

ТРЕНДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ XXI ВЕКА КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ В ОБУЧЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛИСТОВ ЭПОХИ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Л. А. Коханова

Московский государственный университет

Поступила в редакцию 15 февраля 2017 г.

Аннотация: в данной статье речь идет о специальных семинарах как форме подготовки научных кадров нового поколения в области журналистики. На основе анализа реальной практики определены основные требования к нему, которые способствуют повышению его эффективности. К ним автор относит актуальность тематики, проектное обучение и овладение основами методологии изучения средств массовой информации. На примере конкретного спецсеминара, организованного с учетом этих требований, показана его результативность. Он посвящен исследованию форм и методов взаимодействия традиционных СМИ и социальных сетей, в результате которого появляются новая специализация журналиста печатных изданий.

Ключевые слова: журналистика, информационно-коммуникативная система, спецсеминар, исследовательский проект, проектное обучение, тренды журналистики, социальные сети, страницы или аккаунты в социальных сетях, новая специализация журналиста печатных изданий.

Abstract: this article deals with special seminars as a form of research training of a new generation in the field of journalism. On the basis of the actual practice of the basic requirements for it that enhance its effectiveness. These author considers the relevance of subjects, project learning and mastering the basics of methodology for studying the media. For example, a particular special seminar organized with these requirements, its performance is shown. It is dedicated to the study of forms and methods of interaction between traditional media and social networks, as a result of which there is a new specialty of journalist publications.

Keywords: journalism, information-communicative system, special seminar, research project, project learning, trends in journalism, social networking pages or accounts in social networks, a new specialization journalist publications.

В День российской науки в этом 2017 г. в Кремле были вручены премии в области науки инноваций молодым ученым. Среди лауреатов — лишь представители естественных и технических наук. Гуманитариев среди них нет, тем более исследователей в области журналистики. «Вместе с тем, — пишет профессор Е. Дугин, — все более ощутимы реалии информационного общества, в основе которого лежит производство, потребление и распространение информации, выдвигают в качестве центральной проблемы научное познание социальных информационно-коммуникативных процессов» [1, с. 81].

Казалось бы, сегодня как никогда необходимо включиться молодым исследователям в процесс движения теоретической мысли, в основе которой находятся сформулированные идеи, сведения, факты и оценки как результат исследования отечественных СМИ. Но этого, к сожалению, пока не происходит. Тому есть ряд причин.

Одной из главных, пожалуй, можно считать минимальное включение студентов-гуманитариев в исследовательские проекты. Курсовые и выпуск-

ные квалификационные работы, которые они выполняют в процессе обучения в бакалавриате, в основе своей носят обзорный характер. Мало кто из их авторов владеет теоретической методологией научного исследования. Этим грешат в большинстве своем магистерские и диссертационные работы, которые «вместо глубокого изучения особенностей функционирования СМИ жонглируют статистикой доходов, количеством «лайков» в Интернете и на этом... пытаются обосновать так называемые теоретические концепции, которые по большей части оказываются заимствованными у зарубежных разработчиков» [1, с. 87].

Что касается технической высшей школы, то ей при всем реформировании последних десятилетий удалось сохранить принципы ведущих отечественных вузов, где студент с первых курсов включается в исследования, ведущиеся на кафедрах или в научных лабораториях. Тем самым он становится членом творческого коллектива, и не на словах, а на практике, учась у старших коллег, осваивает методологию научного исследования.

Безусловно, необходимость подготовки таких специалистов осознают многие преподаватели гу-

манитарной высшей школы, в том числе и факультетов и отделений журналистики. Благо, что в их распоряжении осталась такая форма обучения как специальный семинар, который при всей формализации учебного процесса дает определенную возможность для педагогического творчества.

Тема «Тренды журналистики XXI как исследовательский проект в обучении журналистов в эпоху цифровизации» было предложена студентам в рамках учебного спецсеминара на кафедре периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Название на протяжении последних четырех лет изменялось, но суть оставалась прежней. На данный момент это «Особенности подготовки текстов для социальных сетей». Целью и задачами проводимых студенческих исследований стали выявление специфики работы журналиста газеты в различных социальных сетях как в особой сфере распространения данных, определение специфики трудовой деятельности нового для редакции специалиста, поиск и фиксация особенностей двусторонней связи между журналистом и аудиторией.

При этом мы исходили из того, что в процессе использования в работе журналистом социальных сетей формируются не только новые методы и приемы его трудовой деятельности, связанные с поиском данных и публикацией материалов в различных ресурсах — меняется информационная и психологическая, а также мировоззренческая и идеологическая составляющие.

В зависимости от конкретной социальной сети вырабатываются особенности подачи материалов. На каждом сайте формируется различный контент, отвечающий запросам пользователей, и он может быть в той или иной степени использован журналистами. «В медиаиндустрии первая стадия — это производство содержания. Для всех СМИ это означает работу создателей текстов и аудиовизуального ряда — журналистов, писателей, режиссеров, актеров, музыкантов. В некоторых случаях (например, в Интернете) содержание может сразу востребоваться аудиторией, однако чаще всего следующей стадией становится стадия «упаковки» содержания. На стадии «упаковки» газетные или журнальные статьи объединяются в одном номере газеты или журнала» [2].

На основании анализа данной формы обучения и собственного опыта, можно утверждать, что работа студентов становится более результативной, если спецсеминар отвечает ряду следующих требований:

- актуальность тематики, которая не только востребована студенческой аудиторией, но и значима для развития журналистики в контексте общественных запросов;

- организация работы в рамках коллективного исследовательского проекта, нацеленного на конечный результат группы;

- опора на методологию изучения журналистики в рамках деятельностного, коммуникативного подхода, в основе которого лежит опыт, наработанный ранее отечественными научными журналистскими школами. При этом важно исходить «из того, что призвание журналиста искать и предлагать обществу новые смыслы» [1, с. 93].

Актуальность тематики реально востребована студентами. Газеты и журналы активно осваивают сетевое пространство, поэтому специалисты рекомендуют «издателям газет готовиться к «ренессансу» газетного содержания, что должно дать им значительные преимущества в продолжающейся информационной революции» [3, с. 10]. Причем уже очевидны этапы этого освоения и в российской действительности.

Сегодня отчетливо видно, что в редакциях газет сначала создавали сайты, затем увидели для себя реальные перспективы в сотрудничестве с блогерами. Теперь они ведут страницы своих изданий в социальных сетях и очень внимательны к тем пользователям, которые имеют также свои аккаунты. Это очень удобная платформа для комментариев к материалам, опубликованным в печатных версиях. Хотя следует помнить о том, что это «игра на чужом поле». Как утверждает Е. Дугин, «с помощью глобальной сети удерживается и всемерно наращивается информационное североамериканское «господство в облаке» над остальным миром. Это нетрудно сделать с учетом того, что информационные технологии, операционные системы, программное обеспечение и социальные сети едва ли не полностью имеют американское происхождение» [1, с. 88]. Следовательно, редакциям сегодня нужны специалисты, которые могут противостоять негативным процессам, которые знают, как в социальные сети вбрасывается необходимая информация, каким искусно она продвигается, становясь предметом обсуждения сетевого сообщества, новостью первых полос в традиционных СМИ. К сожалению, сегодня в редакциях таких обученных специалистов немного, и получается, что любители играют против профессионалов.

Интересный пример привел в своем исследовании «Особенности работы журналиста в социальных сетях (на примере газеты «Аргументы и Факты»)» студент М. Мовчан. В газете «Аргументы и Факты» 1 марта 2016 г. была опубликована заметка: «Солиста «Непары» возмутил завтрак, поданный ему на гастролях в Соликамске» [4]. Информационным поводом послужило само сообщение солиста группы «Непара» Александра Шоуа в социальной сети о завтраке в гостинице. Автор приводит цитату из блога музыканта: «Кто сказал, что мы всегда счастливы? Кто до сих пор желает стать музыкантом? Выходи и стройся! Стране нужны повара!», — и показывает в своем материале фотографию, сделанную певцом в его блоге.

Для того чтобы добыть эту новость, журналист подписался на аккаунты в социальных сетях знаменитостей и постоянно следит за происходящими в их жизни событиями. Это позволило ему найти аналогичную историю, которая почти одновременно произошла с другим деятелем искусства. Станислав Садальский находился на гастролях в Перми. О состоянии железнодорожного вокзала, которое его потрясло, артист рассказал в своем личном блоге: «Снега по колено на перроне, внутри грязь, деревянные ступеньки, обсыпанные стены, крысы — всё это жд вокзал в Перми — чудо 21 века! Стыдно «миллионнику» иметь такой старый страшный вокзал». К сообщению была прикреплена фотография вокзала с потрескавшимися стенами и разрушенным напольным покрытием, а также лужами [5].

Так взятые из сети факты, авторами которых к тому же являются знаменитые люди, позволили журналисту написать хороший материал для своего издания. Он привлек внимание читателей печатной версии, получил желаемые «лайки» в электронном варианте издания. Да и тема, поднятая газетой, далеко не из области милых пустячков, которыми сегодня изобилуют социальные сети.

В работе Н. Заруцкой «Формат новостных заметок в Twitter (на примере газеты «Московский комсомолец» и Gazeta.ru)» отмечается, что одних новостей пользователям сетей уже недостаточно, они желают общения с умным понимающим собеседником. Именно этого многим недостает в современной жизни.

Целью исследования «Устно-письменный текст в сети» стал сбор реальных текстов студенческой аудитории, которые они пишут на своих страницах. Результаты были обобщены в работе Н. Анашиной «Трансформация журналистского текста на современном этапе под влиянием социальных сетей (на примере издания «Комсомольская правда» и социальной сети «ВКонтакте»)».

Таким образом, проектное обучение стало вторым обязательным условием результативной работы семинара как творческого коллектива. Прежде всего были обозначены ведущие тренды или направления развития СМИ, среди которых главный связан с осознанием того факта, что блогосфера, социальные сети сегодня значительно влияют на характер профессии журналиста. За эти годы сделано около тридцати работ, которые составят готовя-

щийся к печати сборник. Следует заметить, что проектный подход не сразу был принят студентами (здесь уместно вспомнить образное выражение академика А. Чубарьяна об «аллергии на вопросы методологии в целом» [6, с. 12]). Не сразу пришло понимание того, методология исследований журналистики есть вид познавательной деятельности по анализу информационно-коммуникативных процессов. Он предполагает сбор, подготовку и распространение информации, что корреспондирует с работой непосредственно журналиста. При этом в его основе лежит совокупность принципов, положений, методов, приемов, способов и процедур «исследования смыслопорождения и стимулирования смысловой деятельности у различных коммуникативных сообществ и групп аудитории» [1, с. 93]. Это опять сродни журналистской деятельности, в которой уже многие из студентов попробовали себя параллельно обучению на факультете.

Подобного рода семинары могут со временем стать основой для появления научных отечественных школ, которых сегодня явно недостает в информационно-коммуникативной сфере. Более того, именно такой подход позволяет студентам перейти в область практических действий и определить, в чем заключается специфика работы журналиста редакции, который работает в сети.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дугин Е. Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика / Е. Я. Дугин // Журналист. Социальные коммуникации. — 2015. — № 3-4 (19-20).
2. Интернет для журналиста / [под ред. А. Носика, С. Кузнецова]. — М. : Галерея, 2008.
3. Газеты на пороге новой эры. Материалы 52-го Всемирного газетного конгресса. Цюрих, июнь 1999 г.
4. Пермские высмеяли солиста группы «Непара» за претензии к завтраку // Новостной портал «В курсе». — URL: http://v-kurse.ru/news/life/permyaki_vysmeyali_solista_gruppy_nepara_za_pretenzii_k_zavtraku_2020322/ (дата обращения: 15.02.17).
5. Пермский вокзал — чудо XXI века // «Живой журнал». — URL: <http://sadalskij.livejournal.com/2551499.html> (дата обращения: 15.02.17).
6. Чубарьян А. О. Историческая наука в России в начале XXI в. / А. О. Чубарьян // Новая и новейшая история. — 2003. — № 3.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Коханова Л. А., профессор факультета журналистики
E-mail: L_kokhanova@mail.ru

Moscow State University named after M. V. Lomonosov
Kokhanova L. A., Professor of the Journalism Department
E-mail: L_kokhanova@mail.ru