка заданий дистанционно становится необходимостью и единственным решением проблемы. А размещение выполненных заданий на сайте позволит выпускникам включать эти материалы в творческое досье, которое сегодня при устройстве на работу зачастую играет ключевую роль.

GrowthМедиа дает возможность создания таких образовательных медиапроектов, которые бы объединили преподавателей разных кафедр и студентов разных направлений подготовки. Например, 2017 год – Год экологии и Год столетия революции, год, в котором исполняется 95 лет созданию СССР, 200 лет К. Аксакову и А.К. Толстому и т. д. Мультимедийный проект по каждой такой дате может объединить историков, социологов, психологов, филологов, журналистов, заставив студентов погрузиться в материал. Студенческий сайт – это и площадка для публикации ВКР по многим направлениям подготовки.

Студенческий сайт может и должен стать эффективной моделью корпоративного и событийного пиара, без которого сейчас сложно выживать в условиях жесткой конкуренции на рынке образовательных услуг. Сегодня сложилась такая ситуация, когда отсутствие события, процесса, личности в медиапространстве стало свидетельством их отсутствия и в реальности. В норму превратилось объяснение выбора того или иного вуза, той или иной специальности такими словами: Я читал ваш блог, вашу страницу в соцсетях и поэтому решил поступать к вам / Я изучил сайт и выбрал именно вас. Поэтому очевидны актуальность, важность и необходимость создания конкурентоспособной медийной площадки, которая требует совместных усилий преподавателей и студентов, постоянного на-

полнения и продвижения. Здесь же можно реализовывать и специальные ПР-проекты по продвижению института, хотя даже грамотное мультимедийное представление того, что делается в институте уже привлечет к нему внимание, создаст репутацию и имидж.

Можно сказать, что проект GrowthМедиа имеет все возможности для организации интересного, полезного, плодотворного диалога между преподавателями, учеными, студентами, абитуриентами, общественностью. Медиапространство стало влиятельным и удобным средством общения, способным объединить представителей разных социальных групп и привлечь внимание к социально-гуманитарному институту Самарского университета.

Реализация проекта вносит еще одну важную новацию в деятельности молодого журналиста: она неизбежно формирует ориентацию на производителя и получателя информации. «Без понимания нужд и интересов первого невозможно получить финансирование, без нужд и интересов второго невозможно реалистично спланировать и получить результаты проекта» [3, с. 132]. Сайт способен актуализировать профессиональную мотивацию студентов, когда они видят обратную связь аудитории; позволяет «сформировать у будущих журналистов набор алгоритмов, которые помогут им приступить к практической работе без дополнительной переподготовки. Обучение студентов в данном случае можно сравнить с подготовкой спортсменов-единоборцев, отрабатывающих приемы с постоянным повышением сложности: от части приема – к приему целиком, от медленного исполнения – к быстрому, от бесконтактного – к контактному» [4, с. 165].

Медиаобразовательный проект, в котором студенты и преподаватели совместно решают творческие задачи, формирует профессиональную культуру будущих журналистов – систему мировоззрения, этических и юридических норм профессии и принципов журналистского сообщества. Как справедливо заметила Е.Л. Вартанова, «формирование профессиональных компетенций нельзя отдавать на аутсорсинг работодателям, к которым студенты идут на практику» [5].

В целом, медиаобразовательный проект способствует проявлению профессиональной самостоятельности студентов, «осмыслению перспективы личностного и профессионального самосовершенствования» [6, с. 31]. Студенты разрабатывают и реализуют концепцию

мультимедийного издания, организуют работу конвергентной редакции, основанной на интеграции различных форматов, типов, жанров медиа-продукта; создают медиатексты для различных форматов.

Литература

1. http://growthmediasmr.tilda.ws
2. Березин С.В., Шапатина О.В. Операционализация психологических понятий – основа формирования профессиональных компетенций психологов // Стратегические цели вуза в условиях инновационной образовательной деятельности. – Самара, 2011. – С. 175–177.
3. Августевич С.И., Внукова Л.Ю. Медиапроектирование как средство развития социальной активности студентов // Современное журналистское образование: компетентностный подход / под ред. Г.В. Лазутиной. – М., 2011. – С. 129–133.
4. Колесниченко А.В. Творческая студия как форма адаптации студентов к редакционной деятельности // Современное журналистское образование: синтез теории и практики / под ред. Г.В. Лазутиной. – М., 2010. – С. 165–171.
5. Выступление на открытии международной научно-практической конференции «Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия», МГУ имени М.В.Ломоносова, февраль 2017 г.
6. Саблина Т.А. Актуализация субъектной позиции как фактор развития профессиональной культуры студента-журналиста // Современное журналистское образование: компетентностный подход / под ред. Г. В. Лазутиной. – М., 2011. С. 25–32.

ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ У СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ТЕЛЕВИДЕНИЕ»

Н.А. Захарченко
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П.Королева

Аннотация. В статье освещается опыт преподавания практических занятий у студентов направления подготовки «Телевидение», развернутого на кафедре теории и истории журналистики Самарского университета, в основе которого – синтез теории и практики. Сущностные характеристики современного телевизионного продукта требуют от специалиста в области массмедийной коммуникации серьезной профессиональной подготовки, что и обуславливает смену подходов к преподаванию теле-

визионной журналистики. Наряду с мультимедийной производственной медиаплощадкой (ГТРК «Самара»), в учебном процессе важное стратегическое значение приобретают инновационные методы преподавания.
Ключевые слова: медиарынок, медиаобразование, телевидение, телевизионная журналистика, медиалаборатория, интерактивный метод, портфолио.
Abstract. The article highlights the experience of teaching practical lessons to students who chose “Television journalism” as their major. The process of education is deployed at the Department of Theory and History of Journalism of Samara University, the basis of the program is the synthesis of theory and practice. Essential characteristics of modern television production demand serious training from the expert in the field of mass-mediated communication, which causes a change of approaches to teaching TV journalism. Along with the multimedia production media-platform (GTRC (government tv and radio company) “Samara”), innovative teaching methods acquire great strategic importance in the learning process.
Keywords: media market, media education, television, tv journalism, media laboratory, interactive method, portfolio.

Изучение особенностей современного телевидения как одного из важнейших СМК, чрезвычайно привлекательного для массовой аудитории, – необходимая составляющая журналистского образования XXI века. Будучи аудиовизуальным по своей природе, телевидение, синтезируя звук и изображение, обладает большими коммуникативными возможностями. Различаясь по способу трансляции, по типу деятельности, по охвату аудитории, по специализации программ, по финансированию и т. п., телевидение как феномен современного информационного пространства нуждается в тщательном, всестороннем исследовании. Сущностные характеристики современного телевизионного продукта – тиражированность информации, ее социальная значимость, многоканальность и вариативность каналов распространения, широкодоступность и др. – требуют от специалиста в этой области массмедийного пространства серьезной профессиональной подготовки. Увеличение развлекательного сегмента, появление треш-телевидения, борьба за рейтинг и, как следствие, использования агрессивных приемов воздействия на аудиторию, переход к цифровым технологиям, создание конвергентных редакций, трансформация форматов и жанров – все эти объективные факторы меняют устоявшиеся подходы

к обучению телевизионной журналистике. Как заметила Н. Ажгихина, секретарь Союза журналистов России, «очень важно, чтобы выпускники, завершая образование, все же имели представление о том, куда пойти работать и чем им там придется заниматься. Времена распределения советского образца ушли, но на журфаки идут те, кто надеется получить путевку в профессиональную жизнь» [Вартанова Е., Ажгихина Н. Диалоги о журналистике. – М., 2011. – С. 90].

Формы обучения практической журналистской деятельности, в том числе на телевидении, – один из важных проблемных аспектов современного медиаобразования, его неотъемлемая часть. Одно из ключевых требований современного медиарынка, позволяющих выпускнику факультетов и отделений журналистики чувствовать себя конкурентоспособным, - быть универсальным. В Самарском университете (ранее – Самарский государственный университет) направление подготовки «Телевидение» существует с 2012 года. В 2016 году состоялся первый выпуск студентов, имеющих квалификацию «Бакалавр телевидения». Это обстоятельство, без сомнения, не только повышает степень ответственности преподавателей, разрабатывающих различные образовательные модели, которые отвечают Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 42.03.04 (уровень бакалавриата), утвержденного приказом № 945 от 7 августа 2014 г., но и позволяет говорить о накопленном опыте в реализации основной образовательной программы (ООП). В обучающем процессе на направлении подготовки «Телевидение» активно используется мультимедийное оборудование. При этом кафедрой реализуется инновационный принцип учебного процесса, в основе которого – синтез теории и практики современного телевидения.

ООП направления подготовки «Телевидение» ориентирована на потребности современного информационного рынка, соответственно, она готовит востребованных специалистов в сфере массовой информации и коммуникации: в организациях и на предприятиях, обеспечивающих телевещание и производство телепередач; телерадиокомпаниях и холдингах, радиовещательных компаниях, продюсерских фирмах, кинокомпаниях, киностудиях, компаниях по производству аудио- и видеорекламы.

Профессиональные компетенции, полученные в процессе обучения, позволяют выпускникам реализовываться в первую очередь в прикладной деятельности: например, репортерской, комментаторской, дикторской, модераторской, сценаристской, редакторской, режиссерской, исполнительской, операторской, что возможно в организациях и на предприятиях, осуществляющих телевещание и производство телевизионных продуктов, в средствах массовой информации и смежных информационно-коммуникационных структурах.

Как того требует образовательный стандарт, аудиторные занятия у студентов-телевизионщиков в Самарском университете ведут высококвалифицированные преподаватели, доктора и кандидаты наук, а также практикующие специалисты в области массмедиа, владеющие прикладными навыками создания и распространения массмедийного контента. Общение с ведущими специалистами в сфере массмедийной коммуникации органично встроено в учебный процесс: один день в неделю студенты 1–4 курсов направления подготовки «Телевидение» проводят в творческой мастерской на ГТРК «Самара». В качестве совместителей на кафедре теории и истории журналистики – с момента открытия направления и по настоящее время -работают ведущие журналисты ГРТК «Самара». Среди них – Е.Л. Крылова, А.Н. Крылов, Е.В. Хегай, Р.А. Лямшин, С.О. Ерышев, Д.К. Рыбалко, А.В. Введенская. В результате тесного сотрудничества кафедры с журналистами-практиками студенты получают уникальную возможность овладения современными мультимедийными технологиями и прохождения практики с первых дней обучения на ГТРК «Самара» и других телеканалах Самарской области. Вместе с тем, наряду с дисциплинами, которые преподаются непосредственно на ГТРК «Самара», т. е. в условиях современного телевизионного производства, есть и такие, которые осваиваются традиционным для вузовского образования способом – в университетской аудитории.

Согласно учебному плану, в 7 и 8 семестрах в ООП по направлению подготовки «Телевидение» включены дисциплины, которые на завершающем этапе обучения студентов-тележурналистов призваны аккумулировать знания, умения и навыки, полученные ими на предыдущих этапах обучения. В итоге задача практических

занятий в рамках ряда дисциплин - повысить эффективность профессиональных ориентиров в сложных, неоднозначных областях современной телевизионной журналистики. Среди учебных курсов, которые предполагают традиционный монологический подход к организации лекций и семинаров, – «Аналитическая программа на современном телевидении» (7 и 8 семестры), «Традиции и новаторство на российском телевидении» (7 семестр), «Медиакритика» (7 и 8 семестры), «Инфотейнмент в современных масс-медиа» (8 семестр). Данные дисциплины ведутся не на ГТРК «Самара», а в условиях университетской аудитории или в медиалаборатории кафедры теории и истории журналистики Самарского университета.

Представляется очевидным, что качественное преподавание вышеперечисленных дисциплин невозможно реализовывать, не обращаясь к интерактивным методам обучения, в основе которых – активное взаимодействие всех участников учебного процесса. Такая многоадресная коммуникация может осуществляться через формы диалога и полилога («преподаватель – студент» и «студент – студент»), что позволяет уйти от пассивного восприятия того или иного материала.

Важно, чтобы у студентов направления подготовки «Телевидение» по окончании того или иного курса в качестве формы отчетности был реализован конечный продукт (опредмеченный результат) их творческой деятельности, который может быть объективно оценен в рамках учебного процесса согласно той балльно-рейтинговой системе, которая действует в Самарском университете.

Для студентов-тележурналистов одним из вариантов такой оптимальной накопительной системы оценки может служить портфолио. Будучи важной формой творческой самореализации будущих тележурналистов, творческое досье (или портфолио) как нельзя лучше раскрывает тот креативный потенциал, который способствует в итоге профессиональному росту, обмену творческими идеями, стимулирует к созданию нового, эксклюзивного продукта.

В портфолио могут найти отражение следующие элементы как аудиторной, так и внеаудиторной работы студента:

– результаты контрольных работ, тестов, проверочных заданий;

– письменные творческие работы (например, эссе);

– проекты разной направленности;
– лист наблюдений (например, отражающий эволюцию какой-либо телевизионной программы или творческий рост современного тележурналиста);
– авторские видеосюжеты (т. е. созданные самими студентами);
– рецензии на работы однокурсников;
– анализ конкретных единиц эфирного контента;
– синквейны;
– глоссарий;
– проектная деятельность в социальных сетях, способствующая профессиональной самоидентификации студентов.

Без сомнения, портфолио студентов направления подготовки «Телевидение» носят отчетливо выраженный практико-ориетированный характер. Творческое досье как форма отчетности по той или иной дисциплине – это прекрасная возможность заявить о собственном профессиональном уровне, проявить креативность, обменяться опытом и получить оценку результатов собственной деятельности.

Например, портфолио как конечный (опредмеченный) результат курса «Аналитическая программа на современном телевидении» включает следующие обязательные компоненты: алгоритм анализа современной аналитической программы; глоссарий; эссе на тему: «Плюсы и минусы приемов инфотейнмента в современной аналитической программе»; презентацию, отражающую сложность и проблемность такого аспекта, как типология современной аналитической программы.

Глоссарий, включенный в данное портфолио, представляет собой 20–30 ключевых понятий, связанных с той или иной темой, и снабженный необходимыми комментариями студентов. Как правило, такой словарь узкоспециализированных терминов дает представление об отрасли знания в целом и, что важно, позволяет устранить терминологическую неоднозначность, наблюдающуюся в современной журналисткой науке. В частности, глоссарий поможет разобраться студенту в таких понятиях, как «текст», «формат», «жанр», выступающих в научной литературе в качестве синонимичных, но, тем не менее, не всегда тождественных.

Именно интерактивные методы обучения позволяют включить студентов в различные виды деятельности – исследовательскую, творческую, проектную, коммуникативную. Весьма эффективными для реализации ООП направления подготовки «Телевидение» являются интерактивные методы обучения. Среди них, в частности, – деловые и ролевые игры, пресс-конференция, метод «круглого стола», «мозговой штурм», диспут, дебаты, мастер-класс, кейс-метод и т. п.

Весьма показательным в плане внедрения инновационных технологий в процесс обучения студентов-телевизионщиков является курс «Медиакритика» который представляет собой синтез коллективных форм занятий в аудитории с самостоятельной аналитической и поисковой работой студентов. Цель применения инновационного подхода к преподаванию «Медиакритики» – включить студентов-тележурналистов в активную реальную деятельность, предполагающую органичный синтез теоретического освоения материала курса с его практической направленностью. Одним из перспективных направлений методической работы по данному курсу, в котором, безусловно, реализуется инновационный подход, следует считать создание учебного журнала «Медиавзгляд».

С этой целью организуется ролевая игра в редакцию (в ее основе – модель современного редакционного коллектива) с соответствующим распределением ролей среди студентов: главный редактор, дизайнер, специалист по верстке, редакторы отделов, корреспонденты, фотокорреспондент, корректор и т. п. В результате создается конкретный информационный продукт достойного качества и содержания, поскольку он выполняется по всем канонам медиакритического творчества. Важно, что студенты учитывают всю жанровую палитру современной медиакритики: их публикация может быть реализована в жанре рецензии, критической статьи, творческого портрета, телевизионного обозрения, медиакритической колонки и т. п. На кафедре теории и истории журналистики в рамках курса «Медиакритика» выпуски журнала «Медиавзгляд» были посвящены оценке самарского телевидения; медиакритическому анализу развлекательного контента в целом; критике информационной политики отдельных каналов, в частности, НТВ, «Ю», «Пятница», «ТВ-3».

Другая не менее удачная инновационная форма работы в аудитории, которая является эффективным инструментом контроля качества усвоения учебного материла, – интерактивный методический прием, получивший название «формула ПОПС». Как известно, структура формулы ПОПС четырехкомпонентная: П – позиция; О – обоснование; П – примеры; С - следствие. Следуя этой формуле, студенты имеют возможность построить выступление на любую из предложенных тем, при этом аргументировав свое мнения и убедительно доказав собственную точку зрения.

Приведу примеры заданий, реализацию которых уместно осуществлять с помощью формулы ПОПС. Это своего рода проблемные аспекты функционирования современного телевизионного контента.

Например:

1. Как реализуется тенденция интерактивности в различных телевизионных программах российского телевидения?
2. Существует ли жанр журналистского расследования в современных криминальных программах?
3. Как вы понимаете афоризм: «Ничто не существует реально, пока это не показали по телевидению» (Д. Бурстин)?
4. Как вы понимаете термин «виртуализация реальности» (С. Ильченко)?
5. Современное телевидение – это... Свой ответ аргументируйте.
6. Как вы понимаете термин «шоу-цивилизация» (С.Ильченко)?
7. В каких программах, на ваш взгляд, наиболее полно реализуется социальная миссия телевидения?
8. Согласитесь или опровергните мнение Александра Гордона, что «телевизионная профессия – это ерническая профессия шута».
9. Докажите жизнеспособность и правомерность утверждения Марианны Максимовской: «Плох тот журналист, который не чувствует изменения общественных настроений в стране».
10. Согласны ли вы с утверждением Александра Архангельского, что «телевидение... продукт скоропортящийся. Оно не признает вчерашних успехов»?

Оформляя ПОПС формулу, обучающиеся реализуют важные компетентностные задачи, развивают творческие и интеллектуальные способности. Составление формулы ПОПС может носить индивидуальный, парный и групповой (коллективный) характер.

Представленные интерактивные виды деятельности в рамках практических занятий позволяет превратить разрозненные факты по проблеме в стройную, логически выстроенную систему, что, без сомнения, пригодится студенту 4 курса направления подготовки «Телевидения» в написании выпускной квалификационной работы, где необходимо реализовать не только творческие, но и исследовательские, аналитические навыки. Интерактивное обучение такого плана позволяет не только наглядно, емко, кратко представить необходимый для усвоения материал, но и исключает плагиат, поскольку каждый проект по-своему уникален и неповторим.

Практические занятия для студентов направления подготовки «Телевидение» предполагают еще и подготовку к активной проектной и научно-исследовательской деятельности. Студенты, начиная с 1 курса, участвуют в профессиональных конкурсах, фестивалях, форумах различного статуса. Среди них, например, можно назвать Национальную премию в области развития общественных связей «Серебряный лучник», молодежный форум ПФО «iВолга», молодежный форум «Территория смыслов на Клязьме», Городской хакатон для журналистов «JourHack», научно-практический семинар «Медиаполигон-24», Всероссийский молодёжный образовательный форум «Таврида» и др. Это тоже своеобразная «профессиональная путевка в жизнь»: такого рода деятельность способствует самопознанию, саморазвитию, укреплению таких качеств, значимых для тележурналиста, как любознательность, оригинальность, коммуникабельность, трудоспособность.

ЕДИНСТВО И БОРЬБА ВЕРБАЛЬНОГО И ВИЗУАЛЬНОГО В СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина
Воронежский государственный университет

Аннотация. В статье исследуются визуальные и вербальные элементы классических и современных журналистских произведений и способы их соединения в единое целое.
Abstract. This article examines visual and verbal elements of classical and modern journalism works and their connection methods into a single unit.
Ключевые слова: фотография, текст, видео, мультимедийный элемент, мультимедийная публикация, Юрий Рост.
Keywords: photography, text, video, multimedia element, multimedia publication, Yuri Rost.

Стремительно трансформирующиеся стандарты современного журналистского производства ломают устоявшиеся стереотипы журналистского творчества. Классические образовательные подходы, связанные с обучением журналистики, также во многом устаревают. Журналист в современных мультимедийных СМИ давно перестал быть только создателем текстов. С другой стороны, обучение многочисленным приемам визуализации в журналистике зачастую дается в отрыве от основ создания журналистского произведения в целом. В результате такие подходы значительно снижают коммуникационную эффективность журналистской публикации, рассеивается или во многом утрачивается ее социальная функция.

Что сделать, для того чтобы улучшить сложившуюся ситуацию? На наш взгляд, для этого необходимо осознать, что практически любое журналистское произведение сегодня – это сплав вербального и визуального, единство мультиконтента, состоящего из текста, звука, изображения, видео, инфографики, анимации, комбинации мультимедийных данных. Как все это гармонично соединяется, превращается в ценный сплав, несущий созидательный или, наоборот, разрушительный коммуникационный заряд? Как научить создавать мультимедийную гармонию?

Начнем с анализа лучшей отечественной практики подобных произведений. Обратим внимание на то, что сегодня все меньше смысла говорить о какой-то особой, мультимедийной, журнали-

стике. Вся современная журналистика, в отличие от литературы, становится мультимедийной. А само журналистское произведение потеряло в качестве первоосновы книгу. Сегодня это еще и фильм, и игра, и даже пресловутый комикс.

В классической газетной журналистике, соединяющей текст, фотографию, реже рисунок, фотография функционировала в тексте для того, чтобы, с одной стороны, подчеркнуть документальную составляющую (фотография представляла собой документ события), с другой – усилить чувственную реакцию аудитории на сообщение. Основной функцией добавления же текстовки к фотографии было объяснить.

В разных сегментах журналистики появлялись и другие варианты соединения разных видов содержания. Так в СССР был популярен музыкальный журнал «Кругозор», который соединял вербальный и аудиальный контент: на гибких пластинках записывались песни и музыка тех или иных исполнителей, музыкальный носитель соединялся под одной обложкой со страницами с текстами об исполнителях и их творчестве, а также их фотографиями.

В отечественной журналистике были и авторы, которые могли виртуозно запечатлеть мгновение и посредством слова, и с помощью фотоаппарата. Одним из таких мастеров отечественной Журналистики Большого Стиля был и остается Юрий Рост. В его произведениях фото и текст часто сплавляются так причудливо, что эта гармония становится труднообъяснимой. В произведениях Роста ни текст не добавляется к фото, ни фото к тексту. А соединяются они подчас несколькими равноправными чувственно-смысловыми каналами. Неизменно одно: фотография несет больше чувств и эмоций, текст – смысла. Хотя и здесь не все так просто. В вербальной части ростовских произведений – сонм ассоциативной образности, в визуальной – фактографического смысла.

Попробуем «разъять гармонию» на примере нескольких зарисовок Юрия Роста.

Музыкант и дирижер Евгений Мравинский на фотографии Роста стоит за дирижерским пультом, левая рука, полусжатая, лежит на пульте, она кажется очень большой, правая – в кармане брюк. Сзади, не фоном, а фотографическим объектом, равновеликим ди-

рижеру – Большой зал Ленинградской филармонии. Он пуст. Текстовая часть зарисовки «По чистому холсту тишины»[1] течет с самых первых слов: «Он входит в Большой зал Ленинградской филармонии, и тишина входит вслед за ним, потому что все, будь то репетирующий оркестр или полное собрание зрителей, понимают, что эта тишина – чистый холст – нужна великому музыканту для творения неповторимой и неповторяемой картины; или философского размышления; или магического извлечения из нашей души скрытых до его появления у дирижерского пульта чувств.

Она нужна ему для музыки».[2]

Вербальное начало зарисовки буквально превращает фотографию из статической в динамическую. Она оживает. Немного воображения – и мы видим худощавого, устремленного ввысь, мудрого маэстро, входящим в этот зал. Фотография превращается в видеоряд. И, о чудо, мы начинаем не только видеть, но и слышать. Тишину, текущую вслед за ним. Тишину – как предвестницу музыки. Тишину – без которой ее, музыку, невозможно услышать.

Основная мысль произведения – «он (Мравинский) властелин тишины и повелитель звуков, и горе несчастному, посягнувшему на тишину и чистый тон» – продолжается бекграундом, описанием обстоятельств съемки, также добавляющим красок к характеру его главного героя: «Одним только взглядом Евгений Александрович «вывел» меня из зала за мысль – не более – сфотографировать его в концерте. А после репетиции я пришел к нему в кабинет и, зная, как не любит Мравинский съемок, сказал, что у меня есть профессиональная просьба:

– Не могли бы вы вернуться на пустую сцену и постоять у пульта?

В комнате, где было много народа, воцарилось испуганное молчание, часть людей, зная суровый нрав Мравинского, незаметно выскользнула за дверь.

– Чужую работу надо уважать, – сказал маэстро, и мы отправились на сцену».[3]

---

[1] Рост Ю. По чистому холсту тишины / Ю. Рост // Литературная газета. – 1986. – 11 июн.

[2] Там же

[3] Там же

И вот оно – соединение визуального и вербального, подчеркнутое в финале вербальной части: «Перед вами этот снимок.

Большой музыкант на фоне Большого зала Ленинградской филармонии».[4]

Демонстрация фотографической журналисткой кухни в вербальной части повествования становится своеобразным «соусом», соединяющим вербальную и визуальную часть, как в первичных, так и особенно во «вторичных»[5] зарисовках Юрия Роста.

В очерке «Ушел человек»,[6] созданном Юрием Ростом на смерть выдающегося ученого и общественного деятеля Андрея Дмитриевича Сахарова, фотография главного героя монтируется, встраивается в вербальную основу публикации: «В эти дни много добрых, умных, высоких и справедливых слов написано об Андрее Дмитриевиче, и нет смысла их повторять. Не сомневаюсь, читатели «ЛГ», которые близко к сердцу восприняли уход из жизни академика Сахарова, прочли все, что о нем было написано. Потому я хочу рассказать то, чего вы не знаете.

Ну, вот хотя бы начнем со снимка, который у вас перед глазами. Он сделан почти двадцать лет назад в квартире Сахарова, еще возле Курчатовского института».[7] Далее читатель, всматривающийся в фотографию некогда «секретного физика» проникает в ее средоточие, глубину: «Это был период его выбора. То самое время, когда он определил для себя цель дальнейшей своей жизни. Бороться за справедливость. Справедливость была для него понятием абсолютным, и права, которыми должен обладать человек, - едиными и не зависимыми от идеологии, которая как туман, или как разрушительный ураган, или как ясное солнце, царствует лишь временно над землей».[8] Более того, фотография в очерке становится и одной из его «героинь»: «...Сделав фотографию в 1970 году я привез ее Ан-

---

[4] Там же

[5] Юрий Рост выпустил несколько книг, в которых творчески переработал первоначальные газетные зарисовки, чаще всего, дополняя их как раз подобным журналистским бекграундом – Юрий Рост. Люди какими их увидел и описал Юрий Рост. – М., Новая газета, – 2003.

[6] Рост Ю. Ушёл человек / Ю. Рост // Литературная газета. – 1989. – 20 дек.

[7] Там же

[8] Там же

дрею Дмитриевичу. Один из главных создателей термоядерного оружия. Засекреченный и закрытый, он еще ни разу не позировал перед журналистской камерой. Лишь несколько любительских фотографий, сделанных личным охранником академика Курчатова, сохранились у него в архиве. Он подписал мне фотографию, и я повесил ее дома на стене. Снимок сохранился, а негативы исчезли из ящика письменного стола в редакции «Комсомольской правды». Фотографию ни тогда, ни позже напечатать не удалось».[9]

Фотография как средоточие и отражение чувств автора, а так же как основа журналистской зарисовки присутствует в публикации «Боннэр».[10] Из эпицентра фотографии, на которой изображена пожилая женщина, зажигающая спичку, чтобы мгновением позже прикурить от нее, рождается история жизни, любви, взаимоотношения двух людей. «Они были хорошей и совершенно неправильной семьей. Друзьями, соратниками и супругами. (Можно изменить последовательность слов.)».[11]

В финале зарисовки о двоих: Андрее Дмитриевиче и Елене Георгиевне, в центре которой фотография, на которой Елена Боннэр, зажигающая сигарету, – одна, автор пишет: «Аппарат не снимает ощущения, поэтому на сегодняшней фотографии Елена Георгиевна одна».[12] На самом же деле, этот вербальный фрагмент как раз и добавляет ощущение – на фото одинокой Боннэр незримо присутствует образ ее друга, соратника, супруга Андрея Сахарова.

Для относительно подготовленной, умеющей хотя бы на начальном уровне расшифровывать ассоциации и образы аудитории подобная гармония визуального и вербального будет иметь гораздо большую эстетическую ценность, нежели, например, популярные в кинематографе эффекты замедленной съемки подвижной камерой или построенные на этих же принципах и модные в 2016–2017 годах манекен челленджи.

Попробуем теперь обратиться, исходя из обозначенных позиций, к публикациям в современных онлайн-СМИ. Обогащённые

---

[9] Там же

[10] Рост. Ю. Боннэр / Ю. Рост // Новая газета. – 2003. – 17–19 февр.

[11] Там же

[12] Там же

мультимедийным контентом произведения в современных СМИ становятся ещё более эмоциональными, несут ещё более мощный коммуникационный заряд.

Соотношение вербальных и визуальных компонентов в них может быть различным в зависимости от специфики объекта и предмета исследования, поставленной цели и задач, а также интенции автора. Действительно, произведения журналистов в современных онлайн-СМИ изменяются качественно, представляя синергию вербальных, визуальных, аудиальных компонентов, функционирующих в кросс-платформенной среде.

Однако новые технологии не отменяют понимания того, что ключевой характеристикой журналистского контента остается его коммуникативное качество, т. е. эффективность воздействия на аудиторию. Читатель хоть и «любит глазами», но, тем не менее, воспринимает мультимедийную информацию осмысленно. Поверхностные истории или просто красивые фото не дают желаемого полифонического звучания мультимедийному контенту.

Сочетая множество вербальных и визуальных форм подачи информации, материалы онлайн-журналистики сегодня существуют, на наш взгляд, в трёх принципиально разных соединениях контента.

В первом варианте главным гидом по истории остаётся текст. А визуальный ряд остается лишь основными достопримечательностями.

Екатерина Фомина («Новая газета») в корреспонденции «Пережили блокаду – и это переживём»[13] продолжает традиции той самой Журналистики Большого Стиля. В истории передачи Исаакиевского собора РПЦ город словно оживает визуально. Молодой автор выстраивает повествование так, чтобы преобладающий вербальный компонент в сочетании с живыми репортажными фото, стильным фото обложки публикации создавали синкретичную публикацию с необычайно сильным эмоциональным эффектом.

Корреспонденция написана как скрипт к драматическому фильму, чётко структурированный на четыре части. А заглавное фото материала, поданное в обрез экрана, не просто задаёт тон всему пове-

[13] Фомина Е. «Пережили блокаду – и это переживём» / Е. Фомина // Новая газета (https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/02/19/71563-perezhili-blokadu-i-eto-perezhivem)

ствованию. Оно становится лейтмотивом материала, а также делает публикацию звучащей.

На фоне Исаакиевского собора на читателя взирает, широко раскрыв рот пальчиковая кукла, представляющая героя картины Эдварда Мунка «Крик». И в образе этой куклы для читателя с богатым воображением оживает сам отчаявшийся Петербург. Город, с которым, по словам автора, «нельзя разговаривать на «ты». Город, в который «нельзя входить, не вытерев ноги, не сняв калоши на пороге».

Герой полотна норвежца Мунка давно стал символом отчаяния, одиночества, отчуждения. И эти же интенции Екатерина Фомина переносит и в само тело текста, усиливая «кричащий» эффект. Они прорываются голосами петербуржцев: директора Исаакия Николая Бурова, руководителя программы «История» в Санкт-Петербургской НИУ ВШЭ Андриана Селина, экскурсовода Елены Прудовской, её пережившего блокаду 85-летнего отца и других активистов. Голос каждого героя текста, вышедшего на защиту Исаакия, – это голос Петербурга. А крик – ответная реакция города на безжалостное к нему отношение со стороны властей. «Это не ор по поводу музея, это крик по поводу города».

Вербальные и визуальные компоненты корреспонденции синхронизированы как в хорошо отрепетированном танце, легко удерживают внимание читателя на истории, состоящей из более чем 17 000 знаков, и полифонично передают ужас происходящего беззакония.

Второй вариант мультимедийной публикации, с точки зрения соединения разных компонентов контента, – историю движет визуальная составляющая. Текст служит лишь связкой или и вовсе прячется внутри мультимедийных элементов.

Проект «Новой газеты» «Последние императоры»,[14] посвящённый 25-летней годовщине распада Советского Союза, задумывался его куратором, фотожурналистом Юрием Козыревым, как сугубо фотографический. В нём мало слов. Лишь 25 фото и видеоисторий 25-летних молодых людей со всего бывшего Союза, родившихся в тот самый год, когда этого Союза не стало. Историй, рассказанных в контексте близких героям «мест силы». Новосибирский Академгородок,

[14] Последние императоры // Новая газета (http://25.novayagazeta.ru/about/)

туркменские хлопковые плантации, бескрайние поля Кубани, чернобыльский реактор – точки на карте СССР, которые были известны каждому его жителю. А что думает о них поколение, выросшее за временными границами грандиозного проекта «Советский Союз»?

Оживающие при прокрутке страницы герои дают яркий, образный и эмоциональный портрет первого постсоветского поколения. Поколения, которое, не будучи советским, носит в себе советский ген – знак общего прошлого. Рассказывая о Советском Союзе, юноши и девушки часто повторяют максиму о тогдашней «дружбе народов». Хотя среди них немало тех, кто уже плохо говорит по-русски.

Оформление такой огромной базы историй в традиционной текстовой форме практически невозможно. Фото и видеофрагменты позволили команде авторов создать комфортное для восприятия аудитории произведение. А интерактивная графика способствовала свободному перемещению читателя по карте «Страны советов» в выборе интересующей его информации, упакованной в удобную и лаконичную форму.

И хотя в данном материале визуальные компоненты количественно значительно превосходили вербальные, однако, без последних история оказалась бы малоинформативной. Именно гармоничное распределение информативной нагрузки между компонентами произведения позволило создать полноценное произведение данного формата и сделало его по-настоящему живым.

А эмоциональность – это как раз то, что было нужно в данной истории. Ведь авторы проекта, в общем-то, взяли тему, о которой не раз уже писали другие СМИ, в том числе, и в мультимедийном формате («Конец Советов. 20 лет», Lenta.ru).[15] Но история личности, да ещё и рассказанная самим человеком, всегда была и будет привлекательна для читателя. «Человеку по-настоящему интересен лишь другой человек», – так утверждал еще Блез Паскаль.

Интересен в этом смысле и проект «Московских новостей» «Сталин. Проводы».[16] Он является одновременно и публицистическим, и документальным, и арт-проектом. Видеоинтервью очевидцев, архивные фото и видеокадры, карта с маршрутами передвижения же-

[15] Конец Советов. 20 лет // Лента.ру (http://age.lenta.ru/1993/features/prolog/)
[16] Сталин. Проводы // Московские новости (http://www.mn.ru/trend_75)

лающих проститься с вождём в мартовский день 1953 года и даже видеореконструкция шествия представляют собой разрозненные фрагменты. Но вместе это мультимедийное лоскутное одеяло даёт яркую и образную полифоничную картину того, как страна хоронила «отца народов». А комментарии экспертов: политологов, экономистов, социологов, – дают понимание того, почему имя одного из самых страшных диктаторов XX века по-прежнему привлекает людей.

В материалах третьего типа соединения разных видов контента наиболее полное выражение получает характеристика интерактивности. Развлекательный аспект в журналистских произведениях приобретает всё большее значение вне зависимости от тематики сюжета. Текст оказывается непосредственно связан с технологиями, которые позволяют вовлекать читателя в происходящее, делать его фактически их соавтором.

Таков совместный проект Lenta.ru и LiveJournal «Поколение»,[17] приуроченный к 15-летней годовщине правления Владимира Путина. Это единство не просто различных мультимедийных элементов, но и различных платформ.

В рамках проекта команда Lenta.ru опрашивала экспертов, собирала статистическую информацию и общалась с самыми яркими представителями поколения, которое выросло в стране за последние 15 лет. Параллельно на площадке LiveJournal шло голосование за тех, кто, по мнению пользователей, должны стать лицами нового поколения. Поколения, о котором нет ни одного фундаментального исследования. Поколения, которому в России даже нет устоявшегося названия. Снять кальку с американских «поколения Y» или «миллениумы» не выходит, а термин «поколение П», предложенный политологом Дмитрием Абзаловым только-только начинает входить в обиход.

За бортом проекта остаются политические фигуры и звёзды телевизионных экранов. Истории молодых учёных, культурологов, спортсменов, военных, врачей, выбранные читателями и изложенные в традиционных жанрах портретного интервью или очерка, но дополненные говорящими фотографиями, видео, инфографикой способствуют демократизации информации, превращают простыню текста

[17] Поколение // Лента.ру (http://age.lenta.ru/generation)

в настоящее приключение. И не только удерживают внимание читателя, но и заставляют вернуться к материалу через какое-то время.

Полифоничное коммуникативное полотно, состоящее из разноформатных компонентов, расположенных на разных кросс-платформах, позволяет создать смешанную реальность, объединяющую онлайн и офлайн-коммуникации.

Проведенный пока что «экспресс»-анализ образцов мультимединых журналистских произведений еще раз демонстрирует необходимость новых подходов в журналистском образовании. Курсу основ журналистского творчества (ОЖД) сегодня явно не хватает упражнений по гармоничному соединению вербальных и визуальных составляющих единого целого журналистского произведения.

ИННОВАЦИИ В МЕТОДИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ–ЖУРНАЛИСТОВ

Т.Б. Исакова
Волжский университет (институт) имени В.Н. Татищева

Научный руководитель Г.И. Щербакова
Тольяттинский государственный университет

Аннотация. В статье рассматриваются инновационные методики в организации самостоятельной работы студентов, которая имеет огромное значение в образовательных стандартах последнего поколения.
Ключевые слова: Взаимосвязь и взаимозависимость традиций и инноваций в педагогике, учебно-познавательной деятельности, тьюторство, модерация.
Abstract. The article discusses innovative methods of organization of independent work of students, which is of great importance in the educational standards of the last generation.
Key words: interconnectedness and interdependence of tradition and innovation in pedagogy, learning activities, tutoring, moderation.

Современная система высшего образования, в том числе журналистского, призвана быть инновационной. Основой нормативной базы регулирующей общественные отношения в сфере образования и упорядочивающей инновационную деятельность в образовательном пространстве стал Федеральный закон «Об образовании

в Российской Федерации» N 273-ФЗ от 29.12.2012[1]. В 20 статье Закона разграничиваются понятия экспериментальной и инновационной деятельности. В ней говорится о том, что оба эти вида деятельности «осуществляются в целях обеспечения модернизации и развития системы образования с учетом основных направлений социально-экономического развития РФ, реализации приоритетных направлений государственной политики в сфере образования» (ч. 1 ст. 20). При этом подчеркивается, что «экспериментальная деятельность направлена на разработку, апробацию и внедрение новых образовательных технологий, образовательных ресурсов и осуществляется в форме экспериментов» (ч. 2 ст. 20). В свою очередь «инновационная деятельность ориентирована на совершенствование научно-педагогического, учебно-методического, организационного, правового, финансово-экономического, кадрового, материально-технического обеспечения системы образования и осуществляется в форме реализации инновационных проектов и программ» (ч. 3. Ст. 20).

Таким образом, в Законе нашел свое отражение тезис о взаимосвязи и взаимозависимости традиций и инноваций. «Традиции выступают основой для инноваций, – пишет Н.Л. Коршунова, – а инновации не позволяют закостенеть традициям. Инновации рано или поздно отмирают, либо становятся традицией»[2]. С позиций диалектики взаимопереход традиций и инноваций носит эволюционный характер.

Лазарев В.С. и Мартиросян Б.П. рассматривают инновацию как нововведение, вносящее в среду стабильные элементы, приводящие к переходу системы из одного состояния в другое. По их мнению, если новшество – это потенциально возможное изменение, то нововведение (инновация) есть реализованное изменение, ставшее из возможного действительным[3].

В словаре «Профессиональное образование. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика» говорится, что в педагогике ин-

---

[1] URL: http://www.pravo.gov.ru (Дата обращения 02.03.2016)

[2] Коршунова Н.Л. Понятие инновации в социально-гуманитарном и педагогическом познании // Понятийный аппарат педагогики и образования : колл. моногр. – Вып. 9. – Екатеринбург, 2016. – С. 38.

[3] Лазарев В.С. Педагогическая инноватика: объект, предмет и основные понятия // Педагогика. – 2004. – № 4. – С. 11–21.

новации направлены на преобразование традиционного учебного процесса, а также на обеспечение его исследовательского характера, организацию поисковой учебно-познавательной деятельности. «Соответствующий поисковый подход к обучению предполагает, прежде всего, формирование у учащихся опыта самостоятельного поиска новых знаний и их применения в новых условиях, формирование опыта творческой деятельности в сочетании с выработкой ценностных ориентации»[4]. Иными словами, подчеркивается, что педагогические инновации связаны, в том числе, и с формированием умений самостоятельно добывать необходимые знания, находить источники их получения, с готовностью к освоению новых знаний и умений.

На формирование данных умений обычно направлены различные формы самостоятельной работы студентов.

По мнению Байлука В.В., «словосочетание “самостоятельная работа студентов” состоит из трех слов “самостоятельный” “работа” “студент”. В слове “самостоятельный” его первая часть “само” означает направленность на самого себя, совершение чего-нибудь без постороннего участия. Работа – это трудовая деятельность, создающая определенный продукт. Слово “студент” в переводе с латинского означает “усердно работающий, занимающийся”. Следовательно, самостоятельная работа студентов – это труд, направленный на самого себя, чтобы твердо стоять на Земле»[5].

Торохтий В.С. под самостоятельной работой студентов понимает планируемую учебную, учебно-исследовательскую работу студентов, выполняемую во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя (курсив наш Т.И.). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности[6].

Дегтерев В.А., Ларионова И.А. обращают внимание на то, что самостоятельная работа студента регламентируется учебным пла-

---

[4] Профессиональное образование. Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика [Текст] / под ред. С.М. Вишнякова. – М.: НМЦ СПО, 1999.

[5] Самостоятельная работа студентов в современном вузе : колл. моногр. – Екатеринбург, 2013. – с. 6.

[6] Там же. – с. 39.

ном и основной образовательной программой, является их неотъемлемым компонентом, организуется как преподавателем, так и студентом совместно с преподавателем или самостоятельно[7].

Предполагается, что самостоятельная работа – это такое средство обучения, которое:

– формирует у обучающегося, на каждом этапе его деятельности, необходимый объем и уровень знаний, навыков и умений для решения определенного класса познавательных задач и соответственного продвижения от низших к высшим уровням мыслительной деятельности;

– вырабатывает у учащихся психологическую установку на самостоятельное систематическое пополнение своих знаний и выработку умений ориентироваться в потоке научной и общественной информации при решении новых познавательных задач[8].

Тем не менее, практика показывает, что ни в прошлом, ни в настоящее время самостоятельная работа реально не обеспечивает достижение декларируемых результатов. Одной из причин такого положения, на наш взгляд, является сохраняющаяся установка преподавателей на прямое руководство познавательной деятельностью студента, отсутствие веры в самостоятельность студента[9].

Перенос акцентов в подготовке студентов на их самостоятельную работу, прежде всего, должно менять роль преподавателя в процессе обучения. Мы разделяем точку зрения Евгения Владимировича и Надежды Олеговны Яковлевых о том, что различные виды сопровождения, осуществляемые педагогом: тьютерство, модерация, супервизия, – являются инновациями и повышают эффективность педагогического процесса в целом и организации самостоятельной работы в частности.

---

[7] Понятийный аппарат педагогики и образования : колл.моногр. –Вып. 9. – Екатеринбург, 2016. – с. 373.

[8] Педагогика : учебное пособие для учащихся пед. вузов и пед. колледжей [Текст] / под ред. П.И. Пидкасистого. – М., 1995. –С. 315.

[9] См. Исакова Т.Б. Сравнительный анализ организации самостоятельной работы учащихся средних профессиональных учебных заведений при личностно-деятельностном и компетентностном подходе в образовании // Материалы XIII Международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики». В 5 т. Т. 5. – Тольятти, 2016. – С. 110-116.

Рассмотрим данные виды педагогического сопровождения применительно к методике организации самостоятельной работы студентов.

«Тьютор – это куратор, опекун, воспитатель в учебном заведении; индивидуальный научный руководитель студента»[10]. Тьюторство – это индивидуализированная помощь формирующейся личности, «предусматривающая опору на успешный опыт тьютора, его мировоззренческие установки и предметно-практическое взаимодействие»[11]. Ключевой характеристикой тьютора Яковлев Е.В. и Яковлева Н.О. считают «богатый жизненный и профессиональный опыт», «авторитетность». Благодаря этим личностным качествам «возникают доверительные отношения между тьютором и тьюторантом»[12]. Это позволяет тьютору раскрыть особенности и содержательное многообразие профессиональной журналистской среды, показать на личном примере перспективы продвижения в профессии. Роль тьютора здесь на себя должны взять журналисты – практики. Тьютор может показать и траекторию движения тьюторанта в научно-исследовательской деятельности. Здесь в качестве тьютора выступят ученые, руководители научных лабораторий, кружков, научные руководители курсовых и выпускных квалификационных работ. Тьюторант, опираясь на опыт тьютора, в режиме максимальной комфортности входит в осваиваемую учебную, научную, профессиональную деятельность, адаптируется в ней. «Тьюторство непрерывно и актуализировано на всем этапе и по всем направлениям работы с тьюторантом»[13], тьютор имеет формально закрепленный статус в образовательной организации (например, руководитель практики, научный руководитель, куратор и т. п.), имеет широкие полномочия в решении любых проблем тьюторанта.

Модерация – еще один вид педагогического сопровождения, координирующего содержание направление развертывания коммуникативного взаимодействия участников. Функциями модерации

---

[10] Словарь иностранных слов. – М.: Рус. Яз., 1989. – 624 с.
[11] Понятийный аппарат педагогики и образования. – Вып. 9. – С. 224.
[12] Там же. – С. 225.
[13] Там же. – С. 229.

считаются «регулирование, направление, сдерживание, стимулирование, экспериментирование»[14].

В основе модерации лежит использование специальных приемов, методов и техник, помогающих организовать процесс свободной коммуникации, обмена мнениями, суждениями и подводящих обучающегося к принятию грамотного решения за счет реализации его внутренних возможностей. Модерация групповой работы направлена на раскрытие внутреннего потенциала обучающихся, она помогает потенциальное сделать актуальным[15]. Модерация может осуществляться как реальными, так и виртуальными группами.

Роль преподавателя-модератора подразумевает выполнение следующих функций:

– создание и администрирование (виртуальной, реальной) дидактической среды, установка правил и норм коммуникаций в среде, обеспечение обратной связи, включая санкции за нарушение норм общения в среде;
– ориентация студентов в содержании предметной области, выходящей за рамки стандарта, но включенной в сферу индивидуальных интересов студента;
– поддержание педагогического дискурса;
– рекомендации по эффективному обучению с помощью информационно-коммуникативных технологий[16].

«Модерация организуется в рамках тренингов, учебных дискуссий, обсуждений проблем с целью сформировать общее мнение, взаимообучения», «предусматривает активную самостоятельную деятельность обучаемых», что способствует формированию умений работать с информацией, развитию творческого мышления[17].

К обязанностям модератора иногда относят и создание виртуальной дидактической среды, что включает в себя, в некоторых случаях, установку, настройку «виртуальной классной комнаты»,

---

[14] Там же. – С. 227.
[15] http://do.gendocs.ru/docs/index-332982.html.
[16] Дьяконов, Б.П. Новые функции самостоятельной работы студентов в асинхронном дистанционном обучении // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Гуманитарные науки и образование. – 2013. - №1(12). – С. 73-79.
[17] Понятийный аппарат педагогики и образования. Вып. 9. - С. 227.

заведение пользователей, при использовании элементов синхронного он-лайн обучения (вебинары) – их организацию и проведение. Правильно созданная техническая среда минимизирует помехи, способствует точному представлению учебного материала. Понятно, что это требует как общих технических навыков подготовки электронного презентационного материала, так и частных, связанных с эксплуатацией программных платформ для обучения[18].

Итак, модерация позволяет педагогу координировать, направлять, развертывать коллективный самостоятельный поиск обучающимися решения поставленной проблемы. В отличие от тьютора, модератор не может «навязывать свой жизненный опыт» для решения обсуждаемой проблемы. При подготовке будущих журналистов целесообразно, чтобы функции модерации брали на себя и студенты.

Наиболее сложным видом педагогического сопровождения самостоятельной работы студентов-журналистов является супервизия, под которой понимают оказание помощи оказывающему помощь[19]. Главной задачей супервизора является создание атмосферы доверия, безопасности, открытости, в которой становится возможным искреннее предъявление запроса супервизору[20]. Решение этой задачи, по мнению Яковлева Е.В. и Яковлевой Н.О., «способно обеспечить выполнение супервизором ключевых для образовательного процесса функций: обучающей, воспитательной, развивающей, консультативной, управленческой, корректирующей, и оказать необходимое влияние на субъекта в отношении формирования его способности и готовности оказывать помощь другим людям»[21].

Специфическими чертами супервизии Е.В. Яковлев и Н.О. Яковлева считают то, что она:

– строится на тесном взаимодействии с супервизируемым;
– предусматривает учет особенностей не только супервизируемого, но и субъектов, на которых он в дальнейшем будет оказывать влияние;

---

[18] Исакова Т.Б. Инновационные технологии организации самостоятельной работы студентов в дистанционном обучении // Понятийный аппарат педагогики и образования. Вып. 9. – С. 378.

[19] Понятийный аппарат педагогики и образования. Вып. 9. – С 229.

[20] Лавринович Е.В. Супервизия при подготовке ведущих психологических тренингов // Консультативная психология и психотерапия. – 2011. – №4 (71). – с. 62.

[21] Понятийный аппарат педагогики и образования. Вып. 9. – С 229.

– реализуется в группе, индивидуально, очно, заочно, очно-заочно;
– носит локальный характер, содержательно определяемый решаемой проблемой;
– предусматривает творческий подход и реализуется только во взаимодействии[22].

Роль супервизора может выполнять руководитель практики, который консультирует тех, кто будет непосредственно влиять на личность. Наиболее приемлемая форма при подготовке журналистов – это консультирование студентов по работе с обращениями граждан в редакции СМИ, по системному анализу явлений и ситуаций[23].

Так или иначе, инновации в методике организации самостоятельной работы приведут к изменению не только позиции преподавателя, но и субъектной позиции студента, который фактически становится самообучающимся.

Литература

1. Багаутдинова, А.Ш. Инновационные образователдьные технологии в высшем образовании / А.Ш. Багаутдинова, И.В. Клещева // НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2014. – № 1.
2. Дьяконов, Б.П. Новые функции самостоятельной работы студентов в асинхронном дистанционном обучении / Б.П. Дьяконов, Т.Б. Исакова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Гуманитарные науки и образование. – 2013. – № 1(12). – С. 73–79.
3. Зимняя, И.А. Педагогическая психология : учебное пособие / И.А. Зимняя. – Ростов н/Д : Феникс, 1997. – 480 с.
4. Исакова, Т.Б. Инновационные технологии организации самостоятельной работы студентов в дистанционном обучении / Т.Б. Исакова // Понятийный аппарат педагогики и образования: колл. моногр. – Вып. 9. – С. 374–379.
5. Исакова, Т.Б. Сравнительный анализ организации самостоятельной работы учащихся средних профессиональных учебных заведений при личностно-деятельностном и компетентностном подходе в образовании / Т.Б. Исакова // Материалы XIII Международной научно-практической конференции «Татищевские

[22] Там же.

[23] См. Чевозерова, Г.В. Основы теории журналистики. В 2-х ч. Ч. 2. Онтологические принципы и гносеологические основы журналистики : учебное пособие– Тольятти, 2013.

чтения: актуальные проблемы науки и практики». В 5 т. Т. 5. – Тольятти, 2016. – С. 110–116.
6. Коршунова, Н.Л. Понятие инновации в социально-гуманитарном и педагогическом познании / Н.Л. Коршунова // Понятийный аппарат педагогики и образования: колл. моногр. – Вып. 9. – С. 32–42.
7. Лавринович, Е.В. Супервизия при подготовке ведущих психологических тренингов // Консультативная психология и психотерапия. – 2011. – № 4 (71). – С. 62–72.
8. Педагогика : учебное пособие для учащихся пед. вузов и пед. колледжей / под ред. П.И. Пидкасистого. – М., 1995. – 638 с.
9. Профессиональное образование. Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика / под ред. С.М. Вишнякова — М.: НМЦ СПО, 1999.
10. Самостоятельная работа студентов в современном вузе : колл. моногр. – Екатеринбург : Изд-во УрГПУ, 2013. – 211 с.
11. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // URL: http://www.pravo.gov.ru (Дата обращения 02.03.2016)
12. Чевозерова, Г.В. Основы теории журналистики. В 2-х ч. Ч. 2. Онтологические принципы и гносеологические основы журналистики : учебное пособие / Г.В. Чевозерова. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2013. – 278 с.
13. Яковлев, Е.В. Инновационные виды педагогического сопровождения / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева // Понятийный аппарат педагогики и образования.– Вып. 9. – С. 224–230.

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ СТУДЕНТА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ СРЕДЕ

Л.А. Каллиома
Московский педагогический государственный университет

Аннотация. В статье анализируются суждения теоретиково системе профессиональной подготовки журналистов нового типа с учетом ее отставания от реалий быстроменяющейся медиадействительности.Обосновываются предположения о том, почему профессиональная деятельность в условиях конвергентной редакции как предмет освоениясовсем не просто адаптируется к традиционному образовательному алгоритму. Приводятся данные социологического исследования, свидетельствующиео повышении интенсивности работы в редакциях, ставшей неизбежностью в условиях современного медиаландшафта.

Ключевые слова. Транспрофессионализм, «пул» компетенций, адаптационная неопределенность, стрессогенное воздействие конвергенции.
The abstract. The article analyzes the opinions of theorists about the system of professional training of journalists the new type, given its lag behind the realities of a rapidly changing mediumistically.Justified assumptions about why professional activity in the conditions of convergent edition as the development does not just adapt to a traditional educational program. The data of sociological research, showing the increasing intensity of work in the offices, which has become inevitable in today's media landscape.
Key words. TRANS professionalism, a "pool" of competences, adaptive uncertainty, stress the impact of convergence.

Сегодня в научном сообществе всё чаще раздаются суждения о том, что универсализм (транспрофессионализм) современного журналиста формируется на основе высокой степени освоения одного направления деятельности, но при таких принципах её организации, которые ориентируют человека на готовность свободно работать в различных профессиональных средах. Специфика транспрофессиональной работы предполагает «комплексирование методов, средств и способов мышления и деятельности под конкретную проблемную ситуацию, не имеющую стандартных вариантов решения» [1].

Учитывая эти обстоятельства, А.А. Калмыков предлагает свою модель деятельности специалиста, отразившую необходимые компетенции, которые определяются ориентированными на профессиональную среду детерминантами (требования государства, социума, рынка); внутренними (требования профессионального сообщества, профессиональной школы); личностными (удовлетворение потребностей в образовании, самореализации и социальном статусе) [2]. Исходя из этих представлений, исследователь рассматривает существующую систему профессиональной подготовки и находит, что она достаточно слабо учитывает реалии быстроменяющейся медиасреды. Он констатирует непрерывность усложнения образовательных задач, поскольку непрерывно и существенно усложняются и профессиональные задачи многих специалистов в области информационно-коммуникативных практик. Специфика предмета освоения, в частности беспрецедентная скорость изменений контента, поставляемого массовой аудитории, и органичное объединение в нем знаний гуманитарного, естественнонаучного и инженер-

но-технического типов препятствуют его адаптации к традиционной образовательной системе. Это и является основным источником трудностей в сфере подготовки журналистов нового типа.

Если понимать профессионализм как свойство адаптивности к профессиональной среде, а образование – как процесс адаптации к ней, естественно заключить, что среда обучения должна быть системно подобна как образовательной задаче, так и будущей профессиональной деятельности.

Успешная профессиональная деятельность нынешних студентов, обучающихся по специальности «Журналистика», будет невозможна без определенного «пула» компетенций и навыков, которые сформировались на данном этапе развития медиаотрасли. Но не случайно исследователи предостерегают: сегодня уже«слишком много компетенций, они все время меняются, и будут меняться» [3].

В принципе по составу компетенций профессия журналиста предполагает такие её проявления, как общение с людьми, использование знаковых и художественных систем. Журналисты работают со словом, звуком, цветом, изображением, добывая информацию и превращая её в особый информационный продукт. Это позволило исследователям определить журналистскую профессию по характеру как «творческую, литературную, но включающую в себя большую долю организаторской работы; как индивидуально-коллективную», [4] поскольку процесс творчества здесь чаще всего осуществляется индивидуально, однако всегда сопряжён с коллективной деятельностью. Как отмечает Л.Г. Свитич, это профессия оперативная, динамичная, с большой долей непредсказуемых, то и дело меняющихся ситуаций. Многообразие условий и универсальность предмета отображения требуют от сотрудника «образованности с более углубленными знаниями в одной или нескольких областях. Характерной особенностью профессии также является быстрый темп работы, высокая степень стрессовости, напряженности, адаптационной неопределенности, риска» [4].

В интеллектуальном отношении квалифицированный журналист должен владеть научными основами своего дела, свободно ориентироваться в профессиональных вопросах, понятиях и терминах, а также источниках пополнения знаний. В этом плане он не от-

личается от других представителей умственного труда. Однако есть и особенности в его интеллектуальной деятельности. Они связаны с тем, что журналисту часто приходится переключаться с одного предмета освещения на другой и при этом необходимо проявлять достаточно глубокое понимание поднимаемых тем. Это предполагает компетентность особого рода: в её основе – широкая, многогранная эрудиция, образующая методологическую базу деятельности. Исследователи подчёркивают, что профессиональные умения работников СМИ никогда не сводились только к владению методами, которые обеспечивают литературно-описательное изложение событий. Необходимым для журналистов является освоение основ экономического, психологического, политологического, социологического подходов к изучению действительности, потому что эти разнообразные знания выступают для них в качестве методов углублённого постижения происходящего [5]. Безусловно, глубина погружения в ту или иную область знания зависит от избранной тематической специализации. Но в принципе широкая эрудиция для журналиста – общее квалификационное требование.

Если же затрагивать общие информационные признаки, характеризующие типовые производственные показатели работы журналиста, то в разряде «определенных трудностей»наличествуют«ненормированность рабочего времени» и «высокий темп труда», к тому же они традиционно занимают лидирующие позиции. В последнее времяповышение интенсивности работыстановится неизбежностью в большинстве случаев деятельности редакций, в первую очередь тех, кто перешел на конвергентную основу. Это сегодня является трендом медиаотрасли: традиционные дедлайны уступили свои позиции системе микродедлайнов и формату работы 24/7. Соответственно, студенты – будущие журналисты, оказываясь в условиях практической деятельности в редакциях (и как стажеры, и как сотрудники, что нередко бывает к последнему году обучения), в полной мере имеют возможность испытать на прочностьуже имеющийся определенный запас своих профессиональных компетенций, а также способность противостоять трудностям профессии с ее ненормированностью и мультизадачностью.

Чтобы понять какие виды профессиональной деятельности наиболее востребованы в процессе работы студентов, какие временные затраты при этом они несут,автором данной статьи было проведено социологическое исследование в формате самообследования с помощью дневников самохронометража. После чего были проанализированы сведения, полученные из дневников, которые участники фокус-группы – бакалавры 4 курса Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования Московского педагогического университета заполняли в течение одной недели в качестве практического задания по дисциплине «Основы деятельности журналиста».

В дневнике самохронометража были сформулированы все виды деятельности, связанные с профессиональными обязанностями журналиста, и разделены по две группы: «медиасоздание» (сьемки, написание заметки, поста, сюжета, подписи к фото, перепост текста или фотографиии т. д.) и «медиапотребление» (чтение, рассматривание, прослушивание и т. д.). Всего девятнадцать видов деятельности, формулировку которых (к примеру,«выдача, получение, разбор редакционного задания», «участие в пресс-конференция, брифингах» и т. д.) посредством копирования участники фокус-группы распределяли в дневнике по своей фактической занятости в течение каждого дня, включая выходные. В графу «Возможные дополнения» вносились любые замечания, касающиеся видов деятельности, исполненных в течение дня, и временных затрат.

По итогам первичного анализа дневников привлекают к себе внимание некоторые показатели, говорящие о продолжительности занятости по видам деятельности (и учебой, и работой) студентов, большинство из которых уже сотрудники редакций (в штате или внештатно). Эти показатели находятся в промежутке от 4,5 до 13 часов фактической занятости, среднее время ежедневной занятости в группе – 10 часов.Телефонные разговоры (как способ получения информации или редакционного задания и договоренности о встречах)занимали в среднем по 2 часа, общение в социальных сетях(ведения постов, переписка) – по 8 часов. На мониторинг источников с целью сбора информации (электронные и печатные версии СМИ, социальные сети) в среднем тратилось по 6 часов в день. Написание текста для сайта издания или редактирование и монтаж

собственных фото- и видеоматериалов (или присутствие при монтаже) требовало соответственно в среднем по 4 часа.

Дополняют картину временных затрат, выраженную в цифрах, комментарии из «Возможных дополнений »дневников участников фокус-группы, несущие в себе явно или неявно выраженную оценку ситуации:

«Из-за «Дневника самохронометража» впервые проанализировала свое рабочее время: 10 часов каждый день! Обнаружила, что я нередко затягиваю некоторые журналистские задания, например, долго не могу позвонить героям будущих материалов».

«Мои будни – это «день сурка». В штате нашего интернет-портала три человека, режим работы – вечный аврал, нередко беру ее домой, тогда выходные превращаются в будни. Но это стандартная практика любого журналиста, иначе как прочувствовать специфику любимой профессии?».

«Эта неделя дала мне понять, какие ошибки есть в тайм-менеджменте, который так важен в работе журналиста».

«Львиная доля времени тратится на социальные сети: общение с коллегами, переписка с друзьями и музыка... Создаешь, и потребляешь информацию одновременно: пишешь статью, а Гугл всегда открыт, закончишь очередной абзац итут же отвечаешь подруге на сообщение ВКонтакте...».

«В выходные домазанимаюсь анализом и мониторингом нужной информации, ее так много вокруг, что просто физически не успеваю делать это на работе и трачу на это свое свободное время».

«На неделе сдавала экзамен и новый номер детского журнала, где я младший редактор: тексты, иллюстрации, телефонные разговоры, соцсети... Дети, как назло, были очень активны! Итог: в пятницу я потратила на медиасоздание около 13 часов!».

«Как главный редактор студенческого радио занимаюсь этой работой больше 40 часов в неделю, из них около 10 часов уходит на подготовку и ведение эфира, 4 часа – на мониторинг новостей, 11 часов – моя чисто редакторская деятельность с текстами студентов младших курсов, на это уходит очень много сил».

«Мы живем в мире информации, она «льется» со всех сторон, ее потреблениепревалирует над созданием. Я постоянно перед мо-

нитором или в гаджете, в том числе в дороге, жестко контролирую свой график, по-другому не получится совмещать учебу и работу».

«Уже давно мой отдых от работы – это общение в сети, но я совсем не часто могу позволить себе это».

Стоит отметить, что данные этого исследования, и комментарии его участников коррелируются с теми сведениями, которые были получены автором данной статьи в ходе аналогичного самообследованиянекоторое время назад среди сотрудников московских редакций «Российской газеты», «Комсомольской правды», «Московского комсомольца», «Коммерсантъ» и др.Тогда показатели продолжительности рабочего дня участников подгрупп (независимо от издания) были следующие: «Руководители» – 8,48 ч, «Подчиненные» – 9,17 ч, «Сотрудники старше 50 лет» и «Сотрудники младше 50» – соответственно 9,95 и 8,71 ч.

Средняя продолжительность рабочего дня, к примеру, сотрудника «Российской газеты» была 8,43 ч, сотрудников других изданий – 9,48 ч.

Среди комментариев наиболее типичными были следующие выводы:

«Заполнение дневника обострило мою проблему – 10 ч подряд работы у компьютера ежедневно. Кроме часа дорогипешком до работы и обратно, я напрочь лишена возможности двигаться. Здоровье мне этого не простит».

«Время написания среднестатистического текста 4–5 ч, в день их нужно сделать не меньше 3–4, вопрос, когда отдыхать и восстанавливать силы, остается открытым».

После приведенных примеров, представляется логичным вывод о своеобразности и важности современного этапа деятельностикак медиаотрасли в целом, так и профессиональных ценностей и позиций журналистов в частности. Обе категории находятся в явно затянувшемся периоде стрессогенного воздействияпроцесса конвергенции [2] и адаптации к новым экономическим условиям. И система профессиональной подготовки журналистов, будучи при этом «системно подобной» по сути, калькирует существующее положение дел быстроменяющейся медиасреды, испытывая при этомне меньшие трудности и перегрузки, перенастраиваясь и перезагружаясь по

несколько раздаже в течение одного цикла обучения бакалавров. Вопрос, способны ли подобные беспрецедентные скорости обновления повлиять на качество самого процесса, пока еще ждет ответа.

Литература

1. Управление персоналом: учебник для вузов / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2002.
2. Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация. [Электронный ресурс] URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=1841 (дата обращения: 20.02.2017).
3. Дзялошинский И.М. Медиаобразование 2015 : сб. тр. Всероссийского форума конференций «Медиаобразование 2015. Медиа-информационная грамотность для всех». – М., 2015. – С. 22.
4. Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия журналист. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 63.
5. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 173–174.

ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО В СФЕРЕ МАСС-МЕДИА: ФОРСАЙТ-СЕССИИ «ОБРАЗОВАНИЕ 2030»

О.Е. Коханая

Московский гуманитарный университет

Аннотация. В статье рассматриваются: тенденции развития индустрии медиа, новых технологий и управленческих практик внутри отрасли.

Ключевые слова: профессии сферы медиа, соотношение традиционных и новых функций журналистики, проекты трансгуманистов, новые задачи образования в медиасфере.

Abstract. The article examines: trends in the development of industry media, new technologies and management practices within the industry.

Key words: profession media sphere, the ratio of traditional and new functions of journalism, projects transhumanists, new challenges of education in the field of media.

В бизнес-школе «Сколково» подготовлен объемный труд «Атлас новых профессий», над которым несколько лет работали 3 тысячи экспертов. Автор данной статьи, в качестве эксперта, приняла участие в экспертной форсайт-сессии «Востребованные компетенции в индустрии медиа-2030», которая была проведена в Москве,

в сентябре 2014 года по инициативе Московского центра управления «Сколково», «Агентства стратегических инициатив» (АСИ) и Международной группы «RFgroup».В качестве экспертов были приглашены работодатели индустрии масс-медиа, представители сферы профессионального образования, в том числе, руководители кафедры журналистики Московского гуманитарного университета.

После установочной лекции по ознакомлению присутствующих с оригинальной методикой работы на форсайт-сессии Павла Лукши (руководителя проекта «Атлас новых профессий», профессора практики Московской школы управления СКОЛКОВО, одного из авторов методики быстрого прогнозирования, соавтора форсайта «Образование 2030» и форсайта «Компетенции 2030», методика которого была апробирована Международной организацией труда) была организована работа в группах по методике рапид-форсайт. В инициативных группах выявлялись тенденции развития индустрии медиа, новых технологий и управленческих практик внутри отрасли. Коллективно в группах были построены «карты будущего» индустрии медиа; определены новые рабочие задачи, возникающих в отрасли; сформирован перечень новых профессий, даны рекомендации по обновлению программ подготовки, разработка предложений мер господдержки. Конечно, модераторы работали по заранее подготовленным заготовкам.

Результаты работы форсайт-сессии были опубликованы в очередном, втором выпуске «Атласа новых профессий» в 2016 году [1]. В «Атласе новых профессий» «названо 100 новых профессий, которые обогатят нашу жизнь до 2030 года, а также перечислены 30 профессий-«пенсионеров», которые дышат на ладан и уходят в прошлое» [2, с. 17].

В «стаю умирающих лебедей», что поразило многих приглашенных на форсайт-сессию. затесалась и профессия журналист, что объясняется развитием социальных сетей и on-line ресурсов, которые при минимуме усилий и навыков позволяют любому человеку почувствовать себя репортером, фотохудожником, а продуктивного блогера превращают в звезду. По мнению модераторов форсайт-сессии, подготовка специалистов, создающих оригинальные тексты, представляется неактуальной: предполагаются наиболее востре-

бованными в ближайшей перспективе некие селекторы контента (в Атлас эта профессия вошла под названием «редактор агрегаторов контента»). К 2030 году, согласно прогнозам Атласа, в мир теней отойдут такие профессии сферы медиа, как бильд-редактор, корректор, копирайтер, библиотекарь,экскурсовод, аналитик, спортивный аналитик. Общая причина– «активное распространение новейших электронных средств массовых коммуникаций (спутникового, цифрового телевидения, интернет-медиа)... количественный рост информационных носителей» [3, с.5], научно-технический прогресс, развитие Интернета, робототехники, искусственного интеллекта.

На мой вопрос: «Как же существовать без оригинальных журналистских текстов, рефлексии и аналитики?» – модератор секции, как он был представлен, А.Фиглин, игропрактик, без высшего образования, чем он неоднократно бравировал (вероятно, это игро-псевдоним), он мне ответил: «Да вон сколько всяких текстов в Интернете, завались!»...

Список новых профессий выдает в руководителях проекта немалый полет фантазии. Диковинно звучащие, в общем, надуманные профессии были нам, как экспертам, предложены во время форсайт – сессии. Заранее заготовленные.

И вот результат. В разделе «Медиа и развлечения» Атласа, сам раздел уже подчеркивает основную функцию масс-медиа, по мнению разработчиков форсайт-сессии и Атласа, – гедонистическую, развлекательную, услаждающую, определены и перспективные профессии в сфере масс-медиа: дизайнер виртуальных миров, архитектор виртуальности, дизайнер эмоций, продюсер смыслового поля, игропрактик, медиаполицейский, разработчик медиапрограмм, инфостилист, редактор агрегаторов контента [1].

В преамбуле к разделу «Медиа и развлечения» отмечено: «В XXI веке... из уникальных источников новостей медиаресурсы постепенно превращаются в мощные фильтры, расставляющие важные акценты и помогающие сориентироваться в повестке дня... (Теперь расставлять акценты будут фильтры, если следовать нормам русского языка.–О.К.)

...В будущем пользователь будет сам формировать информационный поток и определять принципы его редактирования. В этом

нам все больше будут помогать медиапрограммы – поисковики, сортировщики и преобразователи информации, способные создавать индивидуальные информационные пакеты по запросам потребителей. Кроме того, будут развиваться машинные сервисы по автоматическому переводу текстов, распознаванию речи, поиску, извлечению, сортировке и обработке данных» [1].

Интересно, а как дети будут «формировать» свой «информационный поток» и «запрос потребителя»? Мною было внесено предложение, когда речь пошла о стратегии государства и государственного финансирования важных направлений, восстановить господдержку детских СМИ, детского и юношеского театра. Я получила ответ от А. Фиглина: «Этими конкретными проектами, изданиями заинтересуются спонсоры, частные инвесторы,в едь это интересно!» То есть придут меценаты. Вероятно, из виртуального пространства, о котором так много говорилось, что лично мне показалось, что я уже выпала из реальности.

В преамбуле Раздела о масс-медиа пишется: «Из-за растущей автоматизации медиасферы многие журналистские функции перейдут от человека к машине. Например, в AssociatedPress уже появился робот-новостник, в чьи обязанности входит создание коротких текстов с отчетами по доходам компаний. Профессиональные журналисты останутся работать в форматах, требующих больших творческих талантов – например, авторская журналистика. (Хоть в таком виде в итоговом документе место журналистам нашлось – О.К.)

Произойдет массовое внедрение новых технологий воздействия на органы восприятия человека (обоняние, тактильные ощущения, вкус, чувство силы притяжения) – новые каналы доставки информации позволят сфере медиа и развлечений выйти на еще более близкий и реальный контакт с потребителем» [1].

Впрочем, авторы проекта признают, что список будущих профессий пока неполный и до конца не доработанный, а опубликованный «Атлас» считают лишь первым шагом.

«Мы продолжим его содержательную разработку, она связана и с международной апробацией. Мы хотим в перспективе, если все получится и наш замысел будет выполнен, перейти к тому, чтобы заинтересованный абитуриент или родитель могли ввести на сай-

те профессию или образ профессионала в будущем и под него была выстроена целостная траектория образовательного и профессионального развития, – рассказал руководитель департамента проектов и практик направления «Молодые профессионалы» Агентства стратегических инициатив Владимир Солодов. – Программа атласа будет выдавать пошаговую инструкцию. Например, сначала поучиться в одном вузе, потом поехать на стажировку, затем поработать на предприятии. И тогда при соблюдении этих условий через 15 лет человек станет тем, кем он хотел стать» [4]. То есть молодой специалист будет созревать к 33 годам! Это абсолютно совпадает с Болонской декларацией 1999 года, к которой присоединились 47 стран, где появились не только всем известные новые ключевые понятия «мобильность», «гибкость» и «трудоустройство», но и «обеспечение обучения на протяжении всей жизни» [5, с. 26–27].

На просторах Интернета мы нашли единственный резко критический материал по поводу проекта «Атлас новых профессий». Сергей Лесков в статье «Надуманные работники» (Журнал «Огонёк» № 7 от 24.02.2014, с. 17) пишет: «Каждый раз, когда вижу футурологические модели, не могу отделаться от ощущения, что благие предначертания при столкновении с российской действительностью развеются как утренний сон» [2]. И у присутствующих «экспертов» наэкспертной форсайт-сессии «Востребованные компетенции в индустрии медиа-2030» создалась впечатление, что это фантастическая, футурологическая модель. Но всё, что мы там увидели и услышали, бесконечно поразило. Стала изучать вопрос. На рубеже 2014–2015 годов в Интернете были опубликованычетыре статьи об этом и сам «Атлас новых профессий» (первая редакция) и его презентация [1; 6; 7; 8; 9; 10]. В 2017 году, 1 февраля, на один клик «Атлас новых профессий» вывалилось 11 страниц ссылок. Кампания ведется с размахом по всей стране. «В «Сколково» настаивают, что университеты должны загодя учитывать новые реалии на рынке труда, открывать новые факультеты и писать новые учебники» [2, с. 17]. Руководителей Агентства стратегических инициатив (АСИ) можно часто увидеть в новостных программах, они регулярно встречаются с Президентом РФ, с премьер-министром. Так что известное заключение скептиков:

стоит ли вообще опираться на прогнозы, если они живут ровно столько, сколько длится посвященный им доклад? – уже не успокаивают.

Автором написаны две научные статьи еще в 2015 году на тему данной методики рапид-форсайт, или быстрого прогнозирования, где мы деликатно усомнились в ее объективности [11; 12]. Форсайт-сессии – это одна из форм трансгуманистических проектов, получивших государственную поддержку США, по формированию пост-человека – «новейшее интеллектуальное течение, основанное футурологами и философами в той же Калифорнии в 1980-е годы» [13, с. 17]. Форсайт (от англ. Foresight – предвидение) – это процесс построения образа будущего и воздействие на него. «Цель трансгуманистов – преодолеть человеческую природу для достижения качественно нового состояния – «нового тела» и «нового интеллекта» либо путем внесения большого числа изменений в самого человека, либо в результате создания искусственного существа» [13, с. 18–19]. Одним из разрабатываемых вариантов «эволюции» является «человек фармацевтический», то есть с измененным состоянием сознания, получаемым в результате использования соответствующих химических препаратов. Это позволяет создать любые настроения, чувства и даже верования» [13, с. 19]. Тогда предлагаемые новые профессии, несомненно, пригодятся, они будут помогать создать данный тип человека и помогут его модифицированному существованию.

Мало, кто всерьез осведомлен о проектах трансгуманистов, но на многочисленных мастер-классах для студентов и школьников журналисты-практики уже, как само собой разумеющееся, уже кем-то решенное, говорят, что профессия «журналист» умирает, тексты никому не нужны; известные ученые также в научных докладах всерьез опираются на «Атлас новых профессий». Процесс пошел...

При этом очевидно: «Атлас новых профессий» может стать явью только в случае технологического разворота России. На этом фронте успехов у нас немного. О модернизации и инновациях говорим с начала века, но лишь довели образование и науку до депрессии. На таком фоне презентованный атлас выглядит утопическим сочинением, каковым многим экспертам представляется и само «Сколково» как точка инновационного взрыва России. Но если учесть, что «Сколково» не российский, а глобальный проект [14] и «каждым из

направлений исследований в центре руководит американский менеджер или бизнесмен» [13, с. 88], то в итоге на российской базе, используя наш интеллект и наши деньги, американские компании будут получать результаты, внедряемые в свое производство.

Также эксперты вспоминают: в 2001 году президент РФ поставил перед Академией наук две главные задачи: отработка методов предупреждения катастроф и разработка механизма перехода от сырьевой экономики к инновационной. Прошли годы: Академия проявляет активность по защите имущественных интересов, и их можно понять, но задания президента так и не выполнены...

Возникают и другие вопросы. Например, такой: а где прогнозы других крупных академических, национальных центров, кроме «Сколково»?

Очевидно, что это привнесенные извне, навязанные идеи, но как заманчиво звучат эти новые профессии... Таинственно и маняще: как раз то, что надо молодым. Да и сама интернет-версия Атласа – недешёвый проект, зовет юных в увлекательное виртуальное путешествие. Зовет... Вот только куда заведет?

Ректор Московского гуманитарного университета И.М. Ильинский отмечает: «Сознание рядового американца воистину «фрагментарное», «осколочное», клиповое, состоящее в основном из плохо осмысленных картинок телевидения, голливудских боевиков, рекламы и увиденного в интернете. У каждого своя «реальность», а на самом деле – конструкция, созданная СМИ и окружающей средой. Эти люди даже не пытаются мыслить масштабно, не знают и не понимают элементарных вещей... «Маленькие» люди, чуждые больших дел, которые они отдают в руки «больших» людей, надеясь, что те позаботятся о них. Наивно и печально, но факт» [15].

И на этот результат настраивается вся наша образовательная система, и не первое десятилетие разрушаетсяодна из лучших в мире систем российского, затем советского народного (массового) образования! Поэтому уже сегодня у студентов-журналистов не возникает желания писать и переписывать оригинальные тексты, упорно работать над выработкой собственного журналистского подчерка, проходить практику, например, в детских СМИ. Ведь это, по их мнению, не в тренде. В свободное от учебы время, и не только,

они спешат, начиная с первого курса, на всевозможные «тренинги личностного роста», озабоченны тем, как себя «продать подороже». Вместо того чтобы приобретать те знания, нарабатывать те умения и навыки, благодаря которым, прежде всего, и можно получить заманчивое предложение работодателей. Зато представители баз практики просят присылать на практику только или в первую очередь студентов, умеющих писать тексты. Но, по прогнозам «Атласа новых профессий», текстовики не нужны! Парадокс!

Литература

1. Атлас новых профессий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://atlas100.ru/
2. Лесков, Сергей. Надуманные работники // Огонёк. – №7. – 2014.
3. Смеюха, В.В.Интегрированные коммуникации: теория и практика связей с общественностью / В.В. Смеюха; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д., 2016. – 123 с.
4. Казаков, Игорь «Атлас новых профессий»: кто потеряет работу к 2020 году? [Электронный ресурс], 17 февраля 2014. – Режим доступа: https://www.ridus.ru/news/154907.html
5. Четверикова, О.Н. Разрущение будущего: Кто и как разрушает суверенное образование в России. – М., 2015. – 128 с.
6. Авшалумова, Р. Стартап – мама вместо почтальона. Ведомости, №146, 14 августа 2013.
7. Авшалумова, Р. Какие профессии умрут, а какие – появятся. Ведомости, № 147, 20 августа 2013.
8. Видео презентация проекта «Атлас новых профессий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.youtube.com/watch?v=RDBQkW8G5E
9. Черных, А. Рынку труда нужны те, кого нет: АСИ представило список востребованных профессий. Коммерсант, № 27, 18 февраля 2014. С.5.
10. Шесть самых необычных профессий будущего [Электронный ресурс] // BigPicture, 20 августа 2013: http://bigpicture.ru/
11. Головин, Ю.А. Востребованные профессии в сфере масс-медиа: методика быстрого прогнозирования / Ю.А. Головин, О.Е. Коханая // Вестник Челябинского государственного университета, 2015, № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – С. 365–371.
12. Головин, Ю.А., Коханая, О.Е.Медиабудущее: композиции и компетенции // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Международной научно-практической конференции 17-18 сентября 2015 г.); часть 1 / Редкол.: А.Н. Гуда (пред.) и др.; РГУПС.– Ростов н/Д., 2015.– С.34-44.

13. Четверикова О.Н. Разрушение будущего. Кто и как уничтожает суверенное образование в России. – М., 2015. – 128 с.
14. Тайная миссия Сколково: Девять ключей к глобальной экономике инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // http://miptic.ru/publications_inv/a_50xiwb.php
15. Ильинский И.М.Западу не нужен образованный русский народ. Реформа образования в России ведется по рекомендациям Всемирного Банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf.ru/rus_soc/90357.html

СОВРЕМЕННЫЙ РЕЛИГИОЗНЫЙ ВОПРОС И ЖУРНАЛИСТИКА

Н.В. Крайнова
Научный руководитель Г.И. Щербакова
Тольяттинский государственный университет

Аннотация. Статья раскрывает причины увеличения религиозной проблематики в современных СМИ и обосновывает необходимость включения религиоведческих спецкурсов в журналистское образование.
Ключевые слова: религия, СМИ, Церковь, журналистика
Abstract. The article reveals the reasons for the increasing of religious publucations in contemporary media and explains the necessity of special courses on religious studies in journalism education.
Keywords: religion, mass media, Church, journalism.

Актуальная повестка дня редко обходится без новостей на религиозную тематику. Мы наблюдаем увеличение присутствия в информационном поле представителей традиционных для России религиозных конфессий. Вместе с тем достаточно интенсивно развивается сегмент религиозной журналистики, что вызывает необходимость ее анализа и осмысливания. При этом современная жизнь поставила общество перед новыми вызовами и угрозами, имеющими религиозную подоплеку. И, как следствие, вопросы, касающиеся веры или сообщества верующих, все чаще поднимаются в СМИ.

Все эти тенденции заставляют взглянуть на журналистское образование с нового ракурса – религиозного знания. На наш взгляд. существует несколько важных причин, по которым религиозные конфессии и журналистика (журналистское образование) обречены

на взаимодействие. Рассмотрим данные причины на примере православного христианства.

С одном стороны, насаждаемый глобализацией мультикультурализм, угрожает духовным ценностям, рождает необратимые последствия этического и нравственного выбора. Хоть культура Европы и зародилась в колыбели христианства, но приверженность к традиционным ценностям сегодня для нее не характерна, так как доминируют свободные от религиозных догматов принципы. Еще в XIX веке появился термин «постхристианская эпоха», а современные философы говорят уже об «обществе потребления», в котором место религии занимают различные фетишы, культы (например, культ тела).

В России же, в ситуации стремительной деградации нравственных ценностей, которая стала общей тенденцией последних десятилетий, голос православной Церкви не может не звучать все громче. Тем более, что в нашей стране пока еще есть кому прислушиваться к нему. Как свидетельствует опрос «Левада-центра», проведенный в феврале 2016 года, «россияне хотят, чтобы Церковь усилила влияние на поддержание общественной морали и нравственности» За это высказались 47% опрошенных (в марте 2013 года – 44 %). [URL:www.levada.ru/2016/02/19/odobrenie-roli-rpts-v-gosudarstve-vyroslo-do-rekordnogo-urovnya (дата обращения 02.03.2017)].

Несмотря на то, что Церковь отделена от государства и не может влиять на политические процессы, как социальный институт она не отделена от общества и является его частью. Она не остается в стороне и реагирует на все происходящее в нем, тем более, если речь идет о выборе духовно-нравственных ориентиров дальнейшего развития. Неудивительно, что в последние годы СМИ стали активно тиражировать различные цитаты церковных медийных персон, высказывающихся по тому или иному резонансному событию или явлению.

С другой стороны, порождением мультикультурализма явилась более серьезная проблема – религиозный экстремизм, фундаментализм, религиозные конфликты. Как справедливо прогнозировал еще в 2004 году аналитик Максим Шевченко, со временем актуальность религиозного вопроса в СМИ будет только возрастать, что связано с «усилением фундаментализма, слиянием политики и религии, проникновением религиозных организаций в сферу

крупного бизнеса, влиянием глобализационных процессов на модификацию религиозных докторин, распространением универсальных и синкретических учений, влияющих на миллионы людей» [Шевченко, М. Религиозная журналистика: типы, принципы и проблемы институцилизации // URL: http://www.pravmir.ru/religioznaya-zhurnalistika-tipy-principy-i-problemy-institucionalizacii (дата обращения 13.01.2017)]. И сегодня мы являемся свидетелями того, как предположения эксперта сбываются.

Конфликты на религиозной почве особенно опасны, потому что затрагивают глубинные представления человека о святом, попрание которого воспринимается еще острее, чем унижение личности. Можем вспомнить, какой резонанс вызвала акция панк-группы в Храме Христа Спасителя в феврале 2012 года. Другой пример – террористический акт в редакции французского журнала «Шарли Эбдо» в январе 2015 года. Эта ужасная трагедия, по-нашему мнению, как раз стала следствием вопиющей религиозной безграмотности журналистов, выходящей за пределы разумного. Распространение подобных идей «вседозволенности» в нашем многоконфессиональном обществе может повлиять на порождение нездоровых течений в религиозных учениях. Ведь в недрах религиозного фундаментализма наиболее часто вырастают приверженцы терроризма.

Вызывает опасение и то, что адептами наиболее крайней формы фундаментализма – ваххабизма, уже становились представители исконно христианских регионов нашей страны. Осенью 2013 года в Волгограде произошел теракт, одним из организаторов которого стал житель Подмосковья, уже несколько лет разыскиваемый родными. Изначально крещеный в православии, он ушел из дома, принял ислам, стал «русским ваххабитом».

Преступления последних лет на религиозной почве (убийства священников и муфтиев, поджоги православных храмов) способствуют разжиганию межэтнических конфликтов. Поэтому еще в 1998 году РПЦ стала инициатором создания межрелигиозного совета, главная цель которого – координация совместных действий и противодействие использованию религиозных чувств для разжигания межэтнических конфликтов, а также утверждение в обществе традиционных духовных ценностей, согласия и стабильности. Па-

триарх Кирилл, возглавляющий совет, подчеркнул: «...имеют место попытки экстремистских сил использовать чувства верующих в преступных целях, выдать суррогат фундаментализма либо обновленчества за подлинную духовность. А вслед за подменой духовности злоумышленники пытаются подорвать межрелигиозное и межнациональное согласие, осмеять традиции и нравственные основы жизни людей, а затем расколоть общество изнутри» [URL: http://kazan.spravker.ru/news/protivodeistvovat-ekstremizmu-mozhno-tolko-cherez-dukhovnye.htm (дата обращения 23.12.2014)].

Все эти и другие поистине страшные явления современности обнажают необходимость слаженной комплексной работы государства и общественных институтов. И в данном случае не последнюю роль играют и Церковь, и журналистика. Необходимость деятельной работы в направлении религиозного, духовного просвещения, повышения религиозной грамотности людей очевидна. Владимир Легойда, председатель Синодального отдела РПЦ по работе со СМИ, подчеркивает, что одним из вариантов профилактики экстремизма является знание религиозной культуры: «Человек, укорененный в своей традиции, получает прививку от экстремизма и терроризма, которые по сути своей противоречат тому, чему учит та или иная религия» [URL:http://tass.ru/opinions/interviews/3963152 (дата обращения 02.03.2017)].

Журналистика, стоящая на страже объективности и правды, имеет необходимые инструменты воздействия на общество. За это в большой степени отвечают ее идеологическая и культурно-формирующая функции.

Напомним, что сущность идеологической функции журналистики состоит в том, чтобы «постоянно способствовать росту и развитию сознательности масс путем всесторонней ориентации в действительности, выражающейся в формировании всех компонентов массового сознания при акцентированном внимании к задачам по развитию и активизации общественного мнения», как считает Е.П. Прохоров [Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2001. С.56].

В прямой связи с идеологическими функциями журналистики находятся функция культуроформирующая (или культурно-про-

светительская). По мнению Е.П. Прохорова, в отличие от идеологической культуроформирующая функция журналистики «не имеет такой жесткой прагматической направленности, ее цель – обогатить внутренний мир человека как самоценной личности» [Прохоров Е.П. Там же, с. 58].

Другой теоретик журналистики, С.Г. Корконосенко, обращает наше внимание на духовную жизнь и место журналистики в ней. Содержание духовной жизни, считает он, «это циркуляция норм и ценностей, идей и идеалов. Журналистика деятельно участвует в этом процессе. Но вырабатывать идеалы не входит в ее прямые задачи. Ее специфический вклад в духовную жизнь состоит в том, чтобы наладить их широкий поиск, распространение через предание гласности, а также сравнение». Нет никакого другого института, который был бы способен так полно и конкретно соотнести духовные ценности с практикой, как делает это журналистика, основанная на фактах и документах.

С.Г. Корконосенко отмечает, что «в соответствии с гуманистическим пониманием целей социального развития выше всего ставится деятельность журналистики в духовно-идеологической сфере, проявление в ней творческих задатков человека и удовлетворение его потребностей в знаниях, просвещении, ценностях мировой культуры» [Корконосенко С.Г. Основы журналистики. С. 172–174]. Таким образом, влияние журналистики на духовный выбор своей аудитории неоспоримо.

К примеру, Владимир Познер, известный атеистическими взглядами, интервьюируя 6 апреля 2015 года гостя программы «Познер» митрополита Иллариона (Алфеева) сделал для проповеди христианства больше, чем религиозный проповедник. Его мастерство вести беседу, его профессиональная пытливость подчеркнула христианскую позицию митрополита Иллариона, который, по сути, являлся не просто собеседником, а мировоззренческим оппонентом. А известный блогер Илья Варламов, настроенный крайне антиклерикально, в своей публикации, посвященной Великому посту, возможно, сам того не подозревая, встал на защиту ценностей христианства. Он выступил против утраты духовного смысла поста: «Единицы думают о том, что пост – подготовка христианина к празднованию

Пасхи. И отказ от привычного питания – это не какой-то забавный запрет, который надо красиво обойти, а жертва Господу. Чтобы человек перед Пасхой отказался от земных радостей и подумал о вечном, чтобы очистилось не только тело, но и душа! Как артишоки с соусом из белого трюфеля способствуют очищению души и мыслям о боге, я не знаю» [Варламов И. Религиозное лицемерие. URL: http://varlamov.ru/2256098.html (дата обращения 27.02.2017)].

Мы привели два таких примера, чтобы показать, как не ангажированные и не религиозные журналисты, способствуют распространению духовных ценностей. Их профессионализм основан, помимо опыта, личных качеств, специальных знаний, на знаниях традиционной культуры.

В связи с этим подчеркнем, что журналистское образование XXI века не может не включать в себя религиоведческое направление, помогающее качественно и профессионально освещать религиозный вопрос, выстраивать религиозный дискурс.

РОЛЬ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ
(на примере дисциплины «Новостные радиопрограммы»)

А.В. Куприянова
Тольяттинский государственный университет

Аннотация. В статье говорится об интерактивных технологиях и методах, используемых в современной образовательной практике. Рассматриваются подходы исследователей к данной проблеме. На примере конкретной дисциплины показывается, как интерактивные технологии применяются в подготовке студентов-журналистов и выявляется, делаются выводы об их роли в процессе обучения.
Ключевые слова: интерактивные технологии, журналистика, современные методы обучения
Abstract. In article it is spoken about interactive technologies and methods used in modern educational practice. Approaches of researchers to the problem. For example a particular discipline demonstrates how interactive technologies are used in the training of student journalists and revealed that the conclusions about their role in the learning process.
Keywords: interactive technology, journalism, modern teaching methods

В условиях реализации современных требований ФГОС по подготовке журналистов наиболее эффективными, рассчитанными на повышение качества обучения являются интерактивные технологии. Они позволяют создать условия деятельности, максимально приближенные к реальным, тем самым обеспечить формирование профессиональных компетенций. Интерактивная форма обучения позволяет активизировать познавательную деятельность студентов. Как отмечают авторы статьи «Разработка современных технологий интерактивного обучения в образовании», одним из возможных, и «вероятнее всего наиболее эффективным способом оценки компетентности можно считать оценку с использованием интерактивного образования. Компетентность человека проявляется только в различных ситуациях. Интерактивное обучение позволяет обеспечить посредством программных средств имитацию ситуаций и создать искусственную среду, в которой может быть произведена оценка компетентности» [6, с. 117].

Интерактивное обучение характеризуется использованием форм и методов, осуществляющих непрерывное взаимодействие и взаимопонимание преподавателя и студентов. О.А. Соколова отмечает следующие интерактивные формы обучения [5, с. 197]:

– дискуссионные (диалог, проблемно-рефлексивный полилог, групповая дискуссия, разбор ситуаций из практики, кейс-метод и др.),
– игровые (дидактические и творческие игры, в том числе деловые, ролевые, организационно-деятельностные),
– тренинговые (коммуникативные тренинги, тренинги сензитивности).

Современные интерактивные методы обучения основываются, помимо прочего, и на использовании мультимедийных технологий, а также грамотном применении возможностей сети Интернет. «В последнее время широкое распространение получило интерактивное обучение, суть которого заключается в организации учебного процесса таким образом, чтобы все обучающиеся оказывались вовлеченными в процесс познания. Большим учебно-воспитательным потенциалом для такой организации обладают мультимедиа-презентации, электронные обучающие программы и интернет-ресурсы», – отмечает А.В. Молочко [4, с. 16].

Важной особенностью построения занятия с использованием интерактивных технологий является обучение через практическую деятельность. Е.П. Ефимов выделяет следующие методы, применяемые в ходе занятий с использованием интерактивных технологий [2, с. 42]:

– интерактивное выступление (мультимедийные презентации);
– использование наглядных пособий (аудиозаписи);
– использование видеозаписей;
– мозговой штурм;
– работа в малых группах;
– технология проведения ролевой игры;
– кейс-метод.

Современная подготовка журналистов, направленная на освоение профессиональных компетенций, не может обойтись без применения интерактивных форм обучения. Особенно это касается дисциплин, направленных на освоение студентами конкретного вида журналисткой деятельности, в частности новостной радиожурналистики.

Дисциплина «Новостные радиопрограммы» направлена на ознакомление студентов с содержанием разных видов профессиональной деятельности радиожурналиста информационной службы – проектно-аналитической, авторской, редакторской, корреспондентской, организационно-управленческой, производственно-технологической, первичного освоения соответствующих методов работы, формирования умения планировать график работы выпускающей группы и индивидуальное рабочее время, участвовать в подготовке и выпуске новостных радиопрограмм.

В соответствии с учебным планом контактная работа по дисциплине проходит в форме лекционных и практических занятий, с использованием интерактивных методов обучения, в ходе которых студенты осваивают следующие тематические разделы (модули):

1. Новостные и информационные программы в современном радиоэфире.
2. Методы сбора информации для радионовостей и формы подачи радионовостей.
3. Жанры новостной радиожурналистики.

Лекционные занятия проводятся в форме лекций-бесед с использованием мультимедийных презентаций и наглядных пособий (аудиозаписей новостных радиопрограмм). Так, например, при изучении раздела «Новостные и информационные программы в современном радиоэфире» преподаватель с помощью мультимедийных презентаций дает характеристику современным радиостанциям и выходящим в их эфире новостным радиопрограммам. Затем, студенты, прослушивая на занятии конкретные выпуски новостей, анализируют и их по предложенному алгоритму, и с помощью преподавателя определяют отличительные особенности новостных выпусков на различных по формату радиостанциях. Такая включенность студентов в процесс проведения лекции позволяет им на конкретных примерах освоить теоретический материал, в группе обсудить спорные моменты, высказать собственное мнение по обсуждаемой теме. Как отмечает Л.Н. Щевьёва, «интерактивные технологии – это специальная диалоговая форма организации педагогического процесса, цель которого состоит в создании комфортных условий обучения, где студент чувствует свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность» [7, с. 88].

Практические занятия по дисциплине организованы таким образом, что комплекс выполненной студентом работы позволяет ему отрабатывать всю необходимую совокупность профессиональных компетенций, необходимых для выпуска новостных радиопрограмм. Это достигается путем использования различных интерактивных форм проведения практических занятий:

– практическое занятие с использованием ситуационных заданий на основе кейс-метода,
– практическое занятие с анализом ситуаций из практики,
– ролевые игры,
– организационно-деятельностные игры,
– практическое занятие с использованием интернет-ресурсов.

Кейс-задачи предлагаются студентам по каждой теме дисциплины. Это позволяет отработать на практике теоретические положения темы. Например, такие кейсы: подготовьте радиосообщение для выпуска новостей на студенческой радиостанции; подготовьте радиорепортаж с городского события, подготовьте стрит-ток на тему по выбору и т. д.

Ситуации из практики современной новостной радиожурналистики также предлагаются при освоении каждой темы. Это позволяет студентам посмотреть на конкретных примерах современного радиоэфира, каковы особенности того или иного изучаемого жанра, как осуществляется подбор новостей в соответствии с информационной политикой радиостанции, какие могут возникнуть профессионально-этические или правовые вопросы при подготовке новостного выпуска.

Сочетание при изучении темы анализа ситуаций из реальной практики с кейс-задачами позволяет студентам разносторонне изучить предлагаемый преподавателем материал, соответствовать при подготовке собственных материалов современным требованиям, предъявляемым к новостям на радио, проявить свои аналитические и творческие способности. Например, при изучении темы «Радиокомментарий в структуре новостного выпуска» в первой части практического занятия студентам предлагается прослушать три выпуска новостей информационных радиостанций (например, «Вести ФМ», «Эхо Москвы», «Говорит Москва»), выделить комментарии, проанализировать их по предложенным преподавателем критериям и обсудить в группе. Во второй части занятия ставится кейс-задача: подготовить оперативный радиокомментарий для новостного выпуска. Студентам предлагается прослушать интервью с экспертом на актуальную тему (на выбор преподавателя с сайта информационных радиостанций «Эхо Москвы», «Вести ФМ», «Радио Россия» и др.) и выбрать информацию, которую можно представить в новостной программе в качестве оперативного комментария, а затем с помощью компьютерной программы редактирования аудиофайлов смонтировать комментарий.

Ролевые и организационно-деятельностные игры позволяют заинтересовать студентов изучаемой темой, вовлечь их в процесс создания реального практического продукта. Так, например, при изучении темы «Интервью как метод сбора информации для новостного выпуска» проводится ролевая игра с целью отработки данного метода в различных ситуациях (пресс-конференция, брифинг, круглый стол, мероприятие и пр.). При изучении темы «Выпуск новостей на студенческой радиостанции» проводится организационно-деятель-

ностная игра, в ходе которой группа делится на новостные редакции задача каждой из которой подготовить выпуск новостей для студенческой аудитории.

Подготовка современной новостной радиопрограммы невозможна без использования, как источника информации и как площадки для публикации готового продукта, различных интернет-ресурсов. Поэтому, в ходе практических занятий отрабатываются: правила корректной работы с интернет-источниками; компетенции, необходимые для поиска и обработки новостной информации в сети; условия использования интернет-источников в новостях.

К концу курса студенты осуществляют самостоятельную подготовку информационной (новостной радиопрограммы): сбор материала, обработка, написание текста, запись необходимых аудиоматериалов, редактирование и монтаж программы. Затем готовый выпуск выкладывается в группе студенческой радиостанции кафедры «Журналистика» ТГУ в социальной сети Вконтакте, либо на сайте медиахолдинга ТГУ «Есть talk!». Это позволяет студентам на практике реализовывать все теоретические требования к подготовке новостных радиопрограмм, вовлекает их в процесс реальной профессиональной деятельности, дает возможность освоить необходимые для создания новостей на радио профессиональные компетенции. И все это достигается благодаря использованию интерактивных технологий. Как справедливо отмечает А.Н. Манджиева, «установлено, интерактивное обучение, построенное на взаимодействии обучающегося с учебным окружением, изменяет не только опыт и установки участников, но и окружающую действительность, так как часто являются имитацией определенных видов деятельности, что необходимо для успешности в будущей самореализации выпускников» [3, с. 55].

Таким образом, внедрение интерактивных технологий в процесс обучения является одним из факторов интенсификации современного процесса подготовки журналистов и играет следующую роль: позволяет успешно достигать цели активизации учебно-познавательной деятельности, осмысления и глубокого понимания учебного материала, обеспечения постоянной двусторонней связи в учебном процессе, успешного освоения профессиональных ком-

петенций. Такое обучение соответствует современным требованиям ФГОС к учебному процессу.

Литература

1. Быхун, Н.С. Интерактивные технологии обучения в современной системе образования / Н.С. Быхун // Наука и современность. – 2015. – № 38. – С. 81-86.
2. Ефимов, П.П. Сущность интерактивных технологий в современном образовании / П.П. Ефимов // Методология, теория и практика в современной педагогике, психологии, философии. Материалы III Международной научно-практической конференции. – Новосибирск, 2014. – С.35-44.
3. Манджиева, А.Н. Современные интерактивные технологии в системе профессионального образования / А.Н. Манджиева, А.В. Латаева // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2016. – № 27. – С. 55-58.
4. Молочко, А.В. Возможности использования современных интерактивных образовательных технологий в высшем профессиональном образовании (на примере обучения геоинформатики) / А.В. Молочко // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Науки о Земле. – 2013. – Т. 13. Вып. 2. – С. 16-21.
5. Соколова, О.А. Образовательные технологии интерактивного обучения в высшем профессиональном образовании / О.А. Соколова // Наука Искусство Культура. – 2014. – № 3. – С. 195-199.
6. Шматко, С.Г. Разработка современных технологий интерактивного обучения в образовании / С.Г. Шматко, Р.В. Дебёлый // Перспективы развития информационных технологий. – 2013. – № 14. – С. 115-118.
7. Щевьёва, Л.Н. Характеристика интерактивных технологий как инновационной составляющей современного образования / Л.Н. Щевьёва, А.А. Щевьёв // Человеческий капитал. – 2016. – № 3 (87). – С. 86-88.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АЛГОРИТМОВ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ БАЗОВЫМ ОСНОВАМ АНАЛИЗА И СОЗДАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА

Л.В. Иванова
Тольяттинский государственный университет

Аннотация. Освоение студентами-журналистами методики анализа и создания журналистского текста как элемента медиадискурса требует использования коммуникативного подхода. Статья посвящена вопросу алгоритмизации теоретических положений данного подхода для обеспечения более эффективного усвоения его сути учащимися и для создания благоприятных условий формирования важной профессиональной компетенции – готовности создавать качественные медиатексты.
Ключевые слова: журналистский текст, коммуникативный подход, методика анализа.
Abstract. the Development of students-journalists of methods of analysis and creation of a journalistic text as an element of media discourse requires the use of the communicative approach. The article is devoted to algorithmic theoretical propositions of this approach to ensure more effective learning its essence students and to create favorable conditions for the formation of important professional competence – willingness to create a quality media texts.
Key words: journalistic text, the communicative approach, the method of analysis.

В истории вузовского журналистского образования при обучении студентов базовым характеристикам журналистского текста в качестве основной методологической основы достаточно долгое время использовался структурный (семиотический) – содержательно-формальный – подход. В соответствии с принципом единства содержания и формы разворачивала характеристику журналистского произведения Г.В. Лазутина, доцент МГУ, автор учебников по основам творческой деятельности журналиста [5]. При этом, конечно, ею подчеркивалось влияние на семантико-синтактические характеристики текста прагматических установок автора и аудитории, а также необходимость учитывать такие факторы как тип СМИ, канал распространения информации и т. п. Но данные факторы, скорее, подразумевались, нежели реально рассматривалось их влияние на те или иные стороны текста. Студентам предлагалось освоить универсальную модель журналистского произведения через единство

идейно-тематических и структурно-композиционных характеристик, обусловленных функциональным предназначением и профессиональными установками журналистики как типа социально-креативной деятельности.

Однако в условиях сдвига научной парадигмы изучения лингвистических и текстовых феноменов – от системного и структурного подхода к междисциплинарному и коммуникативному – освоение универсальной (структурной) модели журналистского текста не гарантирует начинающим журналистам успеха в профессии. Требуется изменение точки зрения на явление, изменение акцента при анализе чужих медиатекстов и при производстве своих: с рекурсивного, направленного на установление констант определенных типов медиатекста, на дискурсивный – при котором в центре внимания находятся взаимосвязи конкретного текста с актуальной коммуникативной ситуацией производства и потребления массовой информации.

Автор учебного пособия по теории текста Н.С. Валгина, характеризуя текст как средство массовой коммуникации, в свое время обратила внимание на то, что «понимание текста как «текста в действии» приводит к выдвижению на первый план его функционального аспекта <...>. Функциональный анализ предполагает учет предварительной обусловленности авторского выбора тех или иных средств выражения смысловой структуры текста его целевой установкой, которая в свою очередь диктуется условиями реальной коммуникации (коммуниканты, предмет коммуникации, средства коммуникации, и т. п.)» [2, с. 12].

Аналогичную мысль в последнее десятилетие развивают в научных трудах ученые-журналисты Л.Е. Кройчик, В.В. Богуславская, Г.С. Мельник [4; 1; 6] и другие. Профессор ВГУЛ. Е. Кройчик, характеризуя публицистическое произведение, делает акцент на необходимости рассматривать его в конкретном информационно-коммуникативном пространстве [4], то есть подчеркивает возможность существования медиапродукта только в определенной ситуации усвоения его смыслов конкретной аудиторией.

Необходимость освоения принципов и методов коммуникативного подхода к анализу и созданию журналистского текста для СМИ предусматривается одной из общепрофессиональных компетенций

стандарта подготовки журналистов: «<...> готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов (ОПК-14)».

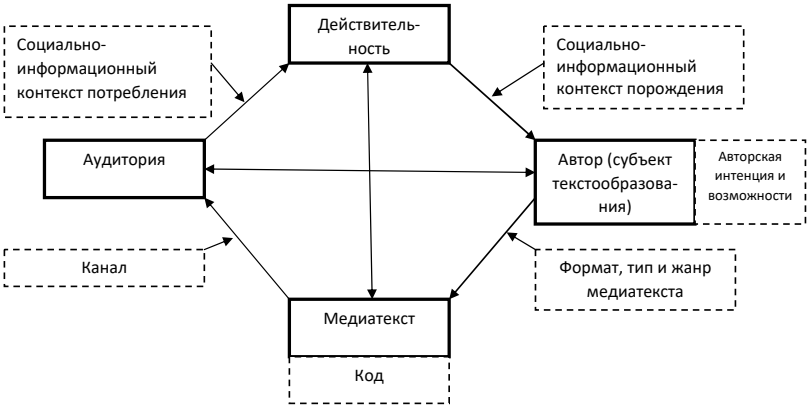
Для перевода теоретических представлений студентов о семантике, синтактике, прагматике и функционировании журналистского текста в практические умения и навыки его создания в вузах может применяться инновационная методика обучения – алгоритмизация коммуникативного подхода. Студентам предлагается последовательность мыслительных операций и практических действий, осуществление которых необходимо при реализации принципов коммуникативного подхода.

Поскольку коммуникативный подход к журналистскому тексту подразумевает синтез методики функционального и структурного анализа, а функциональный анализ выявляет элементы коммуникативной цепочки, влияющие на конкретные – содержательно-формальные – характеристики текста, необходимо начинать исследовательский и творческий процессы с установления экстралингвистических факторов.

Алгоритм мыслительных операций при осуществлении функционального анализа:

– социальный и информационный контекст оперативного повода, выбранного для отражения в конкретном СМИ;
– характеристики субъекта высказывания (коммуникатора, деперсонифицированного/персонифицированного автора-адресанта), обуславливающие информационно-коммуникативную авторскую интенцию и возможность реализации определенной стратегии;
– характеристики адресата (в том числе потенциально «лояльной» / сегментированной аудитории: возраст, пол, образование, род занятий, интересы), его актуальные потребности и интересы;
– характеристики канала и «информационного окружения» медиатекста, обуславливающие специфику кодирования информации;
– социально-культурный контекст, условия потребления медиатекста, «шумы и барьеры» в определенном хронотопе действительности;
– ожидаемый (реальный) эффект коммуникации (стратегическая цель – установка на преобразование разрозненных социальных единиц в целостное образование на основе общих установок, ценностей и т. п.).

Взяв за основу схему Л.Е. Кройчика [4] и Щелкуновой Е.С. [7, с. 52], дополним ее некоторыми факторами влияния на структурную сущность журналистского текста.



Функциональный аспект анализа медиатекста предполагает характеристику всех элементов коммуникативной цепочки, организуемой при участии журналистского текста, а также установление специфических условий коммуникации (порождения и потребления медиатекста) и реализуемых медиатекстом функций.

Алгоритм структурного (содержательно-формального) анализа может включать следующие пункты:

– выраженность текста: типы знаков, использованные для передачи информации, взаимодействие типов знаков (соответствие (обусловленность) типу медиатекста и каналу распространения); функции (коммуникативная, смыслопорождающая, культурологическая), реализуемые в зависимости от природы знака;

– *семантические отношения текста с действительностью*:

- тема произведения как единство факта и проблемы, выбор которой обусловлен экстралингвистическими факторами;
- фактическая информационная насыщенность текста в сопоставлении с заявленной темой, информативность в определенной ситуации передачи информации;
- идея текста как результативное достижение целевой установки высказывания (решение проблемы), достаточность основания предложенной концепции для конкретной аудитории в определенной коммуникативной ситуации;

- линейность текста – актуализация его синхронических и (или) диахронических отношений в конкретной коммуникативной ситуации – как средство выражения идеи;
- качество идейно-тематической разработки (через соотнесение с функциями журналистики и принципами массовой коммуникации);
- смысловая завершенность (незавершенность) текста: достаточность (недостаточность) информации для достижения целевой установки;
- установки автора текста, тип авторства, характер авторской стратегии, их обусловленность (соответствие) типом медиатекста и условиями коммуникации;

– *синтактические отношения*:

- обусловленность композиции текста семантической, коммуникативной, психоэстетической целесообразностью, а также экстралингвистическими факторами;
- структурированность текста: логичность, связность, цельность, четкость, направленность всех структурных элементов на реализацию целевой установки;
- стилистические качества текста (их соответствие условиям и цели коммуникации, форматным и жанровым характеристикам);
- ясность, понятность, доступность, декодируемость текста;
- отграниченнось текста: текстовые (заголовок и подпись автора) и графические средства выражения границ текста;
- релятивность текста: взаимосвязь текста с «окружением».

Коммуникативный подход к анализу и созданию журналистского произведения, учитывая его медиадискурсивный характер, приучает будущих авторов мыслить не только структурно, но и ситуативно. А алгоритм необходимых действий помогает приобрести и закрепить необходимые для качественного производства медиатекстов компетенции.

Литература

1. Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В.В. Богуславская. – М. : УРСС Эдиториал, 2008. – 280 с.
2. Валгина, Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 173 с.

3. Дискурс и стиль : теоретические и прикладные аспекты [Электронный ресурс] : колл. монография / под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой. – 2-е изд., стер. — М. : ФлИНтА, 2014. — 268 с.
4. Кройчик Л.Е. Журналистское произведение / Л.Е. Кройчик // Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров / под ред. С.Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 332 с.
5. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов, обуч. по спец. «Журналистика» / Г.В. Лазутина. – 2-е изд , перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 240 с.
6. Мельник, Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskih-issledovaniy
7. Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование : учебное пособие / Е.С. Щелкунова. – Воронеж : Родная речь, 2004. – 194 с.

КОНЦЕПЦИЯ КУРСА «ЯЗЫКОВАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА»

В.В. Лабутина
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П.Королева

Аннотация. Статья посвящена описанию опыта преподавания языкового курса будущим тележурналистам и логики преподнесения материала в учебно-методических разработках для студентов направления подготовки «Телевидение»
Ключевые слова: языковая ситуация, языковая компетенция, языковая рефлексия, современный теледискурс
Abstract. The article is devoted to the description of experience of teaching a language course to future TV reporters and logicians of a presentation of material in educational and methodical developments for students of the direction of preparation “Television”
Key words: language situation, language competence, language reflection, modern telediskurs

Курс «Языковая компетенция современного тележурналиста» читается в Самарском университете с 2014 года студентам направле-

ния подготовки 42.03.04 «Телевидение» социологического факультета (с 2016 года – факультета филологии и журналистики) в 5 семестре.

В 2015–2017 гг. нами был разработан комплекс из двух учебных пособий – изданного практикума «Языковая компетенция современного тележурналиста» [1] и курса лекций под тем же названием, находящегося в печати.

Целью настоящей статьи является представление концепции названного курса, которая реализована в подготовленных учебных пособиях.

В 2014–2015 гг. нами было предпринято исследование языковой рефлексии студентов (преимущественно в нормативно-коммуникативном аспекте), которое сопровождалось выявлением некоторых особенностей и закономерностей развития современной языковой ситуации и определением учитывающих эти закономерности приоритетов при изучении языковых курсов в вузе (подробнее об этом см. [2]).

Очевидно, что рядовой образованный или получающий образование носитель языка имеет во многом интуитивное, но весьма правильное представление о критериях оценки своей и чужой речи с точки зрения ее соответствия образцу, эталону, идеалу. Студент при этом может не подозревать о существовании сложной, тщательно разработанной системы языковых компетенций и речевых «готовностей» (термин Ю.Н. Караулова), о которых знают специалисты, обучающие этим «готовностям», – например, «готовность к рецепции лексики», «владение темпом спонтанной речи», «готовность пользоваться различными конкретными подъязыками и регистрами», «готовность убедительно высказаться на родном языке публично», «готовность чувствовать банальность рифмы», «готовность версифицировать», «готовность к оперированию национальным и интернациональным ономастиконом» и т. д. [3; 60–61].

Наше исследование показало, что уровень развития языковой рефлексии студентов как компонента коммуникативной компетенции достаточно высокий, причем независимо от того, высоким или низким опрашиваемые признают уровень своего владения языком. Приведем примеры высказываний студентов: «...делая ошибки на «*н-нн*», ошибки на «*тся-ться*» или пунктуационные ошибки, я себя

не чувствую отсталым. Мне кажется, если взять молодежь, только молодежь, которой не исполнилось 25 лет, процентов 90 будут такие, как я. Грамотность формируется тремя факторами: зрительная память (человек много читает), механическая память (рука запоминает, как слово пишется), знание правил. Но наше время и образ жизни не дает этим факторам развивать нашу грамотность. Нужно искать четвертый, подходящий XXI веку»; «Можно упростить пунктуацию, можно использовать англицизмы, но путать *тварь* и *утварь*, *тся* и *ться*? Я считаю это противоестественным»; «Я, как будущий работник телевидения и радио, очень обеспокоен тем, что скоро, находясь в студии, буду говорить о «трехста» метрах асфальта... в прямом эфире»; «Безусловно, грамотность – хорошее качество, но не стоит забывать, что существует и реальный мир, в котором орфография – это некое препятствие»; «Моя языковая компетенция, конечно, несовершенная. Но считаю, что главное в том, чтобы не «забивать» на этот факт. (Знаю, что это выражение неуместно, но зато эмоционально верно)». (Последнее высказывание особенно показательно, так как явно демонстрирует способность автора к речевой рефлексии.)

Таким образом, представляется целесообразным начинать изучение курсов, призванных повышать уровень языковой компетенции студентов – будущих тележурналистов, именно с развития у них языковой и речевой рефлексии, с осознания собственной потребности совершенствования, в том числе в области владения родным языком.

Именно этот подход был осуществлен в разработанных нами учебных пособиях. Первое же упражнение практикума имеет целью раскрепостить студентов, пришедших на языковой курс со школьными страхами перед диктантами и еще помнящих все «ужасы» «бессмысленного и беспощадного» ЕГЭ, воспринимающих нормы родного языка как еще одну область своей уязвимости.

Приведем полный текст задания к первому упражнению.

«Подготовьтесь к участию в игровой дискуссии в одном из телевизионных форматов на тему «Современная языковая ситуация: погибает ли русский язык?»

• Постарайтесь продиагностировать собственные трудности, проблемы в сфере владения литературным языком, запишите результаты своих наблюдений и размышлений;

• составьте свой «мемориал грамотности», например, ориентируясь на высказывание Максима Кронгауза: «В нашем общении есть пять-десять примеров, за которые мы готовы убить. Кофе, одеть-надеть, звонИт и другое, неправильное ударение (не произносите этого вслух!), включИт и другое, неправильное ударение... В интернете есть прекрасная фраза: «В России есть две беды: *тся* и *ться*»;

• письменно ответьте на следующие вопросы:

1. Какие проблемы кажутся вам наиболее актуальными применительно к современной языковой ситуации – например, вытеснение в сетевой коммуникации устной речи речью письменной, а письменной речи картинками и смайликами, разрыв между дискурсами разных поколений, неумение говорящих развернуто выразить свои мысли и чувства, примитивизация вербальной коммуникации, неспособность к общению «в реале», неумение переключаться с одного стиля речи на другой, владение только одним стилем языка, снижение уровня грамотности, засилье заимствований и т. д.? Составьте свой рейтинг проблем, характерных для современной языковой ситуации.

2. Что мешало / помогало вам при изучении языковых курсов в школе, что бы вы хотели изменить в принципах преподавания родного языка?

3. Каковы, по вашему мнению, возможные варианты развития языковой ситуации в ближайшем будущем?

• подберите высказывания, подтверждающие обоснованность вашей позиции, чтобы использовать их как аргументы в дискуссии, например:

Марина Королева, канд. филол. наук, радио- и тележурналист, автор передачи «Говорим по-русски» на радио «Эхо Москвы»: «Русский язык еще не раз простудится на похоронах тех, кто говорит, что он умирает».

Ольга Северская, канд. филол. наук, журналист «Эха Москвы», соведущая передачи «Говорим по-русски»: «Неграмотность – это как жирное пятно на галстуке от Армани».

Татьяна Черниговская, доктор филол. и биол. наук, нейро- и психолингвист, специалист в теории сознания, ведущая программ на канале «Культура» и «Пятый канал – Петербург»: «Произойдет разделение на тех, кто будет уметь читать сложную литературу, и тех, кто читает вывески, кто таким клиповым образом хватает информацию из интернета. Оно будет развиваться все больше и больше».

Дмитрий Быков, писатель, поэт, журналист, радио- и телеведущий: «Реформа русской орфографии, о необходимости которой так много говорили сначала при Хрущеве, а потом в девяностые, совершилась. При этом законодательно она пока никак не оформлена. Орфография начинает постепенно упраздняться сама собою. Она размывается. Ее уже почти не видно... Впрочем, остались еще люди, для которых грамотность по-прежнему нечто вроде пароля... Только количество этих людей вернулось к уровню, скажем, XVIII века — когда интеллигенция только-только начинала формироваться. Ну и нормально. Не худший был век».

Приведенное упражнение открывает РАЗДЕЛ 1 «Специфика современной языковой ситуации и особенности современного теледискурса». Всего же разделов четыре: РАЗДЕЛ 2. Лингвистическая (нормативная) составляющая языковой компетенции. Развитие языковой рефлексии; РАЗДЕЛ 3. Коммуникативно-риторическая составляющая языковой компетенции. Навыки целесообразного построения текста и мастерство устного выступления; РАЗДЕЛ 4. Общекультурная составляющая языковой компетенции. В них включены упражнения, нацеленные на развитие у студентов различных составляющих языковой компетенции: языковой рефлексии и языкового вкуса, навыков уверенного владения акцентологическими, лексическими, грамматическими, стилистическими нормами литературного языка. Присутствуют задания творческого характера, призванные совершенствовать умение риторически грамотно строить как рассчитанные на публичное произнесение, так и письменные тексты. Специальное внимание уделяется особенностям современной языковой ситуации, основным проблемам массовой коммуникации, в частности, речевой коммуникации в теледискурсе.

Например, в рамках разговора о динамике современной языковой ситуации студентам предлагается провести исследование раз-

рыва между дискурсами разных поколений, феномена «непонимания» поколениями друг друга на языковом уровне, асимметричную неосвоенность определенных пластов лексики.

В процессе выполнения задания становится очевидно, что студентам неясны значения так называемых «советизмов» – идеологических клише, дискредитированных идеологем советской эпохи или свидетельств ее бытовых реалий, составлявших фундамент советского идеологического кода.

Студентам предлагается дать определение уходящих из русского языка слов-советизмов и толкование некоторых из них: раскулачить, ДИП, встречный план, компетентные органы, достать из-под полы, поехать на картошку, кооперативная квартира, работать на химии, рабфак, привести другие примеры историзмов-советизмов и объяснить, чем вызваны следующие неверные толкования таких историзмов представителями современного поколения молодежи: политинформация – «тайная, секретная информация», «секрет для гражданских лиц», «политкорректная информация» (вместо «вид идеологической и политико-массовой работы в форме обязательных лекций или бесед в трудовых и воинских коллективах, учебных заведениях, партийных, комсомольских и пионерских организациях»); раскулачить – «сломать на несколько кусочков», «рэкет» (вместо «ликвидировать на базе сплошной коллективизации кулачество как класс, кулаков и кулацкое хозяйство»); работать на химии – «под допингом» (вместо «на вредном для здоровья химическом производстве»).

Кроме того, студенты проводят опрос представителей старшего поколения – своих родителей, прохожих, друзей в соцсетях на предмет выявления непонимания «старшими» современных неологизмов и молодежных жаргонизмов, например: юзать – «зудеть», «ерзать» (вместо «использовать», «пользоваться», производное от англ. to use); лук – «овощ» (вместо «образ» – англ. look); пост – «контрольный пункт, дежурство» (вместо «отдельно взятое сообщение в форуме или блоге» – англ. post); геймер – гомосексуалист (вместо «игрок» – от англ. game); бот – «лодка» (вместо «программа-робот»).

Осознание существования внеязыковых факторов, «вбивших клин» между поколением социальных сетей, инстаграма и поколением, которое словосочетание «бумажные книги» воспринима-

ло сначала как плеонастическое, делает очевидным для студентов феномен сосуществования дискурсов разных поколений, диалога и конфликта этих дискурсов – проблемы вечно актуальной и взаимно интересной и «отцам», и «детям».

В первом разделе практикума также есть упражнения, посвященные перспективным, но недостаточно подробно рассматриваемым в учебной литературе направлениям развития современных научных исследований: речевому воздействию и манипулированию в теледискурсе, конфликтности в общественных коммуникациях, речевой агрессии и языковым играм, а также проблемам политкорректности, экологии языка и ответственного речевого поведения в открытом коммуникативном пространстве, каковым является теледискурс.

Например, студенты работают над составлением словарика эвфемизмов, в том числе социально-политических, типа «нецелевое расходование бюджетных средств», «либерализация цен», «финансовая турбулентность»; словарика лингвоцинизмов типа «сроки дожития», «человеческий материал».

Специальное внимание уделяется выявлению признаков информационных войн и пропаганды в современном теледискурсе. Студенты анализируют новостные, аналитические и другие программы на предмет обнаружения «коммуникативного оружия» языковой войны: языковой оппозиции «свой» – «чужой», идеализации «своих» и демонизации «чужих», создания образа врага; вербальных проявлений национализма, расизма, сексизма, эйджизма, религиозной нетерпимости и любой другой ксенофобии, выражающихся в брани, оскорблениях, неполиткорректных высказываниях, негативных/позитивных оценочных суждениях и комментариях (особенно в новостных программах), фиксируют свидетельства языковой ненависти и вражды, конфликтной коммуникации, например: «Американцы/русские продолжают шпиговать Европу оружием», «Слова президента вызвали у США просто истерику», «...грызня за власть в Киеве», «представляем рейтинг самых завиральных заголовков европейской прессы», «...семидесятилетняя бабушка Хиллари Клинтон», «укропы/ватники», «каратели», «предатели», и под., обсуждают проблемы политкорректности в современном теледискурсе.

Раздел 2 «Лингвистическая (нормативная) составляющая языковой компетенции. Развитие языковой рефлексии» посвящен языковым нормам применительно к аудиовизуальной среде ТВ. Упражнения этого раздела призваны тренировать студентов в понимании, а иногда и заучивании действующих норм русского языка, это своеобразная лингвистическая «муштра», тяжелый труд в освоении орфографического, лексического, акцентологического минимумов, сознательные усилия в применении речевого самоконтроля (выражающиеся, например, в отказе от использования средств нижних ярусов языка), в получении навыков редактирования своих и чужих текстов, вообще в «мелиорации» собственной речи.

Раздел 3 «Коммуникативно-риторическая составляющая языковой компетенции. Навыки целесообразного построения текста и мастерство устного выступления» содержит, например, задания «Придумайте 10 вариантов эффектного вступления к речи на предложенную тему»; «Подготовьте план-конспект публичного выступления на любую другую интересующую вас тему. Составьте несколько вариантов эффектного вступления и заключения. Подберите несколько риторически выразительных средств, повышающих убедительность и занимательность вашей речи (пословицы, цитаты, поэтические отрывки, афоризмы, неожиданные заявления, игра слов, удачные метафорические образы, шутки и т. д.). Продумайте способы повтора основной мысли выступления»; «Проанализируйте примеры риторических приемов использования псевдологики в манипулятивных целях» и под.

Упражнения раздела 4 «Общекультурная составляющая языковой компетенции» посвящены освоению студентами важнейших для русской культуры прецедентных текстов, исследованию и анализу корпуса собственных прецедентных текстов студента, феномену искажения претекстов в речевой практике, освоению новых для студента слов (точнее, самостоятельному их поиску по принципу «новый день – два новых слова»), составлению индивидуальных словариков иноязычных слов и выражений, освоению библеизмов и варваризмов, а также изучению речевой этики и этикета применительно к телевизионной речевой культуре.

Таким образом, изучение рассмотренных разделов курса должно послужить всестороннему развитию языковой личности студента, реализуя современное представление о разнородных составляющих языковой компетенции будущих тележурналистов.

Литература

1. Лабутина В.В. Языковая компетенция современного тележурналиста: учеб. пособие / В.В. Лабутина. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2016. – 68 с.
2. Лабутина В.В. Развитие языковой и речевой рефлексии на практических занятиях по курсам «Языковая компетенция современного тележурналиста», «Русский язык и культура речи» // Юбилейный сборник научных трудов преподавателей, аспирантов и магистрантов социологического факультета Самарского государственного университета. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2014. С. 384– 391.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987.

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОСВОЕНИЕ ПРОБЛЕМ ДИЗАЙНА В СТУДЕНЧЕСКОЙ АУДИТОРИИ И СОЧЕТАНИЕ НЕСОЧЕТАЕМОГО

В.В. Пугачев

Башкирский государственный университет, г. Уфа

Аннотация. Трудности перевода студенческой логики из метрической системы в полиграфическую типометрию. Навыки понимания, что квадрат не квадратный, а пункт не точка на бумаге, а единицы измерения в дизайне. Обучение владению на практике гарнитурой шрифта и умению на глаз определять кегль основных текстовых шрифтов. Трудности следующего этапа – перевод привычных представлений печати на бумаги в цифровой вариант. Отсутствие периметра, обязательного в бумажном варианте. Перемена принципов строительства страницы, газетной, журнальной книжной. Роль рубрик, линеек, отбивок. Навыки макетирования.

Ключевые слова: полиграфическая типометрия – метрическая система, обучение типоразмерам, цифровая полиграфия, периметр страницы, строка, кегль, гарнитура.

Abstract. Translation Difficulties of the student of the logic of the metric system in printing topometry. Skills understanding that a square is not square, and the point is not a point on the paper, and the units of measurement in design. Trained to use in practice headset font, and the ability of the eye to

determine the size of the main text fonts. The difficulties of the next phase – translation of traditional ideas of print on paper in the digital version. The absence of a perimeter binding in paper. Change in principles of construction pages, newspaper , magazine book. The role of headings, lines, cutoffs, etc. Skills prototyping.
Keywords: Printing topometry metric, training sizes, digital printing, perimeter page, line, size, headset.

Аудиторная интерпретация перед студентами принципов современного дизайна газет, журналов и книг представляется довольно проблемной по причине присутствия в современной практике двух главных технологий воспроизводства текста: традиционной полиграфической на бумаге с печатных форм, а также компьютерных технологий, где точки отсчета вроде и есть, но вроде их и нет. Они похожи на традиционные полиграфические, но только похожи. Студентам мы вначале показываем деревянные литеры из акцидентных касс, чтобы они имели представление о типоразмерах литеры и того, с чего начинал Иоганн Гутенберг.

Однако мы должны дать студентам знания как полиграфической типометрии, так и ее компьютерной версии, навыков работы в основных электронных программах допечатной подготовки страниц газеты, журнала, книги, всего того, что постепенно занимает все большее место в журналистской и издательской отрасли. Этот предмет должен обучить студентов теоретическим и практическим знаниям основ современного газетного, журнального и книжного дизайна. Технологии современного дизайна как учебный предмет, обучение его тонкостям является довольно трудным для понимания и запоминания в силу своей конкретности и технологичности.

Традиционно в начальных лекциях и на практических занятиях происходит освоение традиционной типометрической терминологии, ее главное отличие от метрической системы мер. Что квадрат в полиграфии не квадратный, а просто название единицы измерения. Что пункт – это не точка на бумаге, а единица длины в дизайне, он является одной сорок восьмой частью квадрата. Что кегль – это высота литеры, буквы. Измеряется в пунктах. И что нельзя писать на оригинале размеры набора текста десятичной дробью, потому что в основе не 10 и не 100, а 48 пунктов. Обычной дробью нужно писать.

Через это студентам пробраться очень трудно, но со временем переход на полиграфическую типометрию происходит. Потом идет плавное переключение на полиграфические современные технологии печати, плоскую печать и офсетную, возможности фотографии, иллюстрации и рисунка на газетной, журнальной или книжной странице. Сложнее объяснять принципы отбора иллюстративного материала для номера газеты. Что событие в газете важнее эстетики фото, недостатки оперативного фото минимизируются ретушью, а вот при отборе фото для журнала ужа важна красота снимка, потому что у журнала другие задачи, другие полиграфические технологии печати и поэтому другие возможности воспроизведения.

Затем следует этап по изучению шрифтов, газетных, журнальных, книжных, заголовочных. Обсуждение сферы применения происходит на практических занятиях, где приходится осваивать понятие кегля и емкость строки стандартной газетной в знаках, отличие журнальных шрифтов и емкость журнальной строки и потом книжные шрифты и отличие книжной строки от газетной и журнальной. Что книжная строка и текст на странице монопольны, а в газете тексты конкурируют друг с другом качеством новости и авторским исполнением.

Усложнение работы по освоению практики дизайна идет по нарастающей, когда основа знаний начинала помогать рисовать первые макеты. Позже для более глубокого понимания нового материала приходится переводить в обратные макеты страницы популярных газет с подробным комментарием преподавателя приемов оформления страницы, главных элементов, оформления крупных статей и заголовочных комплексов. Этот период очень важен в изучении дизайна, он помогает студентам понять распространенные практики в оформлении наиболее читаемых в стране и регионе газет и журналов.

Параллельно студенческой аудитории приводится и закрепляется на практических занятиях терминология из компьютерных технологий верстки. В нашем регионе это чаще пакеты программ Microsoft и Apple. Практически все студенты владеют азами пользователя компьютерной техникой. Это самый сложный момент в процессе освоения киберверсии дизайна. Не отменяя фундаментальных знаний классического полиграфического дизайна, предстоит аккуратно вводить появление параллельной коллекции компьютерной терминоло-

гии. Это касается пунктов, квадратов, появления пик, замена ретуши программами фотошопа. И редактировать дизайнер программой фотошопа должен так, чтобы визуально не было видно следов вмешательства в содержание фотографии. Последняя программа помогает редактировать фото в номер, удалить недостатки или отформатировать, по-старому, откадрировать фотоснимок для выделения главного персонажа среди других людей, попавших на фото.

Если традиция основывается на бумажных рукописях и бумажных фотографиях, то новые технологии дизайна используют в качестве основы авторский текст, получаемый по внутренней электронной почте, фотографии поступают к оформителю тем же путем. Поэтому здесь начинается освоение следующего этапа, чтение оригинала для поиска ключевых слов, цитат, возможно, более интересного заголовка.

Потом в шаблоне страницы или электронной модели находим традиционное место для этого материала и начинаем выстраивать окно, в которое ляжет наш материал. Важно объяснить студентам отличие электронного макетирования от бумажного, обозначить сходство или отличие этих процессов. Показать необходимость для газеты стандартной колонки, из которых строятся страницы и весь номер, это поможет понять, что окно, в котором мы курсором нарисуем статью – часть страницы, всего номера. В случае необходимости мы легко сломаем верстку и перенесем статью на другую страницу или сделаем перенос части статьи, потому что они набраны стандартной строкой.

В электронном варианте размывается взаимосвязь между материалами страницы, номера, потому что нет жестких границ ни страницы, ни номера. Здесь исчезает четко очерченный периметр печатного варианта одного материала и всей страницы. Уходят визуальные знаки и пометы принадлежности страницы к изданию. В «Известиях» это был масштабно уменьшенный заголовок на всех колонтитульных строках постранично, кроме первой, потому что там на открытии стоял настоящий заголовок. Совершенно другую роль начинают играть разделительные линейки и отбивки, которыми мы эффективно пользовались при рождении печатной страницы.

Поэтому здесь появляются другие навыки чтения. Для примера можно сравнить бумажную газету «Известия» и ее электронную версию. В интернет-версии нет ощущения цельности, завершенности страницы, только при богатой фантазии можно перелистывать страницы номера. На открывшейся странице мы видим главные темы, авторы и способ навигации по номеру. На месте колонтитула бегут друг за другом визуализированным заголовки наиболее важных материалов. Здесь все делается с помощью клика. Мы не позволяли себе смотреть на дизайн глазами читателя, дизайн оценивался как эффективный, эстетичный или неудачный. Мы его не включали в партитурное чтение, просматривание номера. Социология журналистики делала контент-анализ на предмет эффективности, даже на повторяемость заголовков и слов применялись медики подсчета. А вот как воспринимает дизайн читатель, который, открывая номер, одновременно просматривает заголовки, иллюстрации, первые абзацы материалов. Сегодня, при переходе читателей на электронные версии периодических изданий, появляется новая культура чтения, не с листа, а на экране. Появляются новые закономерности управления внимания читателя, возможно, должны появиться новые шрифты, адаптированные для чтения в интернете. На это в курсе лекций и практических занятий преподавателем уделяется особое внимание.

В бумажной практике макетирования качество фото на странице мы определим растром, растровой сеткой, возможно, обтравкой, комбинированным, штучным ручным приемом создания художественного фото в плоскопечатной газете. Сетка помогает при печати качественно переносить изображение. Так вот этим методом редакционный художник смывает часть сетки, на печатной форме часть фото будет без растровой сетки, что даст очень интересный эстетический результат после печати на бумаге. В электронном варианте важно объяснить значение термина «разрешение», эта функция поможет выбрать для печати оптимальный уровень для печати фото в номере. От правильности выбранного режима «разрешение» зависит качество печати и в особенности иллюстраций.

Литература

1. Васильев С.Л. Удобочитаемость газеты и журнала. – Воронеж, 2010.
2. Волкова В.В. Дизайн периодических изданий. – М., 2014.

3. Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин С.И., Ситников В.П. Дизайн газеты и журнала: уч. пособие / под ред. В.В. Волковой. – М., 2003.
4. Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. – М., 1984.
5. Киселев А.П. История оформления русской газеты (1702-1917 гг.). – М., 1990.
6. Попов В.В., Гуревич С.М., Производство и оформление газеты. – М., 1984.
7. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий. – М.,2006.

«ВЕЧЕРНЯЯ ГАЗЕТА» КАК ОСОБЫЙ ТИП ПРЕССЫ

К.В. Силантьев
Санкт-Петербургский государственный университет

Аннотация. В статье рассматривается модель вечерней газеты как особого типа масс медиа, приводятся исторические сведения о зарождении и развитии вечерних изданий, анализируется читательский спрос на них и особенности журналистских текстов для вечерних газет.
Ключевые слова: вечерняя газета как тип прессы, история вечерней прессы, читатели вечерней прессы, издательские расчеты и просчеты при выпуске вечерних газет.
Abstract. In the article the model of the evening newspaper as a special type of mass media, provides historical information about the origin and development of formal publications, analyses, demand on them and characteristics of journalistic texts for the evening Newspapers.
Keywords: evening newspaper as a type of press, the history of the evening press, evening press readers, publishing calculations and miscalculations in the edition of the evening Newspapers.

Выпуск газет во второй половине дня – распространенное явление конца XIX – начала XX вв. Но для середины и второй половины XIX века это было нововведением. Одним из первых эту практику освоил и ввел издатель столичной политико-экономической газеты «Биржевые ведомости» К.В. Трубников. В рамках выпуска различных газетных прибавлений и дополнений кроме вечернего выпуска своей основной газеты он создал еще и отдельный вариант для регионов под названием «Вечерняя газета».

«Вечерняя газета» выходила на основе «Биржевых ведомостей» с 1866 по 1874 г. (когда Трубников продал оба издания предпринима-

телю и промышленнику В.А. Полетике). Но это была не просто вечерняя газета, она представляла собой вдвое удешевленное и немного сокращенное издание. Сначала газета выпускалась в виде прибавления, а затем уже как самостоятельное, полноценное издание со своей отдельной подпиской. «Вечерняя газета» представляла почти копию «Биржевых ведомостей», отличаясь лишь меньшим объемом и иным составом телеграмм (материалы газеты перепечатывались из «Биржевых ведомостей» через 1–2 дня после выхода последних). Чтобы газета имела низкую стоимость и при этом обладала высоким уровнем содержания, она должна была быть соединена с дорогим распространенным изданием (как дайджест) – так и сделал Трубников.

7 октября 1865 года Трубников сообщал в Главное управление по делам печати, описывая отличие «Биржевых ведомостей» и «Вечерней газеты»: «разница между тем и другим изданием заключается единственно только в объеме их и следовательно в относительной их стоимости; содержание же Вечерней газеты есть буквальная перепечатка статей из Биржевых Ведомостей»[1].

В объявлении о начале «Вечерней газеты» редактора и издателя К.В. Трубникова говорилось, что новое издание будет выходить ежедневно в час пополудни, поэтому будет «возможность не только не опаздывать сообщением интересных сведений, но даже предупреждать прочие ежедневные периодические издания и сообщать новости в тот же день, тогда как в других газетах они появятся на другой день утром»[2].

Предпринимая дешевое издание ежедневной газеты, редакция указывала на причины, побудившие ее к этому, и на средства, которые давали возможность выполнить заявленную программу, «при дешевой подписной цене, с надеждою удовлетворить ожидания гг. подписчиков»:

«Развивающаяся с каждым годом во всех слоях нашего общества потребность более основательного и более разнообразного чтения, поставила нашу журналистику в иные условия сравнительно с прежними. Потребность эта вызвала, между прочим, необходимость помещения в наших ежедневных изданиях тщательно-обработанных

[1] РГИА. Ф. 776. Оп. 3. Ед. хр. 81.
[2] РГИА. Ф. 777. Оп. 2. Ед. хр. 125. Лл. 16-17.

статей, как по предметам общим, так и в особенности по специальным, и побудила увеличить значительно объем этих изданий, и вследствие того и самую стоимость некоторых из них.

Обстоятельство это, не имея значения для достаточного класса читателей, поставило лиц, располагающих небольшими средствами, в виду всеобщей дороговизны, в более или менее затруднительное положение при выписке газет: или удовлетворительное содержание известного издания было им недоступно по цене, или дешевизна газеты была непременно в ущерб ее содержания»[3].

Редакция полагала, что удовлетворить в одно время обе потребности (достойное содержание и приемлемая стоимость) возможно, только когда дешевая ежедневная газета будет соединена с распространенным и известным изданием значительной стоимости, потому что подобная газета должна иметь обширный запас сведений и огромное число разных сотрудников и разнородных корреспондентов, «которые для всякой другой дешевой газеты были бы слишком обременительны, чтобы не сказать невозможны»: «Предпринимая издание вечерней газеты при редакции Биржевых Ведомостей, мы надеемся достигнуть вышеозначенной цели, почерпая из этого источника, без излишних трудов со стороны редакции, все те сведения, которые составят для вечерней газеты самый богатый и разнообразный материал»[4].

Организаторы издания рассчитывали, что оно не будет уступать по содержанию не только дешевым, но и многим дорогим газетам. Более того, допуская месячную подписку в 60 коп. с доставкой и пересылкой, они делали свое издание «самым доступным для публики».

«Вечерняя газета» была ориентирована как по стоимости, так и по содержанию на провинциального, не очень состоятельного читателя. Своего рода мини–«Биржевые ведомости», «сборный» (за несколько дней) вариант столичной газеты. В «Вечернюю газету» шло меньше официальной информации и сложных экономических сведений. Основой были свежие телеграммы, российская и иностранная корреспонденция и разные любопытные известия и сообщения, претендующие на необычность, сенсационность.

[3] РГИА. Ф. 777. Оп. 2. Ед. хр. 125. Лл. 16-17.
[4] РГИА. Ф. 777. Оп. 2. Ед. хр. 125. Лл. 16-17.

«Политическая и литературная» «Вечерняя газета» с заявленными объемом в 8 страниц и форматом «Сына Отечества» выходила под руководством К.В. Трубникова до 1874 г. Редакция располагалась сначала по адресу Галерная, 14; с июня 1866 года – на Б. Конюшенной ул., 5 (д. Утина), а затем «переехала» в д. Татищевой, на угол М. Морской.

Каждый номер газеты начинался с передовой статьи (больше о войнах и политике), например:

«Санкт-Петербург.12 июня. Война в Германии началась уже фактически. Мы будем следить за ходом ее с тем большим вниманием, чем важнее и богаче последствиями события, совершающиеся в настоящую минуту в центре Европы»[5].

Интересной особенностью этих статей было то, что в них часто использовались возвращения к предыдущим номерам и обращения к читателям:

«*Читателям «Вечерней газеты» уже известен наш взгляд...*»[6].

В подвале первой полосы располагался отдел под названием «Фельетон». Он, как правило, состоял из двух частей. Первая часть представляла одну большую публицистическую статью из жизни Европы, о торговле, транспорте (в большинстве разбивалась на части и заканчивалась словами «продолжение будет»). Также в первой части «Фельетона» могли располагаться рецензия, очерк о путешествии или литературное произведение (1874 г. – роман Э. Золя «Завоевание Пласана»):

«*Торговое и экономическое значение трансатлантического телеграфа*»[7].

Надо отметить, что постепенно статьи начинаются подписываться (хотя в основном пока псевдонимами), обезличенный текст уступает место авторским материалам. «Н. Л.» (Н.С. Лесков), «Экс», «Сам-по-себе» (А.П. Чебышев-Дмитриев), «Буква» (И.Ф. Василевский)[8].

---

[5] Вечерняя газета. 1866. 13 июня. № 126. С. 1.

[6] Вечерняя газета. 1867. 8 февраля. № 31. С. 1.

[7] Вечерняя газета. 1866. 12 августа. № 174. С. 1.

[8] Сементковский Р. И. Среди отошедших (из моих воспоминаний) // Исторический вестник. 1917. № 5-6. С. 383.

Вторую часть этого отдела занимал обзор иностранной прессы – своего рода «дайджест» о политической и экономической жизни мира:

«*В «Кельнской газете» пишут*»[9], «*Газета «France» полагает*»[10], «*По словам датской газеты «Rigstidende*»[11].

В отделе «Телеграммы» помещались сообщения из крупнейших городов мира (*Лондон, Париж, Вена, Нью-Йорк, Берлин, Рим, Мадрид...*). Заглавию отдела сопутствовал подзаголовок *«Русское Телеграфное Агентство сообщает нам следующие депеши»*. Трубников – главный инициатор создания РТА («специалист и по этой части»[12]), что он не преминул отметить.

За названием «Россія» скрывалась информация о действиях властей (кратко высочайшие повеления и указы):

«Высочайший указ

Божиею Милостью Мы, Александр Второй, император и самодержец Всероссийский, царь польский, Великий князь Финляндский, и прочая, и прочая, и прочая»[13].

В отделе «Дневник» печатались статьи-комментарии о решениях министерства или указах:

«В Петербурге затеяли основать общество русского северного торгового флота и для составления его устава избрали комиссию, которая уже обработала некоторые статьи»[14].

Отдел «Почты и телеграфы» составляли два подотдела «Иногородние известия» и «Иностранная почта». «Иногородние известия» являлись перепечатками сообщений отечественной прессы из *остзейских губерний, царства Польского, Сибири, Урала, Севастополя, Москвы, Варшавы и пр.* Им на смену приходит «Петербургская Летопись» (события из жизни столицы, области и регионов). Также в первом подотделе некоторые происшествия в России упоминались под специальными заглавиями:

---

[9] Вечерняя газета. 1867. 28 февраля. № 46. С. 2.
[10] Вечерняя газета. 1867. 30 марта. № 71. С. 2.
[11] Вечерняя газета. 1867. 31 марта. № 72. С. 2.
[12] Сементковский Р.И. Среди отошедших (из моих воспоминаний) // Исторический вестник. 1917. № 4. С. 138.
[13] Вечерняя газета. 1866. 4 ноября. № 237. С. 1.
[14] Вечерняя газета. 1869. 8 февраля. № 24. С. 2.

«Закладка часовни на охтенском пороховом заводе.

Гонка гребных судов.

Археологическая находка»[15].

В рамках «Иностранной почты» более подробно рассматривались отдельные актуальные события в мире:

«Паника на парижской бирже.

Заседание английской палаты общин.

Франция и Люксембургский вопрос»[16].

«Римский вопрос.

Реформы в России и Союз ее с Северо-Американскими Соединенными штатами»[17].

Иногда в «Иностранной почте» помещалась подборка коротких любопытных сообщений – «Разные известия». Тематику этих небольших заметок с незатейливыми заглавиями составляли придворные известия, сенсации, открытия, изобретения, стихии, криминал и многое другое:

«*Новое открытие в медицине.*

Долг Соединенных Штатов.

Новое оружие.

Международные состязания в плавательном искусстве.

Императорский подарок Прусскому королю»[18].

«*Скачки Дерби.*

На скачках Дерби, происходивших на днях, первый приз выиграла лошадь «The hermit», которая в начале не обращала на себя никакого внимания. Но владельцы ее, полные веры в нее, поставили высокие пари, и мистер Чаплин, главный собственник, выиграл безделицу – 200.000 ф. ст. (1½ милл. р. сер.), а его компаньон капитан Мичей 63.000 ф. ст.»[19].

«Новая планета.

Профессор мичиганского университета, делая наблюдения вокруг планеты, Нептун, открыл неизвестную до сих пор планету, равняющуюся блеском со звездою одиннадцатой величины»[20].

---

[15] Вечерняя газета. 1867. 20 июня. № 161. С. 2.
[16] Вечерняя газета. 1867. 31 марта. № 72. С. 3.
[17] Вечерняя газета. 1867. 13 октября. № 225. С. 3.
[18] Вечерняя газета. 1867. 22 мая. № 113. С. 3.
[19] Вечерняя газета. 1867. 22 мая. № 113. С. 3.
[20] Вечерняя газета. 1867. 22 сентября. № 208. С. 3.

Отдел «Судебная хроника» пополнялся за счет сообщений региональных изданий и корреспондентов о громких или необычных судебных заседаниях:

«В заседаниях тульского окружного суда в г. Кашире, от 15, 16 и 17-го сентября слушалось весьма интересное дело о дочери помещика Ольги Умецкой, обвиняемой в поджогах и о родителях ее Владимире и Екатерине Умецких, обвиняемых в злоупотреблении родительской власти. При многочисленном стечении публики, заседание открылось в 10½ часов пополудни»[21].

В качестве напоминания о базовом издании – «Биржевых ведомостях» в газете существовал отдел «Биржевые известия», в котором в сжатой форме излагались последние события российских и мировых биржевых сессий:

«Санкт-Петербургская биржа.

Сегодня настроение вексельных курсов было довольно слабое»[22].

Как правило, большую часть последней полосы занимали объявления. Их количество варьировалось от номера к номеру (2–3 модуля – полоса). Рекламировались товары, магазины, компании и торговые дома:

«Открытие магазина Шоколата французской компании, в СПб, на Невском проспекте, дом голландской церкви, последует в субботу 1 октября 1866 г»[23].

Также здесь появлялись резюме соискателей работы и объявления от работодателей:

«Домашний учитель желал бы давать уроки, в объеме гимназического курса. Екатерингофский проспект, дом № 8-18, кв. № 49.

Старшего бухгалтера ищут (2,500 руб. жалованья). Книги ведутся по русской, по итальянской системе. Необходимы аттестаты. Фонтанка, у Аничкина моста, № 35, квар. № 1. Ежедневно до 10 часов утра»[24].

Не редкостью были и объявления, приглашавшие в отели, рестораны, на курорты, а также извещавшие о продаже заводов и кораблей:

---

[21] Вечерняя газета. 1867. 28 сентября. № 212. С. 4.
[22] Вечерняя газета. 1867. 1 октября. № 215. С. 4.
[23] Вечерняя газета. 1866. 15 сентября. № 197. С. 4.
[24] Вечерняя газета. 1867. 21 августа. № 185. С. 4.

«Продается корабль вместимостью около 1.000 тонн, прибывший ныне из кругосветного плавания в Кронштадт. Видеть его можно в Кронштадте, а о цене узнать в главном правлении российско-американской компании, на Мойке, между Круглым рынком и Конюшенном мостом, в доме Бетлинга»[25].

На последней полосе помещались анонсы новинок книжного рынка:

«Всеобщая адресная книга Санкт-Петербурга, с принадлежащими к нему окрестностями, состоит из 5-ти отделений в систематическом порядке. Цена в роскошном переплете 4 р., с Перес. 5 р. с. Продается у издателей: Готие и Корнфельд по Б. Садовой ул., в д. Ильина, № 16 и во всех книжных магазинах»[26].

Кроме этого печатались расписания отправления и прибытия поездов и краткие сведения о репертуаре театров:

«В воскр. 8 окт.

На Мариинском. «Карл Смелый». Опера в 4-х действиях.

На Александринском. «Быть или не быть». Комедия в трех действиях, – «Лев Гурыч Синичкин», или провинциальная дебютантка». Комедия – водевиль, в пяти действиях.

На Большом. «Дочь Фараона». Большой балет в 3-х действиях»[27].

К отдельным номерам «Вечерней газеты» (как и к «Биржевым ведомостям») 1–2 раза в неделю выходили специальные прибавления[28] (до двух в день). Как правило, они были посвящены «горячим» оперативным новостям, например, военному конфликту в иностранном государстве и реакции зарубежной прессы). В основном это были последние известия в виде телеграмм РТА или сообщений корреспондентов «Биржевых ведомостей».

15 октября 1868 г. со стороны издателя последовало прошение об отмене предварительной цензуры для «Вечерней газеты» без внесения залога, «приняв во внимание, что Вечерняя Газета есть только второе издание Биржевых Ведомостей, появляющееся чрез несколько часов после первого, в течение которых выпуск в свет первого из-

[25] Вечерняя газета. 1869. 6 сентября. № 195. С. 4.
[26] Вечерняя газета. 1867. 1 октября. № 215. С. 4.
[27] Вечерняя газета. 1867. 8 октября. № 221. С. 4.
[28] Например, к № 279 «Вечерней газеты» (27 декабря 1866) или к № 45 (26 февраля 1867).

дания, то есть Биржевых Ведомостей, не повлек за собою никаких административных распоряжений». В нем Трубников, в том числе, описывал свой новый издательский опыт:

«В 1865 году предпринято было мною издание ежедневной политической газеты, под заглавием «Вечерняя Газета». Составляемая из статей, напечатанных в издаваемых мною «Биржевых Ведомостях», «Вечерняя Газета» является как бы вторым изданием «Биржевых Ведомостей», только в несколько уменьшенном объеме, почему и подписная плата за нее назначена дешевле, так как подписчики ее получают все известия несколькими часами позже появления в утренней газете то есть в «Биржевых Ведомостях».

Следовательно, применяясь к заграничным газетам «Биржевые Ведомости» представляют первое издание, а «Вечерняя Газета» второе издание одной и той же газеты, одного и того же повременного издания.

Английская газета «Times», как известно выходит иногда в Лондоне тремя последовательными изданиями в промежуток нескольких часов, и все эти три издания, со всеми в них дополнениями полученных в этот промежуток времени новостей, не составляют трех различных газет, а одну и ту же»[29].

Ответ Совета Главного управления по делам печати был таким: издавать «не иначе, как на общем, /.../ основании, т. е. по внесении залога»[30].

30 мая 1871 г. Трубников обратился в Главное управление по делам печати с прошением о включении в программу «Вечерней газеты» судебного отдела. Однако министр юстиции Эссен не рекомендовал Министерству внутренних дел давать разрешение, рассматривая издание лишь как приложение к «Биржевым ведомостям»:

«/.../ я, со своей стороны, не признаю необходимым предоставить Г. Трубникову права расширить программу своего издания включением в него юридического отдела, так как по самому назначению своему «Вечерняя газета» служит лишь дополнением обыкновенных ежедневных изданий и имеет целью сообщать только те сведения, которые не могли быть помещены в утренние газеты,

[29] РГИА. Ф. 776. Оп. 3. Ед. хр. 81. Л. 104.
[30] Там же. Л. 106.

а безотлагательность и интерес которых требует немедленного опубликования; очевидно сюда не могут быть отнесены отчеты о судебных заседаниях, а тем более обсуждение последних, и помещение статей по сему предмету в обыкновенных изданиях представляется совершенно достаточным»[31].

На основе этого заключения разрешения от Министерства внутренних дел не последовало.

И только 3 апреля 1873 г. Главное управление разрешило помещение в «Вечерней газете» «судебных отчетов и состоявшихся по оным решений, но без обсуждения оных»[32].

В целом «Вечерняя газета» проявляла тенденцию к тематической универсальности. Тематически и структурно она не лишалась связи с «Биржевыми ведомостями». Коммерческая и политическая информацией здесь также представляла ядро издания. Однако несмотря на то, что развлекательной информации в газете не было, ее серьезное содержание «разбавлялось» необычными новостями и сообщениями.

Большую часть существования под руководством Трубникова газета носила информативный характер, хотя в начале 1870-х годов появились публицистические и авторские материалы.

В первой половине существования «Вечерняя газета» стоила по подписке 7 рублей в год (с доставкой и пересылкой), в начале 1870-х годов цена составила 8 рублей в год (в соответствии с подорожанием «Биржевых ведомостей»).

В газете вводится и применяется система скидок и рассрочек: при оплате стоимости подписки или для желающих разместить в газете рекламное объявление. Так, например, объявления стоили: «1 раз строка петита = 8 коп., 2 раза = 15 коп., 3 раза = 22 коп»[33]. Рекламная строка обходилась подороже: «20 коп. за 1 раз»[34].

Тираж газеты в первые 2 года издания «колебался от 1500 до 2300 экземпляров»[35]. То есть в 1866–1867 годах тираж «Вечерней газеты»

---

[31] Там же. Л. 209.

[32] Там же. Л. 17.

[33] Вечерняя газета. 1866. 3 января. № 1. С. 1.

[34] Там же.

[35] Есин Б. И. Русская дореволюционная газета. 1702 – 1917 гг. Краткий очерк. М., 1971. С. 33.

составлял около 2 тысяч экземпляров. В феврале 1868 г. редакция сообщала в Канцелярию Санкт-Петербургского цензурного комитета, «что Вечерняя газета печаталась в 1867 году в количестве 2300 экземпляров и что всех нумеров в прошедшем году вышло 291»[36]. В 1869 г. «Вечерняя газета» выпустила 283 номеров тиражом в 2550 экземпляров. С января 1871 г. по январь 1872 г. тираж «Вечерней газеты» – 3700 экз.[37] (при тираже «Биржевых ведомостей» 8800[38]). И это не было случайностью. Начало 1870-х годов было самым успешным для Трубникова периодом. Именно в начале 1870-х годов Трубников выпускает «Биржевые ведомости» в двух изданиях – утреннее и вечернее. И отдельно от них выходит «Вечерняя газета» в этот период как дайджест двух выпусков «Биржевых ведомостей». По сути, «Биржевые ведомости» существуют в это время в трех вариациях.

Выпуск «Вечерней газеты» как спутника основного издания осуществлялся в русле традиции, которая с успехов продолжается и в наши дни, когда под одним названием могут выходить разные дополнительные издания и прибавления (в том числе и сетевые).

МЕДИАКЛАСТЕР КАК ТЕНДЕНЦИЯ И ФОРМА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

В.Н. Симатова
Самарский национальный исследовательский университет имени С.П. Королева

Аннотация. Статья посвящена проблеме медиакластеров в современной системе российских СМИ на примере ГТРК «Самара». ГТРК «Самара» за последнее десятилетие вошла в число лучших региональных телекомпании в системе ВГТРК. Это подтверждается многочисленными победами в российских и региональных конкурсах СМИ. Создание медиакластера на основе ГТРК «Самара» стало возможным только при переходе на цифровое оборудование. Дифференциация каналов, радио- и телепрограмм идёт параллельно с интеграцией различных СМИ (интернет, пресса). Эти новые и прогрессивные изменения направлены на более эффективное удовлетворение информационных потребностей аудитории.

[36] РГИА. Ф. 777. Оп. 2. Ед. хр. 83. Л. 5.
[37] РГИА. Ф. 776. Оп. 11. Ед. хр. 154. Ч. 1. Л. 211.
[38] Есин Б.И. Путешествие в прошлое (газетный мир XIX века). М., 1983. С. 95.

Abstract. The subject of the article is the function of media clusters in today's system of Russian mass media. The example for this case is GTRK Samara. Over the last decade GTRK Samara became one of the best regional companies within its system. It is proved by multiple top places in regional contests and competitions. Diversification of channels, radio and TV programs goes together with the integration of different mass media and Internet. The goal of these changes is to better inform the audience.
Ключевые слова: массмедиа, медиакластер, аудитория, журналистское образование.
Key words: mass media, media cluster, audience, journalistic education.

Не так давно на экранах наших телевизоров появилась реклама – «ГТРК «Самара» – первый медиакластер в регионе». Это привлекло внимание и зрителей, и коллег по цеху, преподавателей и студентов кафедры теории и истории журналистики Самарского университета им. академика С.П. Королева.

Последние годы ГТРК «Самара» развивается очень бурно и является лидером стратегического развития СМИ в регионе. Жители Самарской области имеют доступ к 17 эфирным и 40 кабельным каналам, развивается спутниковое телевидение, интернет-вещание. По основным показателям компания занимает лидирующие позиции и в холдинге ВГТРК и неоднократно занимала первые места среди российских телекомпаний. В 2016 году в ХУ Всероссийском телевизионном конкурсе «ТЭФИ-Регион» ГТРК «Самара» стала победителем в номинации «Просветительская программа» с фильмом «Поднятая целина».

ГТРК «Самара» является одной из немногих региональных телекомпаний в России с двумя передвижными телевизионными станциями и передвижной спутниковой станцией связи (ПССС). Законченный технологический комплекс позволяет организовать внестудийные трансляции высокой сложности из удаленных районов области и других областей России. В структуру регионального холдинга кроме каналов входят также областное «Радио России», радио «Маяк» и «Вести FM».

Кластеризация современного телевидения – объективный процесс, вызванный сближением технологий производства телевизионных материалов разного содержания и разных жанров. Сегодня этот процесс имеет как мировой характер распространения, так и

региональный. Также стоит отметить активное изучение этой проблемы развития медиаиндустрии в мировой научной литературе и в нашей стране.

М. Портер в книге «Конкуренция» отмечает: «Говорить об успешной реализации проектов по специальному стимулированию кластеров можно только при наличии региональной стратегии» [1, с. 496].

Главная цель медиакластера – формирование конкуретноспособного информационного пространства в определенном регионе. Это инновационный проект, который обеспечивает СМИ рядом новых характеристик или меняет традиционные в лучшую сторону. В первую очередь это:

– дизайн газет, сайтов, программ;
– язык материалов;
– жанровое разнообразие;
– активное изучение медиаудитории;
– разнообразие способов привлечения аудитории, рекламодателей и т. п.

Система медиакластера кроме региональных СМИ включает институты образования, науки, творческие коллективы, обеспечивая их функционирование на базе современной технической медиаплатформы. Создание медиакластера – это объединение в принципиально новые творческие коллективы ученых, исследователей, творческих работников, журналистов, студентов с ведущей ролью признанного лидера в системе СМИ. Поэтому важнейшей характеристикой медиакластера в первую очередь является высокий технический и творческий уровень, это совместный процесс развития науки, образования и творчества. Идея создания медиакластера на основе ГТРК «Самара» смогла реализоваться только с момента перехода компании на цифровую основу.

В.П. Третьяк в своей работе «Кластеры предприятий» особое внимание уделяет формированию и функционированию кластеров в гражданской сфере, определяя их как гражданские саморегулирующиеся институты: «Любое гражданское общество предполагает как минимум два элемента: гражданской автономии институтов и гражданской культуры их участников» [2, с. 309].

Мониторинги, инновационные исследования, опросы различных слоев аудитории, межвузовские и региональные научно-практические семинары, повышение квалификации сотрудников объединенных СМИ – это перспективные направления научной и прикладной деятельности кафедрального (вузовского) коллектива в структуре медиакластера, с одной стороны, и активное участие ведущих практиков-журналистов в процессе подготовки и переподготовки студентов, молодых журналистов, с другой. Это система подготовки и переподготовки кадров для новых медиа, современная база производственной практики студентов-журналистов нового поколения.

Магистратура – один из высокоэффективных вариантов реализации многих форм повышения квалификации руководящих кадров СМИ, путь сохранения жизнеспособности научных и преподавательских коллективов. Это возможность повышать квалификацию журналистов без отрыва от производства на базе магистратуры должен стать еще одним вариантом совершенствования системы подготовки молодых кадров.

Медиакластер ГТРК «Самара» в современных условиях следует также рассматривать как эффективную систему повышения квалификации всех участников информационного процесса – кафедры, редакции, творческих союзов, аудитории, как результат улучшения информационного влияния, информационного продукта, расширения участников информационного процесса. Это союз высокопрофессиональных экспертов, молодых специалистов, творчески зрелых практиков на базе современного технологического информационного процесса.

Важным направлением в деятельности медиакластера на ГТРК «Самара» стала интенсивная подготовка молодых тележурналистов, студентов Самарского университета на базе ГТРК.

Один и даже два дня учебной недели были отданы занятиям студентов в студиях телекомпании с профессиональными журналистами. Погружение в профессию давалось нелегко и студентам, и преподавателям, и журналистам. Студенты оказались не готовы к индивидуальной работе в студии, к личной ответственности за подготовку программы, сюжета, не соблюдали сроки встреч с героями своих или совместных материалов. Совместная разработка учебных

планов, обсуждение не только тем, но и творческой части выпускных квалификационных работ, конечно, позволяли согласовывать основные направления учебной, научной и творческой деятельности такого необычного коллектива. Но потребовалось время, чтобы графики работы журналистов, технического персонала, преподавателей и студентов были согласованы и дополняли друг друга.

Расширение медиапространства требует развития медиаграмотности населения. Социологическая основа изучения характеристик современной аудитории неразрывно связана с университетской подготовкой и переподготовкой журналистских кадров. Это интерактивность аудитории как обязательная составляющая творческого процесса. И это интеграция СМИ, образования и науки.

Постоянное взаимодействие редакций и кафедр, факультетов журналистики, университетов обуславливает не только эффективную работу СМИ. Создается нужный, полезный и современный контекст для аудитории. Ведь научно обоснованные исследования медиаповедения, медиапредпочтений разных групп читателей, зрителей, соавторов объективно характеризуют информационные потребности аудитории различных СМИ, регулируют их взаимодействие.

Активное сотрудничество практиков-журналистов, преподавателей и студентов Самарского университета с творческими союзами – Союзом журналистов, Союзом писателей, Союзом художников позитивно влияет на формирование инновационных направлений в деятельности медиакластера в целом и его составляющих. Традиционными и эффективными формами воздействия на творческую деятельность самарских СМИ стали регулярные и разнообразные конкурсы между журналистами, коллективами газет, журналов, телерадиоканалов.

Одним из важных и ярких достижений нового этапа развития медиакластера ГТРК «Самара» в 2016 году стал выпуск молодых журналистов по двум направлениям подготовки – «Журналистика» и «Телевидение».

Выпускная квалификационная работа студента была представлена теоретическим разделом, анализом материалов журналистов СМИ и творческой частью, которая включала собственные журналистские материалы – опубликованные в прессе или вышедшие

в эфире. Среди них можно выделить исследование и практику Екатерины Галаган «Мультимедийный проект на ГТРК «Самара», выпускную работу Эрмине Хчеян «Детская программа на российском телевидении», Святослава Кузнецова «Интерактивность творческого проекта ГТРК «Самара» – «Здесь живет семья российского героя».

Важно при этом отметить, что творческие работы студентов по теме ВКР в виде интервью, репортажа, новостного видеосюжета, комментария выходили в эфире под руководством преподавателей кафедры теории и истории журналистики Самарского университета и тележурналистов ГТРК «Самара». Таким образом студенты естественно включались в творческие группы журналистов, журналисты – в научные и учебные проекты кафедры, ученые вуза – в реальную практику лучших СМИ региона и страны.

Современный медиакластер, созданный на базе ГТРК «Самара» – возможный путь к совершенствованию системы подготовки и переподготовки кадрового состава всех уровней: от кафедры вуза до региональных СМИ, от научного и учебного семинара к читателю, зрителю. Учитывая и развивая опыт совместной деятельности ГТРК «Самара» и Самарского университета им. академика С.П. Королева, нам необходимо идти дальше в развитии профессионального сотрудничества и поиска новых эффективных форм воздействия на различные типы аудитории, повышения эффективности создаваемых медиакластеров за счет совместных исследований, организации новых творческих конкурсов журналистов разной профессиональной направленности и уровня подготовки.

Литература

1. Портер М.Э. Конкуренция. – М., 1993.
2. Третьяк В.П. Кластеры предприятий. – М., 2011.

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНАЯ ПУБЛИКАЦИЯ В СМИ: ПРОБЛЕМА ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ

М.А. Ульянов
Научный руководитель Г.И. Щербакова
Тольяттинский государственный университет

Аннотация. В статье рассматриваются способы популяризации научных достижений в масс медиа, роль автора научно-популярного журналистского материала как проводника в море информационных потоков, коммуникативная природа научно-популярных публикаций.
Ключевые слова: наука, научная информация, коммуникативная природа научной информации, язык науки, язык медиа.
Abstract. The article discusses how the popularization of scientific achievements in the mass media, the role of the author of scientific-popular journalistic material as a guide in the sea of information flows, communicative nature of popular science publications.
Key words: science, scientific information, communicative nature of scientific information, scientific language, language of media.

Основным инструментом популяризации науки являются научно-популярные публикации в СМИ. Средства массовой информации выступают наиболее эффективным каналом коммуникации научного сообщества. В то же время эффект перенасыщения обывателя информацией, вызванной открытостью инфоисточников в Сети интернет приводит к тому, что современному потребителю СМИ становится не интересным самостоятельно находить интересующую его информацию в Сети целенаправленно, поэтому обретает популярность роль автора научно-популярного журналистского материала как некоего проводника в море информационных потоков. Итогом является постоянно появление как новых научно-популярных медиапроектов, так и соответствующих рубрик в общетематических средствах массовой информации. Кроме того, научно-популярные публикации являются своего рода вестником не только новейших научных открытий, но и проблем и тенденций современной науки в целом. Вместе с тем постоянно растущий научно-технический прогресс, вызывающий интерес к отдельным проектам, позволяет говорить и о том, что в целом растет заинтересованность массовой аудитории к науке как сфере деятельности.

Многие отечественные исследователи истории и теории журналистики, говоря о системе просветительской печати, радио- и телевещания, обращаются к советской системе СМИ, система которой обязательно предусматривала распространение научно-популярной информации среди массовой аудитории.

Притом в работах по этой тематике понятия: «научно-популярный», «познавательный» и «просветительский» зачастую используются как синонимы, без четкого типологического и содержательного разграничения публикаций той или иной направленности. Большинство отечественных публикаций, посвященных научно-популярной тематике в СМИ, затрагивают вопросы необходимости популяризации науки среди массовой аудитории, а также уровню развития СМИ указанной тематики на российском медиарынке.

Таким образом, на уровне теоретического обоснования в настоящий момент отмечена терминологическая проблема в точном определении понятия «научно-популярная публикация в СМИ».

Возникновение все большего числа изданий научно-популярной тематики или же соответствующих рубрик в изданиях общетематических требует конкретного определения данного термина для исследования современных публикаций, а также для подготовки журналистов к созданию научно-популярных материалов. Обратимся к трудам исследователей, посвященным определению понятия.

Исследователь из Томского государственного университет Марианна Викторовна Литке конкретизирует проблему терминологического обозначения научно-популярной публикации в своей работе: «Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации». Автор констатирует, что феномен как научно-популярных журналистские материалов и издания, так и научно-популярной журналистике в целом на уровне терминологии остается на уровне «интуитивного определения»[1]. Обращаясь к типологии научно-популярных изданий, автор заключает, что сохраняется необходимость выработки дополнительных классификационных оснований выявления собственно научно-популярных текстов.

[1] М.В. Литке. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации Томский государственный университет

Оксана Вадимовна Роженцова в своем труде: «Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство» разграничивает понятия «просветительская», «образовательная» и «научно-популярная» телепрограммы.

Автор предлагает следующее определение просветительских телепрограмм: это телевизионные передачи, которые позиционируют себя как источник знаний не дидактического характера. Как отмечает автор, их задача – помочь зрителю сориентироваться в культурном пространстве. В то же время, цель образовательных телепрограмм состоит в том, чтобы «обновить и углубить знания зрителей» в парадигме логики научного познания. Притом, по мнению исследователя, характерной для них являются функция просвещения и эстетическая функция[2].

В то же время, каждое из перечисленных определений «обладает особой семантикой, отличной от других», отмечает М.В. Литке, рассматривая в своем труде вопрос о классификации журналов научной тематики.

Е.Е. Баринова предлагает обращаться к генезису научно-популярной литературы, ее «дожанровому состоянию». Автор называет жанр научно-популярной литературы гибридным и указывает на то, что он появился с возникновением необходимости адаптировать научный текст для массового читателя. Также характеризуется две цели научно-популярной литературы: «информирование о науке и научных событиях и вовлечение в мир науки, помощь в освоении научных знаний[3]». В этом контексте автор указывает на то, что популяризация науки через текст, развитие жанров связаны с процессом образования для взрослых, констатируя непосредственную подчиненность научно-популярных текстов с образовательным процессом.

Развлекательную направленность современных материалов научно-популярной тематики отмечает и Юлия Александровна Витязева. В своей характеристике научно-популярных сериалов она делает вывод, что они сочетают в себе две функции: развлекательную

---

[2] О.В. Роженцова Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство :на примере телеканала "Культура", М., 2010.

[3] Е.Е. Баринова, текстовая задачав системе научно-популярных жанров фгбоу впо «Новосибирский государственныйаграрный университет»

и познавательную. Так же автор характеризует научно-популярный материал как гипержанр, включающий в себя другие журналистские жанры: интервью, репортаж, рассказ[4].

Андрей Геннадьевич Ваганов в своем стремлении охарактеризовать природу научно-популярного жанра так же обращается к истории его происхождения. Автор констатирует неконкретность толкования определений жанра и обращается к истории популяризации науки. Автор сетует на то, что единого определения понятия не выдвинуто, в то время как многие исследователи предлагают вместо конкретного определения системы научно-популярных жанров, отмечая попытку охарактеризовать это явление, основываясь лишь на «материальной форме «упаковки» текста».[5]

Так же исследователь заключает, что «Научно-популярная литература (ее тиражи, в частности) – всего лишь своеобразный интегральный индикатор «температуры» общества по отношению к научно-технологической сфере»[6]. Рассмотрев генезис функционирования научно-популярных текстов, исследователь делает вывод, что на сегодняшний день роль текстов научно-популярной тематики служит не просветительским, а развлекательным задачи в современных СМИ.

Вилен Васильевич Егоров в своей книге «Телевидение: Теория и практика» ставит научно-популярную информацию в основу просветительских телепрограмм[7]. *Информацию, в них содержащуюся, он характеризует как «*отличающиеся достоверностью и научностью информации, лаконичностью изложения и ясностью сюжета». Также обязательными атрибутами просветительского телетекста он считает ярко выраженный авторский подход, а также обязательное присутствие комментариев компетентных специалистов из области научного знания, о котором идет речь в публикации.

---

[4] Вестник Ю.А. Витязева научно-популярный сериал как гипержанр медийного дискурса Томского государственного университета. 2016. № 407. С. 11–16.

[5] Ваганов А.Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании / А.Г. Ваганов // Российский Химический Журнал (ЖРХО им. Д.И. Менделеева). – 2007. – Т. 51. – № 3.

[6] А.Г. Ваганов Закономерности Исторической Динамики Научно-Популярного Жанра

[7] Егоров В.В. Телевидение: Теория и практика. – с. 31.

Научная информация, согласно трактовке Светланы Ивановны Сметаниной, представляет из себя «совокупность процессов представления, передачи и получения научных данных, образующих основной механизм существования и развития науки»[8].

Разграничивая понятия научной и научно-популярной журналистики исследователь МГУ Софья Петровна Суворова указывает, что тексты научно-популярной журналистики «предназначены для массовой аудитории, излагаются на общедоступном языке и представляют собой адаптированное для каналов массовой коммуникации оперативное знание о продуктах науки и тех, кто их создает».

Ирина Юрьевна Лапина, посвятившая научно-популярной тематике в СМИ множество исследований, в своей работе «Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли» характеризует следующие критерии научно-популярного материала:

– значимость для аудитории
– высокой степенью достоверности, опираться на документальные источники и непосредственные наблюдении;
– изложение должно быть ярким, зрелищным, динамичным, драматичным, интеллигентным[9].
– автор должен обладать авторитетом известного ученого, или профессионала – журналиста;
– автор должен быть свидетелем или участником событий, о которых идет речь в данной передаче.

Исследователь также отмечает, что на информационном рынке появилась масса изданий, передач, которые их издатели называют научно-популярными, хотя никакого отношения к популяризации науки они не имеют.

Дмитрий Анатольевич Романов предъявляет к научно-популярным материалам следующие требования: «подобного рода литература должна быть, безусловно, интересной; и не просто интересной с точки зрения фактологии, а быть пропитанной особым пафосом

[8] Современные проблемы науки и журналистики: учеб. пособие / сост. С.И. Сметанина. – СПб.: СПбГУ, 2012. – 149 с.
[9] Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли / И.Ю. Лапина. – М. : Аспект-Пресс.2007. – 234 с.

интереса, настоящей любви к тому, о чем рассказывается в популярной форме»[10].

О.И. Таюпова и Ф.У. Жаббарова подходят к изучении научно-популярного текста с точки зрения языковых характеристик текста как единицы коммуникации. Журналист в случае подготовки материала на эту тематику, является посредником, медиатором между научными кругами и обществом. Вызвано это прежде всего существенными языковыми различиями в когнитивном и языковом, лексическом наполнении научной и общесоциальной коммуникации. Во многих случаях ученый не в силах провести необходимую адаптацию лексики, поскольку у многих исследователей не хватает опыта в донесении информации до неподготовленного в научном плане адресата, особенно в плане отбора такой лексики. Авторы отмечают, что сама по себе ценность научно-популярного текста состоит в том, что она позволяет способствовать решению двух задач: стремлению исследователей донести те или иные научные знания до широкого круга реципиентов, но и самими адресатами, стремящимися независимо от уровня своего образования понять окружающий мир. При этом решающую роль, по мнению авторов, играет, несомненно, потребность самих ученых представить результаты своих изысканий широкой публике[11].

Исходя из вышесказанного, в определении отличительных особенностей научно-популярной публикации в СМИ исследователи обращаются истокам возникновения научно-популярной журналистики. К коммуникативной природе подобных публикаций как основного посредника диалоге между научным сообществом и массовой аудитории, выполнении культурно-просветительских функций журналистике.

Ученые, исследователи, равно как журналисты и медиакритики используют их для определения публикаций не развлекательного и не информационного, не публицистического характера, содержащих в себе не оперативную научную информацию тематике.

---

[10] Романов Дмитрий Анатольевич доктор филологич. наук, профессор Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого научно-популярная литература: вчера, сегодня, завтра.

[11] О.И. Таюпова, Ф.У. Жаббарова лексико-грамматические средства реализации категории связности в научно-популярных текстах

Также аргументом типологического отличия научно-популярных материалов служит языковой аспект, выявленный в методологии написания научно-популярного текст посредством упрощения специализированной научной информации для восприятия массовой аудитории.

Все публикации по теоретическому обоснованию научно-популярных материалов посвящены либо их присутствию в конкретном виде СМИ, либо практической подготовке текстов. Таким образом отмеченная авторами необходимость терминологического определения феномена «научно-популярная публикация в СМИ», а также уточнение конкретных критериев научно-популярного журналистского материала сохраняется.

О ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

И.А. Фатеева
Московский педагогический государственный университет

Аннотация. Статья посвящена проблеме психолого-педагогической компетентности журналистов. В ней автор коснулся исторического и современного состояния проблемы, связал вопрос о введении соответствующего содержательного компонента учебных планов с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по журналистике и необходимостью для работников СМИ маркировать их контент в соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
Ключевые слова: психолого-педагогическая компетентность, Федеральный государственный образовательный стандарт по журналистике, Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», возрастная маркировка медиаконтента
Abstract. The article is devoted to the problem of psychological and pedagogical competence of journalists. In this text the author touched upon the historical and current state of the problem, related the issue of the introduction of a relevant content component into curricula with the requirements of the Federal State Educational Standard on Journalism and the need for media workers to label their content in accordance with the Federal Law «On Protecting of Children from Information Harmful to their Health and Development».
Key words: psychological and pedagogical competence, Federal State Educational Standard on Journalism, Federal Law «On Protection of Children

from Information Harmful to their Health and Development», age marking of media content.

Вопрос о содержании образовательной программы профессионала, в нашем случае журналиста, – один из самых сложных. Каким должен быть набор дисциплин программы, какие дидактические единицы следует в нее включить, сколько учебного времени на них выделить, как соотнести общеразвивающие курсы с собственно журналистскими – все эти вопросы постоянно находятся в центре внимания руководителей и преподавателей выпускающих кафедр, верстающих учебные планы для студентов.

Ориентиром для них в наше время являются Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования (ФГОС ВО) по направлению, разработанные специалистами Федерального учебно-методического объединения (ФУМО) и в свою очередь соотнесенные с профессиональными стандартами, утвержденными Министерством труда и социальной защиты РФ и идущими от отрасли.

Как известно, в действующих образовательных стандартах прописаны не сами дисциплины или содержательные единицы программы, а компетенции, которые должны быть сформированы у студентов к окончанию высшего учебного заведения. Они делятся на три группы: общекультурные (ОК) – ими должны владеть все выпускники вузов; общепрофессиональные (ОПК) – характерные для укрупненной группы специальностей и направлений «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»; профессиональные (ПК) – эти компетенции разработаны только для направления «Журналистика».

Исторически так сложилось, что в учебных планах журналистских программ нет основ педагогических знаний. Считается, что журналистам они не нужны. Хотя среди компетенций ФГОС ВО по журналистике есть такие, которые непосредственно связаны с педагогикой. Прежде всего это касается магистратуры. Стандарт прямо требует подготовить выпускников не только к журналистской авторской или информационно-аналитической работе, но и к педагогической. А в списке требуемых компетенций есть профессио-

нальная (!) компетенция (ПК-5), которая предполагает «готовность в различных формах преподавать дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразованием, разрабатывать учебно-методические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию» [1]. Российский образовательный институт магистратуры, при всем многообразии заявляемых модулей, в большинстве случаев функционирует как промежуточное звено между профессиональным обучением и подготовкой кадров высшей квалификации, то есть в интересах будущих преподавателей, для которых педагогическая компетентность – одна из определяющих жизненную успешность выпускников.

Что касается бакалаврской программы по журналистике, там слова «педагогика» или однокоренных к нему нет. Зато есть требование «учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие» (ОПК-10), а от психологии до педагогики, как говорится, рукой подать. Укажем также на компетенцию ОК-3, связанную со «способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности» [2]. Слово «и других» (педагогических?) в свете нашей темы звучит очень обнадеживающе, тем более что речь идет об общекультурной компетенции: кто сказал, что азы социологии входят в необходимый минимум образованного человека, а основы педагогики не входят, ведь нынешние студенты – это завтрашние (а иногда и сегодняшние) молодые родители? К тому же каждый человек лично ответствен за собственное самообразование. Следовательно, педагогизация сознания студента как минимум должна положительно сказаться на «формировании жизненной компетенции человека относительно творческого комплексного, внутреннего и внешнего, саморазвития в динамичном пространстве и времени социальной и природной действительности» [3, с. 395].

Надо сказать, что зачинатели журналистского образования в России отнюдь не были сторонниками узконаправленного практико-ориентированного обучения. Они очень хорошо понимали, что специфика журналистской работы требует широкой по тематике подготовки, такую образовательную программу они и выстраивали,

и в ней находилось место и психолого-педагогическому компоненту. Мы имеем в виду организаторов первого профильного образовательного учреждения для работников советских газет, журналов, информационного агентства РОСТА и радиостанций – Московского института журналистики, возникшего в 1921 году. Позже этот институт был переименован в Государственный институт журналистики (1923), и более всего он известен именно под таким названием, хотя переименовывали его и позже. Обратим внимание на то, что среди его преподавателей 1923 года числился знаменитый русский психолог и педагог профессор П.П. Блонский (1884–1941). По учебному плану ГИЖа за ним был закреплен предмет «Психология творчества» на третьем курсе института. Можно себе представить, насколько эксклюзивное знание получали стижи (студенты института журналистики) на занятиях Блонского, ведь он был одним из основателей педологии, членом Научно-педагогической секции ГУСа (1922–1932) – Государственного ученого совета при Наркомпросе, реформатором школы, одним из организаторов отечественного педагогического образования, предметно размышлял над проблемами профориентации молодых людей (об этом свидетельствует написанная им статья «*Миросозерцание и профессия*»).

Однако после ГИЖа педагогическое знание исчезает из учебных планов студентов-журналистов. Ни в советское время, ни в конце XX века, ни в начале XXI века такая дисциплина не входит в номенклатуру нормативных и даже элективных дисциплин. Так, если взять ФГОС II поколения по специальности «журналистика» (2000 г.), в нем, пожалуй, был самый большой – в сравнении со стандартами по другим специальностям – список обязательных дисциплин блока Гуманитарных и социально-экономических дисциплин (Философия; Культурология, включая религиоведение; Отечественная история; Правоведение; Социология; Политология; Экономика и др.), но педагогики там нет [4]. И нам неизвестны случаи, чтобы эту дисциплину вузы включали в качестве вузовского или регионального компонента.

Такое игнорирование педагогического знания как релевантного для медиаспециалистов не поддается никакому рациональному объяснению. Ведь журналистика и образование – это родственные

общественные институты: они оба имеют прямое отношение к социализации человека, их деятели в равной степени озабочены формированием мировоззрения, мировосприятия и мироощущения личности. Историческое развитие этих институтов похоже друг на друга. Даже на уровне управления этими социальными организмами можно провести очень много параллелей.

Взять хотя бы такой механизм управления прессой, как цензура. Как известно, большую часть своего исторического пути русская цензура находилась в ведении образовательного ведомства: это было и в императорской России (например, с 1804 по 1862 г. она относилась к Министерству народного просвещения), и в советской (с 1922 года – с момента создания – Главлит, то есть Главное управление по делам литературы и издательств, курировалось Наркоматом просвещения). И если говорить об управлении кадрами, трудившимися на нивах образования и средств массовой информации и пропаганды (СМИП), то и здесь они были в сфере влияния одних и тех же институтов, ведь и те и другие воспринимались как работники идеологического фронта. Напомним, что возникший было после Октябрьской революции Союз советских журналистов как центр кадровой работы в области прессы в 1919 году был ликвидирован, точнее – на правах секции вошел в состав Союза работников просвещения и социалистической культуры. Таким образом, своего профсоюза у журналистов в Советской России не было, и журналисты формально входили в сферу влияния профессионального союза работников просвещения.

Вспомним также, что общепризнанный набор функций журналистики как социального института во все времена обязательно включал просветительскую, а в любой универсальной газете федерального и областного уровня в хорошие времена непременно был отдел культуры, образования и науки.

Нельзя не упомянуть также, что с некоторых пор появился еще один фактор, актуализирующий проблему психолого-педагогической компетентности медиаспециалистов. Мы имеем в виду вступление в силу (1 сентября 2012 года) Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ), в соответствии с которым у всех

легальных традиционных и Интернет-СМИ России появилась обязанность маркировать свой контент по возрастному принципу. Для этого используются значки 0+, 6+, 12+, 16+ и 18+. Соответственно, последним помечается медиапродукция, запрещенная для детей, первым – продукция, не представляющая никакой опасности для детей независимо от их возраста, а остальными – продукция, ограниченная к восприятию детей определенных возрастных категорий.

Требования российского закона к присвоению медиаматериалам того или иного знака информационной продукции содержатся в главе 2 ФЗ-436 «Классификация информационной продукции» [5]. И что особенно важно в контексте нашего разговора – в соответствии со статьей 6 данный процесс должен осуществляться до начала оборота продукции на территории РФ ее производителями и/или распространителями самостоятельно. Но для того чтобы делать это более-менее квалифицированно, нужно обладать хотя бы базовыми знаниями возрастной психологии – науки, лежащей в основании педагогической теории и практики. Только компетентный в этой области человек может уверенно определить, рекомендовать ли данный медиатекст детям, достигшим шести лет, или двенадцати, или шестнадцати, или вообще запретить его для детей. В противном случае делегирование самим медиаагентам обязательной процедуры возрастной маркировки своей продукции неизбежно оборачивается многочисленными ошибками, что мы повсеместно и наблюдаем: случаев как завышения знака информационной продукции, так и занижения его субъектами медиарынка огромное количество; очень часто один и тот же фильм разные телеканалы маркируют по-разному, равно как и издательства, публикующие один и тот же текст, могут сопровождать его разными значками. Закон предписывает в спорных случаях обращаться к услугам экспертов, но их услуги стоят весьма и весьма недешево – в результате каждый редакционный коллектив предпочитает обходиться своими силами, а публика в итоге имеет «полный разброд и шатания» в названном вопросе.

Стоит ли говорить, что такое положение только профанирует саму идею обеспечить медиабезопасность несовершеннолетних путем возрастной маркировки информационной продукции. А идея-то здравая. Более того, в большинстве стран мира, по крайней мере за-

падного мира, такая практика существует: она была введена раньше, чем в России, успела устояться и зарекомендовать себя как вполне релевантная и обеспечивающая соблюдение прав детей [6, 7, 8].

Таким образом, введение – где это возможно – в образовательную программу по направлению 42.03.02 – «журналистика» (а также по таким смежным направлениям высшего образования, как 42.03.03 – Издательское дело, 42.03.04 – Телевидение, 42.03.05 – Медиакоммуникации, 42.03.01 Реклама и связи с общественностью) основ педагогики и психологии с обязательным включением тем по возрастной психологии и физиологии позволило бы в некоторой степени снизить остроту проблемы неадекватной маркировки информационной продукции, осуществляемой по Федеральному закону «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», и создать предпосылки для качественного выполнения задачи обеспечения информационной безопасности несовершеннолетних в России. А это, между прочим, прямо коррелирует не только с законами и решениями правительства страны, но и с соответствующими Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования, по которым выпускники вузов медийного направления должны обладать «способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-22)» [2].

Литература

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры). Утв. Приказом Министерства образования и науки РФ от 3 ноября 2015 года N 1295.
2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень магистратуры). Утв. Приказом Министерства образования и науки РФ от 7 августа 2014 г. N 951.
3. Прохоров А.В. Педагогизация саморазвития человека // Модернизация современного профессионального образования в условиях бакалавриата и магистратуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 24-25 октября 2013 года / Ряз. гос. ун-т имени С.А. Есенина ; отв. ред. Н.В. Мартишина. – Рязань, 2014. С. 391–398.

4. Государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 021400 – Журналистика. М., 2000.
5. Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ (действующая редакция, 2016) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» [Электронный ресурс]. – URL: http:/ www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/
6. Ефимова, Л.Л. Информационная безопасность детей: российский и зарубежный опыт : монография / Л.Л. Ефимова, С.А. Кочерга. – М. : Юнити-Дана, 2013.
7. Безопасность детей в интернете: международный опыт и вызовы для России / под ред. С. А. Грина. – М.: Центр изучения интернета и общества, Российская экономическая школа, 2012.
8. Смирнов, А.А. Обеспечение информационной безопасности в условиях виртуализации общества: опыт Европейского Союза : монография / А.А. Смирнов. – М. : Юнити-Дана, 2012.

АЛГОРИТМЫ ИСТОРИКО-ЖУРНАЛЬНОГО АНАЛИЗА

Г.И. Щербакова
Тольяттинский государственный университет

Аннотация. В статье проанализированы методы проведения историко-журналистского анализа на лекционных и практических занятиях по истории журналистики, приведен алгоритм, как последовательность определенных действий, направленных на раскрытие своеобразия изданий, составляющих предмет вузовского изучения.
Ключевые слова: История журналистики, исторический подход, смета типов изданий, развитие читательской аудитории.
Abstract. The article analyzes the methods of historical and journalistic analysis of theoretical and practical classes on the history of journalism, the algorithm as a sequence of specific actions aimed at disclosing the identity of the publications which are the subject of University study.
Key words: History of journalism, historical approach, estimates of the types of publications, development of the readership.

Исторические знания и в современном обществе, и, как следствие, в современном образовательном процессе, школьном и вузовском, подвержены инфляции. История как наука меняет свои парадигмы и приоритеты под давлением политики и идеологии, как в прежние, так и в нынешние времена есть любимы и есть «персоны non grata». В погоне за исторической конъюнктурой историческая истина становится досадной помехой. Но в образовательном про-

цессе исторические познания не просто предмет, а основа для будущих профессиональных качеств любого специалиста, и тем более журналиста, который окажется скудоумным хронографом без понимания сущности исторических процессов и их закономерностей. Кроме того история журналистики, рассказывающая о тысяча судеб журналистов и их изданий служит хорошим уроком для воспитания нравственных и профессиональных ценностей будущего «работника пера». Вот почему историко-журнальный анализ позволит выработать у студента системный подход к любому явлению в журналистике, хоть прошлого века, хоть настоящего времени, которое вскоре тоже станет историей.

Журналистика, как в своем современном состоянии, так и в исторической ретроспективе должна рассматриваться в тесном взаимодействии с идейно-политическими течениями, социально-экономическими проблемами русского общества в разные исторические периоды и культурными достижениями. В науке об истории журналистике обычно выделяют несколько типов историко-журналистских исследований:

1. Описательно-хронологический, который предполагает особый интерес к событийной и фактической стороне истории издания/СМИ, описание содержания по годам и по рубрикам.

2. Проблемно-тематический, когда рассмотрение изданием одной общественно-значимой проблемы прослеживается исследователем на протяжении нескольких лет. Такой подход требует большой осведомленности о важных проблемах эпохи и ее отражении в содержании других газетно-журнальных изданий.

3. Общественно-политический, который предполагает выявление общественно-политической направленности издания, анализа его позиции в политической борьбе. Такой подход требует тщательной временной «прописки» издания, т. е. обращению к времени, когда какая-либо общественная проблема была наиболее насущной, что заставило общество отчетливо размежеваться по отношению к ней.

Преподавателю журналистики в вузе в отличие от ученого-исследователя, разрабатывающего конкретную проблему, приходится избирать комплексный подход и в условиях сокращения учебных часов на предмет искать возможность затронуть все стороны жизни

издания, удерживая баланс между чисто историческими фактами, так сказать, внешними фактами и тому, что относится к развитию профессии, появлению новых типов изданий, новых жанров, новых способов взаимодействия с аудиторией. Историко-журналистский анализ на лекциях и семинарах в вузе исследования обязательно должен учитывать такие специфические качества журналистского продукта, как тираж и условия распространения, что даст представление о количестве и социальных характеристиках читателей, укажет на их возраст, пол, образование, социальное положение. Данные сведения содержатся обычно в программных статьях от редакции в начале года, в редакционных отчетах в конце года, в обзоре читательской почты, что делали почти все русские редакторы, начиная с Н. Новикова и Н. Карамзина. Количество оцифрованных изданий прошлого, размещенных в современных электронных библиотеках, позволяет выполнить эту работу даже преподавателям, работающим в провинциальных вузах без затратного выезда в столичные библиотеки.

На конференциях по историко-журналистской проблематике можно слышать о том, что студентов не привлекает данная тема, как сложная и далекая от современности. Наш опыт говорит, что вовлечение студентов в подготовку сообщений по новым источникам и материалам из электронных библиотек, значительно повышает их исследовательский энтузиазм. Студентам, готовящим для доклада на семинаре исследование какого-либо издания, следует посоветовать начинать знакомство с ним со сплошного просмотра, во время которого определяются рубрики, авторы, жанры, наиболее ярко отражающие суть издания. После сплошного просмотра за избранный для исследования срок надо сделать выбор и остановиться на тех номерах, где программа издания проявилась наиболее ярко и отчетливо, в этом случае ему может понадобиться консультация преподавателя или обращение к специальным научным исследованиям, указанным преподавателем заранее.

Как правило, особого внимания заслуживают номера, открывающие издание: ведь в них редакция старалась обнародовать свою программу, указать цели и задачи издания, дать понятие, для какой аудиторной группы они собираются писать. Столь же серьезное внимание надо уделять номерам, открывающим и закрывающим

календарный год. В первых номерах можно попытаться определить редакционную политику по отношению к изданиям-конкурентам, выявить обещания публике, отследить возможные изменения в структуре журнала, появление новых рубрик, презентацию новых авторов и прочие принципиальные вещи. В последних номерах календарного года редакция, как правило, подводит итоги своей деятельности за истекший год, отмечает свои достижения, по которым тоже можно понять, какой тактики редакция придерживалась, что считает своей удачей или просчетом. Если того требует тема студенческого доклада, следует в долговременных изданиях обращать внимание на номера, итожащие десятилетия. Если в исследовании затрагивается небольшой временной промежуток, то большее внимание надо обращать на номера, помимо указанных ранее, выходившие в период подписных компаний. В эти моменты редакция старалась увеличить свою аудиторию, для чего давала ей определенные обещания, приоткрывала свои планы на будущее. Итак, исследователь должен быть особенно внимательным ко всем формам редакционных заявлений. Помимо чисто учебных целей, выполнения подобных заданий решает и задачи профессиональной ориентации будущего журналиста на нравственные и корпоративные ценности.

В условиях балльно - рейтинговой системы полезно также предлагать студентам подготовить сообщение по анализу одного номера изучаемого издания. Ведь любой номер отражает характерные черты издания как системы. Изучение номера какого-либо издания предполагает как анализ его материалов, так и способов их преподнесения, методов и приемов воздействия на читателя, данный тип задания подготавливает студента к будущей профессиональной деятельности, учит видеть каждый выпуск как единой целое, пронизанное контекстуальными и интертекстуальными связями.

При подготовке к лекции целесообразно в начале рассказа об издании, будь то газета или журнал, иметь в виду общие сведения о направлении журнала, его идейной, философской, эстетической платформе, общественно-политических взглядах редактора и издателя. Затем нужно последовательно охарактеризовать отделы и расположенные в них материалы (если речь идет о характеристике одного номера). Обязательно надо знать «болевые проблемы» того

времени, в какое выходило издание, а затем определить, какова его позиция в этом историко-реальном контексте: что критикуют и чему радуются авторы, на какие жизненные факты обращают внимание. Углубляясь в анализ номера, надо постараться понять, есть ли в нем стержневая тема или, так сказать, лейтмотив данного выпуска. Это не обязательное правило, но бывают примеры удачного совпадения редакторского мастерства, богатства набора авторских материалов и яркости проблематики, адекватной значимости общественного явления. Эти явления нельзя пропускать – они являются настоящей школой журналистского мастерства.

До того, как ведущий преподаватель курса истории журналистики распределит темы семинарских докладов, было бы хорошо ему самому провести один подобный разбор в качестве мастер-класса. При этом надо не упустить из вида, что указывая, какой отдел издания был ведущим, его надо внимательно изучить, определить информационное и социальное наполнение, определить способы реализации основных функций журналистики. Обязательно надо отметить, какие новые темы издание подняло, на что именно обратило внимание своих читателей, тем самым насколько оно выполнило просветительскую функцию, каково соотношение новостных/оперативных и аналитических материалов (особенно это важно для газеты). Наконец, надо постараться понять логику расположения материалов, т. е. композицию номера: от чего и к чему ведет редактор читателя. Это тоже помогает понять программу издания, которую отнюдь не каждое издание декларирует. Этот анализ подводит к исследованию дизайна: ритма чередования текста и изображения, цвета (в полноцветном издании), материалов разного формата и объема. В заключение следует глубоко разобрать «гвоздевой материал» номера. Конечно, не каждое практическое занятие потребует такой работы с текстом одного номера, но иметь в виду саму последовательность и полноту историко-журнального анализа надо всегда, даже если программа занятия предполагает преимущественное внимание одному из элементов журнала или газеты как целого, как метатекста.

История журналистики – увлекательный предмет, который содержит не только обширные сведения о развитии журналистики, о зарождении и смене типов изданий, жанров, подходов, содержит

историю борьбы за свободу слова и права журналистов и общества. Кроме того, исследователь найдет в ней и прогноз на будущее, своеобразную энциклопедию профессии, а также повесть о многих подвижниках журналистики, в судьбах которых есть отсвет и настоящего, и ее будущего.

РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ МЕДИАБЕЗОПАСНОСТИ ГРАЖДАН

Э.В. Яковлева
Научный руководитель И.А. Фатеева
Московский педагогический государственный университет

Аннотация. Данная статья посвящена роли политической журналистики в обеспечении медиабезопасности граждан. Политическая журналистика рассматривается как динамично развивающийся институт современного общества, политические новости – как центр медиапространства. Обсуждаем меру ответственности и профессионализма журналиста, степень влияния политических материалов на сознание, физическое и психическое здоровье, личное развитие, нравственность человека, а также факторы, увеличивающие угрозу медиабезопасности.
Abstract. This article is devoted to the problem of the role of political journalism in ensuring media security of citizens. Political journalism is seen as a dynamically developing institution of modern society, political news – as the center of media space. The degree of responsibility and professionalism of the journalist is analyzed, as well as the degree of influence of political materials on mind, physical and mental health, personal development, human morality.
Ключевые слова: медиабезопасность, политическая журналистика, информационное пространство, законодательство РФ, политические новости, медиапотребление, физическое и психическое здоровье, личное развитие.
Keywords: media security, political journalism, information space, legislation of the Russian Federation, political news, media consumption, physical and mental health, personal development.

Политическую журналистику можно с полным правом назвать центром мысли современного мира. Это объемный раздел журналистики, в котором освещается широкий спектр разнообразных политических явлений прошлого и современности, а также политической науки. Корнями политическая журналистика уходит ещё в древний мир. В Месопотамии и Древнем Египте, например, владыки доносили до своих подданных через глашатаев, вестников специально отобранные и отредактированные новости. Тогда же появились первые службы, отвечающие за сбор и распространение

новостей. В историю вошли древнеримские рукописные вестники – «ActaPublica», «ActaSenatus», «ActaDiurnaPopuliRomani». Не менее яркие примеры – распространение «рукописных листков» с новостями в странах Европы уже в эпоху Возрождения.

С самого начала развития политической журналистики определились ее главные функции: доносить до человека новости политики, делать их доступными для осмысления и обсуждения, а также воздействовать на сознание и поведение людей с помощью политического контента.

Прошли века, в современном мире политика пронизывает все сферы жизни, от политических решений зависят уже судьбы не только отдельных правителей, стран и регионов, но целых континентов и всего глобального мира. Всё больший и быстрый резонанс способны вызывать новости политики.

Сегодня человечество живет в век высоких технологий, поэтому информационная образованность и осведомленность общества становятся насущной необходимостью. Человек каждый день получает массу новой информации, иногда даже не задумываясь о ее источнике; телевидение, радио, печатная продукция, реклама, интернет – все это источник и той или иной информации, ежедневно оказывающей влияние на выбор человека.

В связи с нарастающим глобальным процессом активного формирования и широкомасштабного использования информационных ресурсов особое значение приобретает информационная безопасность граждан.

«Информационная безопасность, – утверждал Я.Н. Засурский, – это прежде всего хорошее информирование... Информационная безопасность важна потому, что мы защищаем свои информационные границы, мы защищаем свою национальную культуру, мы защищаем свой язык, мы защищаем свои информационные ресурсы. В этом смысле обеспечение информационной безопасности особенно важно для государства» [2, 178].

Говоря об информационной безопасности населения, мы должны уметь идентифицировать угрозы безопасности, которые порой затрагивают жизненно важные интересы граждан.

Российские исследователи Г.В. Емельянов и А.А. Стрельцов выделяют несколько основных источников угроз безопасности человека, общества и государства. Наиболее опасным из них, по мнению ученых, является существенное расширение возможности манипулирования сознанием человека за счет формирования вокруг него индивидуального “виртуального информационного пространства”, а также технологии воздействия на его психическую деятельность. Тут роль института медиабезопасности неоспорима. Другим опасным источником угроз человеку является использование во вред его интересам персональных данных, накапливаемых органами государственной власти, а также расширение возможности скрытого сбора информации, составляющей его личную и семейную тайну, сведений о его частной жизни. Что касается источников угроз интересам общества и государства в информационной сфере то здесь называется усложнение информационных систем и сетей связи критически важных инфраструктур обеспечения жизни общества, вредное воздействие на эти инфраструктуры со стороны преступных структур, получение противоправного доступа к сведениям, составляющим государственную тайну, к другой конфиденциальной информации [1, 15].

Сегодня остро актуальными являются проблемы, связанные с ролью национальной политической журналистики в обеспечении медиабезопасности граждан.

Термин «медиабезопасность» А.А. Морозова определяет как состояние защищенности каждого индивида от недостоверной или опасной информации, причиняющей вред здоровью человека, его нравственности и личностному развитию. По мнению исследователя, медиабезопасность является защитой от разрушительных, травмирующих психику информационных воздействий, связанных с переизбытком жестокости, насилия, с информацией, которая способна развивать порочные наклонности, формировать искажённую картину мира, неправильные жизненные установки [3, 281].

Следует отметить, что мы не отожествляем термины «медиабезопасность» и «информационная безопасность». Вслед за Я.Н. Засурским, Г.В. Емельяновым и А.А. Стрельцовым понятие «информационная безопасность» мы рассматриваем широко и включаем

в его содержание как межличностное и деловое общение, так и образовательные ресурсы, зрелищные мероприятия, социальные акции и пр.

Медиабезопасность – понятие более узкое и связано только с системой массмедиа. Сам термин «медиабезопасность», в отличие от «информационной безопасности», сравнительно молодой: по наблюдениям И.А. Фатеевой, в русскоязычное общественное сознание и в широкий оборот он стал входить в связи с обсуждением и реализацией Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (принят в конце 2010 г., вступил в силу 1 сентября 2012 г.) [8, 7].

Общеизвестно, что в наши дни наиболее динамично развивающимся сектором системы средств массовой информации и коммуникации являются электронные медиа. Отсюда вполне объяснимый повышенный интерес экспертов к этим ресурсам. Так, А.А. Перетягина в своей статье «Что такое медиабезопасность» справедливо отмечает: медиабезопасность – это обеспечение государством информационной безопасности граждан, защита физического, умственного и нравственного развития, а также человеческого достоинства во всех аудиовизуальных медиауслугах и электронных СМИ [5].

Таким образом, медиабезопасность – важнейшее требование современного международного права и законодательства Российской Федерации. Кроме того, необходимо отметить, что в условиях информационного общества и ускоряющихся процессов глобализации медиабезопасность является без преувеличения национальной стратегией многих государств мира.

Угрозы медиабезопасности – реальность нашего времени. Обеспечение медиабезопасности со стороны конкретных государств по отношению к своим гражданам, а также со стороны международного сообщества с помощью специальных законов, усиленных мер осуществления внутренней политики, механизмов работы СМИ, гражданского общества необходимо из-за того, что внутри нашей страны и в мире в целом сложилась непростая ситуация.

Идёт фактическая информационная война, и информационное противостояние на глобальном уровне сопоставимо, по сути, с периодом «холодной» войны. Конгресс США принял закон об информационном противостоянии с РФ, аналогичная резолюция приня-

та Европарламентом. Президент РФ В.В. Путин 5 декабря 2016 г. подписал Указ об утверждении новой Доктрины информационной безопасности Российской Федерации. Доктрина представляет собой систему официальных взглядов на обеспечение национальной безопасности страны в информационной сфере.

Как о стратегической цели обеспечения информационной безопасности в сфере обороны России речь идёт о защите жизненно важных интересов личности, общества, государства, чётко говорится о внутренних и внешних угрозах, связанных с использованием информационных технологий для военно-политических целей, противоречащих международному праву: враждебные действия и акты агрессии, подрыв суверенитета, нарушение территориальной целостности государств, стратегической стабильности, разжигание противостояния, информационное давление и т. д. Все данные факты свидетельствуют об очень важных изменениях, требующих специальных мер в области усиления медиабезопасности.

Д.Ю. Татаркова в своей статье «Несистемная оппозиция как предмет изучения политической журналистики» отмечает: «Развитие компьютерных технологий, активный рост массмедиа, появление различных информационных устройств и носителей – все эти процессы создают ситуацию, в которой каждый становится причастным к глобальной повестке дня. Данный этап активного медиапотребления ставит перед научным сообществом ряд проблем, требующих изучения, анализа и решения. В их числе – проблема информационной безопасности или медиабезопасности, затрагивающая не только молодое поколение пользователей информационных технологий, но и общество в целом» [6, 196].

С мнением исследователя трудно не согласиться. В сфере журналистики медиабезопасность касается всего общества в широком смысле, социальных и политических групп в его составе, отдельных личностей и выражается в гарантированной защите людей от недостоверной, искажённой, тенденциозной, провоцирующей национальные, религиозные, психологические конфликты, нарушающей нравственные принципы и общечеловеческие ценности информации. Через СМИ такие материалы медиареальности могут спровоцировать агрессию, ненависть, разные виды розни, затяжные и глубокие личностные стрессы, различного рода острые конфликты.

В современных условиях наблюдаются невероятная скорость смены событий политического ряда, множественность точек зрения, трактовок в условиях свободы слова. Человеку, далёкому от профессиональной политики, подчас трудно разобраться в таком сложном контенте. Институт СМИ призван, с одной стороны, мгновенно реагировать на изменения в политической жизни, на противоречивые по своей сути политические явления, с другой – нести полную ответственность за подготовленную информацию на основе общечеловеческих ценностей, российского законодательства и профессиональной этики журналиста.

По мнению О.В. Поповой, в современном коммуникативном пространстве политическая журналистика выполняет объяснительную, футурологическую и консалтинговую функции: «Демонстрируемая в СМИ политическая аналитика позволяет формировать и деформировать общественное мнение, создавать определённые стереотипы политических действий, облегчает политическое управление в современном обществе» [4, 9]. Задачи – постоянно объяснять обществу смысл происходящих событий и просвещать аудиторию, поскольку журналист должен обладать дополнительными знаниями, которых нет у широких масс. С одной стороны, власть нуждается в опоре на информацию и управлении информационными потоками, поскольку информация в XXI веке является одним из главных средств воздействия на состояния людей. С другой стороны, в условиях плюрализма, свободы слова, мнений, вероисповеданий, политических идеологий и т. д. к политической журналистике предъявляются всё более строгие требования. Всё тщательнее приходится продумывать соотношение «положительных» и «негативных» материалов, визуальные ряды, сопровождающие политические новости и обзоры.

Важность политической журналистики заключается ещё и в том, что она активно участвует в формировании картины мира человека, находящегося в сфере её влияния, воздействует и на психическое, и на физическое здоровье. К положительным приемам воздействия относятся просвещение, такие доминирующие настроения, как, например, гордость за свою страну, патриотизм, гуманизм и др., формирующие так называемый положительный век-

тор развития. Но есть случаи, когда журналисты не осознают свою ответственность перед обществом, используют методы создания политических сенсаций, односторонне освещают события, искусственно повышают негативный фон, акцентируют скандальность, стрессовость, острую конфликтность. Это прямо ведёт к таким последствиям, как чувство обесценивания жизни и нравственных ценностей, пренебрежительное отношение к личности, культивирование насилия, жестокости, смерти, власти. В качестве примера выстраивания тактики и стратегии российской политической журналистики можно привести освещение событий в Сирии, Турции и других горячих точках последнего времени.

Таким образом, необходимо констатировать, что на сегодняшний день со стороны российского государства предприняты специальные меры в области информационной безопасности с акцентом на область политической журналистики, усилен контроль за соблюдением Доктрины от 5 декабря 2016 г. и пропаганда её идей в СМИ.

Роль политической журналистики в медиапространстве будет усиливаться, как и общая политическая напряжённость в мире. Поэтому проблемы обеспечения медиабезопасности сохранят свою актуальность. В такой ситуации необходима дальнейшая работа над российской национальной стратегией формирования политического контента, основанного на высоком профессионализме, объективности, снижении уровня информационного стресса, пропаганде здоровых нравственных ценностей, а также усиление оперативного реагирования на негативные выпады и давление со стороны политических оппонентов.

Литература

1. Емельянов Г.В. Проблемы обеспечения безопасности информационного общества // Информац. общество. 1999. Вып. 2. С. 15–17.
2. Засурский Я.Н. Информационная безопасность России и средства массовой информации // Информационное общество. – 2001. – № 4. – С. 176–181.
3. Морозова А.А. Медиа-безопасность в эпоху информации // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 18–20 октября 2012 г.). – В 2-х т. – Т. 1. – Казань, 2012. – С. 280–287.

4. Попова О.В. Политический анализ и прогнозирование. – М., 2011. – 464 с.
5. Перетягина А.А. Что такое медиабезопасность.ocpmcc.edu35.ru/toparents/
6. Татаркова Д.Ю. Несистемная оппозиция как предмет изучения политической журналистики // Вестник Челябинского государственного университета. – Выпуск № 22 (313) / 2013. Филология. Искусствоведения. – Вып. 81. – С. 196–200. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/nesistemnaya-oppozitsiya-kak-predmet-izucheniya-politicheskoy-zhurnalistiki
7. Туркова Т.А. К вопросу объективности в политической журналистике // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – Выпуск № 1 / 2011. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-obektivnosti-v-politicheskoy-zhurnalistike#ixzz4V5nisJqp
8. Фатеева И.А. На пути к медиабезопасности (вместо предисловия) // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 6–9.

Содержание

Предисловие 4

А.Г. Асташкин, Д.М. Гареева, Д.Р. Мухутдинова. Опыт создания студенческого СМИ (на материале журнала «Слово») 5

Р.П. Баканов. Использование WEB-ресурсов при обучении начинающих журналистов медийной критике 10

Н.Н. Борщева. Некоторые вопросы преподавания дисциплины «Основы журналистской деятельности» 19

Е.А. Барашкина, Е.В. Выровцева. Создание студенческого сайта как медиаобразовательный проект 25

Н.А. Захарченко. Опыт проведения практических занятий у студентов направления подготовки «Телевидение» 30

А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина. Единство и борьба вербального и визуального в современных журналистских произведениях 39

Т.Б. Исакова. Инновации в методике организации самостоятельной работы студентов-журналистов 48

Л.А. Каллиома. Образование как процесс адаптации студента к профессиональной журналистской среде 56

О.Е. Коханая. Профессии будущего в сфере масс-медиа: форсайт-сессии «Образование 2030» 63

Н.В. Крайнова. Современный религиозный вопрос и журналистика 71

А.В. Куприянова. Роль интерактивных технологий в процессе обучения журналистов (на примере дисциплины «Новостные радиопрограммы») 76

Л.В. Иванова. Использование алгоритмов в обучении студентов-журналистов базовым основам анализа и создания журналистского текста 83

В.В. Лабутина. Концепция курса «Языковая компетенция современного тележурналиста» 88

В.В. Пугачев. Методическое освоение проблем дизайна в студенческой аудитории и сочетание несочетаемого 96

К.В. Силантьев. «Вечерняя газета» как особый тип прессы 101

В.Н. Симатова. Медиакластер как тенденция и форма развития современных СМИ 111

М.А. Ульянов. Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования 117

И.А. Фатеева. О психолого-педагогической компетентности журналистов: к постановке проблемы 123

Г.И. Щербакова. Алгоритмы историко-журнального анализа 130

Э.В. Яковлева. Роль политической журналистики в обеспечении медиабезопасности граждан 135