

студентов всех специальностей, хотят, чтобы их учили создавать мультимедийные истории.

Таким образом, проведенное нами исследование иллюстрирует общую осведомленность студентов факультета журналистики в современных мультимедийных форматах независимо от специальности и желание обучаться созданию увлекательного медиаконтента. Считаем, что изложенные в данной статье студенческие запросы необходимо учитывать при разработке учебных программ на факультете журналистики БГУ.

Библиографические ссылки

1. Градюшко, А. А. Современный медиарынок Республики Беларусь: новые принципы распространения цифрового контента / А. А. Градюшко // Десятые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации 2018». Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы. 25–26 октября 2018 г., Москва. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. – С. 141–142.
2. Дроздов, Д. Управление медиапрограммами в контексте современного менеджмента проектов / Д. Дроздов // Журналістыка-2018 : стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2018. – С. 407–409.
3. Касперович-Рынкевич, О. Медиапотребление представителей поколения Z – студентов журфака БГУ / О. Касперович-Рынкевич // Журналістыка-2018: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2018. – С. 415–419.
4. Силантьева, О. 92 мультимедийных формата / О. Силантьева // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ridero.ru/books/92_multimediinykh_formata/. – Дата доступа: 07.12.2018.

Раиса Мелешевич

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ: ЭПОХА ПЕРЕМЕН

Исследуются актуальные вопросы подготовки журналистских кадров к работе в условиях медиаконвергенции.

Ключевые слова: медиаконвергенция; профессиональная компетентность журналиста; подготовка журналистских кадров.

Вопрос подготовки журналистских кадров много лет обсуждался и обсуждается как в научных, так и профессиональных кругах работников ме-

диа. В самой журналистике как сфере деятельности, имеющей свою специфику, сомневаться не приходится. Как пишет А. Калмыков, журналистика «обладает всеми необходимыми атрибутами профессионализма: школой, т. е. системой профессиональной сертификации и критериями профессиональной пригодности; профессиональным сообществом, т. е. референтной группой коллег, способной оценить успешность и качество деятельности; параметрами предлагаемой рынку продукции, т. е. задаваемыми обществом критериями качества; собственными технологиями производства, т. е. основанными на научных достижениях способами производства и вывода на рынок информационно-коммуникативного продукта. Причем все вышеперечисленное не родилось в одночасье, а имеет глубокие исторические корни и в целом является продуктом общемирового культурного и цивилизационного процессов» [3].

Однако если рассуждать о критериях определения качества готового «продукта», ежегодно выпускаемого несколькими факультетами журналистики Беларуси, то возникает вопрос о профессиональной компетентности журналиста. Ее И. А. Илларионова определяет как «степень освоения профессиональных знаний и умений на основе развития индивидуального творческого потенциала студента (воображения, масштабности аналитического и ассоциативного мышления, креативности решения, оригинальности идей, форм и средств воплощения, мастерского владения языком, исполнительскими навыками, основами смежных профессий)» [1].

Тем не менее более подходящим представляется точное разделение компонентов при изучении технологий профессионального журналистского образования, предложенное А. Калмыковым: эпистемологического (эпистема журналистики), художественного (арт-журналистики) и технологического (техно-журналистики) [4]. Журналистика как вид деятельности имеет собственную специфику, заключающуюся в органичном соединении этих компонентов, каждый из которых равноценен по отношению к двум другим. Как подготовить специалиста для работы в СМИ? В советские времена для профессионала считалось правильным шагом сначала получить высшее образование по любому профилю, а затем пройти специальную подготовку на факультете журналистики. При этом окончательной «подгонкой» молодого специалиста занимались непосредственно в редакционных коллективах. Затем преобладающей точкой зрения по подготовке специалистов в области СМИ стало мнение о том, что пятилетнего обучения на факультете журналистики БГУ достаточно для студента, а на практике он сможет отточить знания и добрать необходимые практические навыки. За последние годы факультетов журналистики в стране стало больше, а обучение стало короче на год. Теперь студенты обучаются четыре года, а редакторы СМИ по-прежнему жалуются на низкую подготовку кадров.

В этом волнообразном процессе обсуждения правильности или неправильности процесса обучения на нескольких журфаках Беларуси наметилась одна довольно серьезная тенденция: высокое значение технической составляющей – техно-журналистики.

Изменения в медиа заставляют работников СМИ менять привычные подходы к подготовке материалов: теперь требуется умение работать для различных платформ одновременно, делать качественные фотографии, снимать и монтировать видео, создавать подкасты, общаться с пользователями в социальных сетях. «...Можно считать доказанным, что во всех слоях конвергентные процессы сопровождаются не менее мощными дивергентными, то есть универсализация стимулирует специализацию. Откуда следует: во-первых, конвергенция не является поводом увольнения специалистов; во-вторых, более сложным и требующим большего внимания становится менеджмент конвергентных СМИ; в-третьих, появляется социальный заказ системе образования на подготовку «универсальных» журналистов, которые при всей своей универсальности должны оставаться высокопрофессиональными специалистами» [4].

Прежнее «платформенное» деление студентов, обучающихся на факультете журналистики, имеющее в своей основе разделение на телевизионщиков, газетчиков и интернет-журналистов, несколько устарело, поскольку готовый специалист на выходе должен быть не только технически подкован, уметь готовить материалы для всех платформ сразу, но и быть готовым к постоянному обучению техническим тонкостям в дальнейшем. Как пишет исследователь А. В. Костин, «в качестве ведущего фактора социального и экономического прогресса в информационном обществе выступает образование. В связи с переходом от трудового общества к обществу с творческой деятельностью происходит изменение и самого работника, когда на второй план отходит модель взаимозаменяемости персонала и повышается спрос на людей, умеющих принимать быстрые и правильные решения и обладающих такой формой критической компетенции, которая состоит в умении отбирать и усваивать новую информацию. Здесь значимым становится и фактор стремительного устаревания технологий, что также обуславливает необходимость непрерывного приобретения знаний. Однако большое время адаптации образовательной системы к изменениям в практической деятельности фирм и корпораций становится причиной дефицита высококвалифицированных специалистов во всех сферах информационной экономики и является причиной конфликта академической и информационной форм образования» [5].

Таким образом, несмотря на широкий диапазон получения журналистского образования первой и второй ступени, очной и заочной форм обучения, с проведением лекций, семинарских и лабораторных занятий, мастер-

классов с приглашением опытных журналистов, практическое знакомство с работой конкретного медиа возложено в целом на студента в ходе прохождения им практики в СМИ. Это важный опыт становления молодого специалиста – опыт работы непосредственно в редакции, где и проходит «подгонка» навыков будущих сотрудников под требования данного коллектива. Многим из студентов сложно преодолеть разрыв между теоретическим вузовским образованием и практической работой в редакции, сложно приходится и работникам СМИ: «Медиаменеджеры признаются, что присутствие студента-журналиста в редакции не помогает, а мешает эффективному производству контента: практика превращается в полезный образовательный проект для одного учащегося, и в то же время отвлекает силы сотрудника редакции, курирующего этого студента. При этом значение практического опыта в медиасреде тем временем все возрастает» [6].

Кроме обучения на факультетах журналистики, существует также и налаженная система переподготовки кадров по специальности «Журналистика» для лиц, получивших высшее образование по другим специальностям, а также подготовки кадров высшей научной квалификации в аспирантуре и докторантуре. Так почему же всего этого оказывается недостаточно для современного специалиста? Как пишет А. Калмыков, «на первый взгляд может показаться, что обучение в сфере журналистики вполне вписывается в традиционную систему образования. Однако нельзя утверждать, что система медиаобразования и профессионального образования особенно для интернет-журналистики вполне соответствует требованиям времени. Специфика предмета, в частности, беспрецедентная скорость изменений его содержания, а также органичное объединение в нем знаний гуманитарного, естественнонаучного и инженерно-технического типа препятствуют его адаптации к традиционной образовательной системе. Это и является основным источником трудностей в сфере подготовки интернет-журналистов» [4].

Практика зарубежных вузов показывает необходимость обучения студентов факультетов журналистики для работы в конвергентных редакциях. В школе журналистики Университета Миссури (США) принят подход практического обучения студентов в ходе выпуска студентами изданий, а осенью 2005 г. там была открыта кафедра конвергентной журналистики. По пути внедрения практико-ориентированного обучения пошли многие американские университеты и частично – европейские. В одном из российских вузов – Новосибирском государственном университете – для отработки профессиональных навыков у студентов 3-го и 4-го курсов факультета журналистики был введен профессионально-творческий практикум «Модель мультимедийной редакции», в ходе которого и происходит выработка необходимых умений. На платформе «Живой Журнал» был открыт интернет-дневник (блог) студентов, где и размещаются все материалы, также в

социальной сети Facebook появилась закрытая группа, которая «имитирует внутреннее виртуальное пространство редакции, позволяет преподавателю-редактору не терять связь со студентами-журналистами в течение недели и координировать их работу, отвечать на текущие вопросы, помогать и советовать в написании материалов, контролировать сроки сдачи, предлагать и обсуждать новые темы онлайн» [6].

На занятиях проводятся редакционные планерки, где обсуждаются новости и вырабатываются редакционные задания для студентов, публикуются также иллюстрации и видео, выкладываются в сеть, появляется живой отклик от читателей. Кроме того, отдельные статьи студентов размещались в городских СМИ с выплатой гонорара автору материала, что впоследствии способствовало трудоустройству студентов. Итоговое задание, завершающее курс, состоит в том, что необходимо в строго ограниченное время (4 академических часа) написать материал, имея только пресс-релиз или набор гиперссылок по теме материала, причем суть задания заранее неизвестна.

В ходе изучения курса преподаватель находится на онлайн-связи постоянно, вычитывая и поправляя материалы, отправляя некоторые из них на доработку. Кроме того, на занятиях проводится опрос на знание студентами новостных поводов от университетского до мирового масштабов, что требует понимания иностранных языков и практического их применения. Студенты старших курсов могут курировать публикации первокурсников, давать им советы и поправлять публикации. «Логическим итогом работы студентов-журналистов в рамках Модели мультимедийной редакции становится выделение более работоспособных и успешных авторов, которым в отсутствие материальных стимулов предлагается «повышение»: кураторство определенной группы тем или роль «студенческого редактора», который до преподавателя получает и проверяет тексты на соответствие редакционному заданию и наличие фактических ошибок» [6]. Со временем, по мнению автора, такая редакция сможет стать полноценным мультимедийным ресурсом, вполне конкурентоспособным на рынке СМИ.

Для переподготовки своих работников и освоения ими работы в конвергентной редакции ведущие российские СМИ приглашают тренеров для обучения персонала. Л. А. Каллиома пишет о двух стрессогенных факторах для работников редакций СМИ: 1) отход от аналитики в пользу новостной журналистики, «поскольку в профессиональном сознании медиасообщества России и в ожиданиях аудитории идея социального служения журналистики по-прежнему остается доминирующей» [2]; 2) формирование новых профессиональных компетенций в редакции, перераспределение ролей и необходимость становиться универсальными журналистами.

Исследовательской группой кафедры медиалогии и веб-журналистики (в составе В. А. Степанова, Р. И. Мелешевич и И. А. Королева) в ноябре 2018

года был проведен опрос экспертов из числа главных редакторов СМИ, их заместителей, начальников отделов и опытных журналистов (всего опрошено 51 эксперта). Предметом исследования стали компетенции выпускников факультета журналистики, а также представления о медиаконвергенции и изменениях, которые претерпевают СМИ и работа журналистов в связи с развитием новых технологий. Специалисты отметили конвергенцию как неизбежный процесс, подавляющее большинство из них согласилось, что журналист сегодня должен быть универсалом: уметь одинаково хорошо готовить текстовые, аудио-, видео-, фотоматериалы. На вопрос, как журналисты редакции относятся к тем изменениям, которые происходят в СМИ, «положительно» ответило большинство опрошенных. Нас интересовало также, существуют ли в редакции какие-либо тренинговые программы для обучения журналистов в связи с требованиями журналистики цифровой эпохи. На существование таких программ указало только чуть более трети экспертов.

Таким образом, очевидно, что процесс медиаконвергенции происходит в СМИ Беларуси, руководители редакций понимают важность размещения контента на различных платформах, а также подготовки специалистов для работы в интернет-пространстве, но и журналистское образование требует усовершенствования в соответствии с требованиями журналистики цифровой эпохи.

Библиографические ссылки

1. Илларионова, И. А. Формирование профессиональной компетентности журналистов в высших учебных заведениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/prof-obrazovanie/formirovanie-professionalnoj-kompetetntnosti-zhurnalistov-v-vysshih-uchebnyh.html>. – Дата доступа: 04.07.2018.
2. Каллиома, Л. А. Адаптация журналистского коллектива к работе в условиях конвергенции: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/downloads/2016/Каллиома%20Л.А.pdf>. – Дата доступа: 25.04.2018.
3. Калмыков, А. Медиалогия интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=89>. – Дата доступа: 12.06.2018.
4. Калмыков, А. А. Профессия журналиста в эпоху интернета: учеб.-метод. пособие / [Электронный ресурс] / А. А. Калмыков // Федеральное государственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования. – 2018. – Режим доступа: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=136>. – Дата доступа: 26.07.2018.
5. Костин, А. В. Социокультурные доминанты развития информационного общества в культурно-философской рефлексии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sotsiokulturnye-dominanty-razvitiya-informatsionnogo-obshchestva-v-kulturfilosofskoi-refleksii#ixzz5J5OGSa55>. – Дата доступа: 21.06.2018.

6. Пономарев, К. А. Учебная модель мультимедийной редакции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchebnaya-model-multimedijnoy-redaktsii>. – Дата доступа: 25.04.2018.

Абдуносим Раджабов

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

СПЕЦИФИКА МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В работе рассматривается методика и проблемное поле составления рейтингов и измерений телевизионной аудитории.

Ключевые слова: СМИ; аудитория; рейтинг; измерения.

Международные стандарты в области изучения телеаудитории закреплены Европейским вещательным союзом в документе «На пути к общемировому стандарту измерения телевизионной аудитории» (Global Guidelines For Television Audience Measurement – GGFTAM). Среди его базовых принципов – охват всего рынка, открытость применяемых технологий, их научное обоснование, контроль качества. В настоящее время сложилось разграничение медиаисследований прикладных и академических. Под первыми понимаются регулярные исследования аудитории СМИ, направленные на установление максимально возможно точных количественных и качественных характеристик. Их результатом, как правило, становится небольшая группа стандартизированных рейтинговых показателей, которая фиксирует текущие предпочтения телеаудитории. Прогнозировать же развитие ее симпатий можно с помощью академических исследований. Они направлены на выработку более широкого спектра данных с учетом сопоставления сразу нескольких групп характеристик аудитории и адресуются не только (а иногда и не столько) редакциям СМИ, но и ученым-обществоведам. При этом медиаисследователи констатируют, что детализированность опроса при академических исследованиях может вызвать излишнюю нагрузку на респондента и снизить достоверность полученных данных [1, с. 11].

Поскольку сегодня одним из главных источников дохода телеканалов является реклама и привлечение рекламодателей остается для них чрезвычайно важной задачей в комплексе маркетинга СМИ, наиболее востребованными на информационном рынке являются регулярные прикладные (описательные, фиксирующие) исследования. Огромное значение их результаты имеют как для медиаменеджеров, так и для рекламных агентств, занимающихся медиапланированием. В прикладных исследованиях, как правило, оценивается ряд социально-демографических характеристик аудитории, а данные об отношении и доверии к конкретному телеканалу определяются