

## ЖУРНАЛИСТСКИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ: ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД

С. А. Базикиян

*Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого*

Поступила в редакцию 3 апреля 2024 г.

**Аннотация:** *проектные методики обучения, анализу которых посвящена данная статья, по утверждению ряда ученых и медиапедагогов, оказываются наиболее эффективными и продуктивными в журналистском образовании.*

**Ключевые слова:** *проект, медиа, журналистское образование, практико-ориентированный подход, тренды.*

**Abstract:** *the project-based teaching methods analyzed in this article, according to a number of scientists and media educators, turn out to be the most effective and productive in journalistic education.*

**Keywords:** *project, media, journalistic education, practice-oriented approach, trends.*

Технологии в медийной сфере не стоят на месте, поэтому пассивные методики обучения в журналистском образовании оказываются менее эффективными, чем активные формы. Игры, тренинги, кейс-стади обеспечивают «погружение» в профессию, позволяя методом проб и ошибок понять реалии медиарынка и идентифицировать себя с представителями профессии (журналистами, редакторами, операторами, монтажерами и т.д.). По мнению ряда медиааналитиков и теоретиков медиаобразования [1–5] наиболее универсальным и эффективным в этом плане оказывается метод проектов.

Вообще, проектная деятельность в журналистском образовании явление не новое: на базе многих факультетов журналистики уже не одно десятилетие функционируют печатные, телевизионные, электронные медиапродукты. Но сама проектная деятельность до недавнего времени не носила здесь системного характера: в образовательных программах как отдельная образовательная деятельность она не предусматривалась. В связи с трансформациями цифровой среды взгляд на место проектной деятельности в системе журналистского образования несколько поменялся. Как утверждают медиапедагоги, с целью оптимизации образовательного процесса, который должен идти в ногу со временем, необходимо сделать проектную деятельность неотъемлемой частью образовательной программы. Так, Л. П. Шестеркина утверждает, что «в контексте современных условий развития системы профессиональной подготовки и переподготовки журналистов в мире, а также происходящих в ней эволюционных изменений актуальными задачами являются не просто подготовка отдельных проектов, а теоретическая

разработка и внедрение системы проектного обучения, позволяющего оптимизировать учебный процесс в конкретных условиях» [6, 195].

Для нашего исследования актуальным представляется введение термина «**медиаобразовательный проект**» — это «уникальная медиаобразовательная деятельность, имеющая начало и конец во времени, направленная на создание определенного, уникального продукта: газеты, журнала, теле- или радиопередачи, интернет-сайта и т.д.» [2]. Таким образом, отличительной чертой любого медиаобразовательного проекта является направленность на достижение, прежде всего образовательно-воспитательных целей, посредством производства уникального медиа, решающего общественно-важную проблему. Еще одна существенная особенность проектного образования заключается в наличии большей заинтересованности у учащегося, в отличие от традиционных форм обучения. Оно «строится не в логике учебного предмета, а в логике деятельности, имеющей личностный смысл для ученика, что повышает его мотивацию» [7, 51]. При этом медиаобразовательные проекты являются лишь «частной формой реализации проектной технологии» [7].

В рамках тематики нашего исследования целесообразным представляется анализ специфики и особенностей функционирования в современном образовательном процессе нашей страны непосредственно медиаобразовательных проектов.

Интересны в этой связи попытки разделения медиаобразовательных проектов на виды. По принципу деления всей медиаобразовательной деятельности, в основу которого положен такой критерий, как цель, медиаобразовательные проекты также можно разделить на профессиональные и непрофессиональные, то есть проекты, рассчитанные на под-

готовку специалистов, непосредственно связанных с медиаиндустрией (журналистика, кинематограф, программирование, веб-дизайн и т.д.) и проекты, направленные на формирование дополнительных информационно-коммуникативных компетенций у учащихся, специальность которых не будет напрямую связана с медиасферой. Исчерпывающую классификацию медиаобразовательных проектов дала И. А. Фатеева, разделив медиаобразовательные проекты на виды по различным критериям: по технологическому аспекту, по видам деятельности; по количеству исполнителей; по масштабам деятельности и др. [7].

На основе анализа образовательных медийных проектов российских вузов медиаэксперты и медиapedагоги выделяют их ведущую функцию — реализацию творческого потенциала студентов и формирование профессиональных навыков на основе реальных запросов медиаотрасли посредством создания уникального востребованного аудиторией медиапродукта. А. Р. Марфицына и Л. П. Шестеркина, например, приходят к выводу, что в ходе создания и реализации проекта студенты приобретают навыки комплексного разрешения проблем, а сама проектная деятельность мотивирует их к осмысленному освоению профессии [8], чего достаточно сложно добиться в рамках традиционных форм обучения. Кроме того, поэтапно создавая медийный продукт (от планирования до эксплуатации и рефлексии результатов), студенты не только приобретают такие базовые профессиональные компетенции, как работа с текстом, поиск и анализ информации, ее верификация, взаимодействие с целевой аудиторией, умение использовать новейшие цифровые технологии, но и осваивают в целом все стадии редакционного производства, тем самым формируя собственную профессиональную идентичность.

Мониторинг медиаобразовательных проектов 10 отечественных вузов<sup>1</sup> позволил выявить основные формы их функционирования: это учебные медиа (печатные газеты и журналы, интернет-издания, телепрограммы, видеосоюжеты, радиопередачи, подкасты), интеллектуальные игры (тренинги), научно-исследовательские проекты (например, выполненные в форме ВКР), проекты по формированию медиаграмотности, внеучебные проекты студенческих медиацентров (инициируются журфаками и создаются с образовательными целями, но вне рамок учебных дисциплин).

Наиболее востребованной оказывается печатная периодика: на всех факультетах (кафедрах) издаются учебные газеты и журналы. Предположим, что непреходящая популярность подобных медиа связана

с тем, что из всех указанных нами форм именно печатная газета, несмотря на все более настойчивые сентенции медиасообщества о ее неактуальности в современных реалиях, способна стать полноценной площадкой для реализации творческого потенциала и оттачивания профессионального мастерства будущих журналистов.

Газету, в отличие от интернет-издания, теле- или радиопрограммы, можно назвать полижанровым продуктом, тяготеющим к тому же к объемным текстам. Поэтому именно газета оказывается той площадкой, на которой студенты могут в полной мере попрактиковаться в написании не только сжатых новостных материалов, но и более «солидных» аналитических и публицистических текстов, которые в интернет-среде могут оказаться неуместными. Более того, не забывая про формирование трендовых сегодня цифровых компетенций, принтовую версию газеты или журнала всегда можно дополнить онлайн-овой площадкой, превратив последнюю, например, в дайджест основных публикаций печатного издания и сделав ее впоследствии первичной по отношению к печатной.

Основной проблемой печатных учебных СМИ является высокая стоимость производства, поэтому их тиражи с каждым годом становятся все меньше: образовательной организации оказывается достаточно сложно выпустить в печать большое количество экземпляров. Выходом из сложившейся ситуации может стать поиск учредителей-издателей вне вуза (школы). Примером подобного симбиоза является факультет журналистики ЧелГУ, где силами студентов осуществляется работа над общегородским изданием «Челябинский рабочий», а издателем является местный предприниматель Василий Серодонин, по убеждению которого подобное сотрудничество оказалось весьма продуктивным. «Стоит понимать, что это не частная инициатива некоторых студентов, а официальный выпуск издания в рамках образовательного процесса государственного вуза. Таким образом, новый собственник издания смог найти удивительный и по-своему уникальный симбиоз сотрудничества, при котором газета будет максимально близка к высоким стандартам печатного издания» [9].

Еще одним существенным минусом печатного издания, особенно газеты, является настороженное отношение к ней молодежи: некоторые студенты считают данный формат устаревшим — намного инициативнее они оказываются при создании цифровых медиа. Но, как справедливо отмечает главный редактор студенческой редакции, руководитель службы выпуска газеты «Челябинский рабочий» Виктория Котова, многие страхи студентов проходят, когда они начинают погружаться в процесс: ищут релевантные информационные поводы, знакомятся с программой верстки. «У некоторых есть запрос научиться писать

<sup>1</sup> При сборе некоторых эмпирических данных использованы материалы IX Медиафорума ImPro (Челябинский государственный университет).

тексты, им неважно, что они публикуются для газеты или для интернет-издания, другим важно разобрататься в *Индиазайне*, поверстать — их напрямую интересует сфера дизайна. Всегда можно адаптировать любую тему под формат газеты» [10].

Следуя последним трендам в развитии медиаиндустрии, ведущие вузы, занимающиеся подготовкой журналистов, активно развивают и учебные электронные проекты. В СПбГУ, например, интернет-издание «Развилка», имея, помимо двух сайтов, многочисленные представительства в социальных сетях и видеохостингах, активно развивает такие форматы, как подкасты, видеоистории, мультимедийные лонгриды. В ЧелГУ, МГУ, ЮУрГУ, РУДН функционируют подобные проекты в форме сообществ в социальных сетях, отдельных сайтов, блог-платформ, трансмедийных проектов, но активного развития в других вузах такая форма проектного обучения пока еще не получила, что говорит о недостаточной заинтересованности педагогического сообщества в развитии новейших цифровых компетенций.

Систематизируя проекты, которые на сегодняшний день реализовываются в системе высшего журналистского образования, можно выделить их характерные черты:

1. Проекты связаны с реальным запросом медиаиндустрии, т.е. у многих проектов есть заказчики — медиаменеджеры-практики, в случае отсутствия заказчиков редакции студенческих медиа проводят социологические опросы аудитории с целью создания востребованного контента. Связь с реальным миром, в свою очередь, по утверждению медиапедагогов, «позволяет студентам активно приобретать, развивать профессиональные компетенции и применять свои навыки и знания» [11, 150]. О востребованности на медийном рынке свидетельствует и тот факт, что некоторые проекты оказываются впоследствии независимыми и из корпоративных медиа превращаются в самостоятельные и продолжают развиваться даже после окончания студентами вуза, например издание «Развилка» (имеет более трех тысяч подписчиков в группе «ВКонтакте»); Include (КФУ) (почти шесть тысяч подписчиков в «ВКонтакте»); The Vyshka (ВШЭ) (больше 60 тысяч подписчиков).

Кроме того, постоянная работа с «оглядкой» на аудиторию, в отличие от выполнения традиционных контрольно-рейтинговых заданий, единственным читателем которых оказывается преподаватель, вырабатывает в студентах привычку скрупулезной работы с информацией. Таким образом, одной из важнейших задач проектной деятельности в журналистском образовании становится «подготовка специалистов, владеющих всеми современными инструментами фактчекинга, а также воспитание журналистов с оглядкой на один из основополагающих принципов работы с информацией — ее перепроверки и фактической достоверности» [12].

2. Аудитория проектов (в большей степени это относится к учебным медиа) максимально приближена к их создателям: зачастую авторами и читателями учебных медиа являются студенты, они говорят на одном языке, что повышает уровень доверия к проекту со стороны пользователей

3. Поэтапная работа над проектом позволяет студентам уже во время учебы адаптироваться к редакционному производственному процессу и понять его специфику.

Итак, специфика медиаобразовательных проектов, реализующихся в системе высшего журналистского образования России на сегодняшний день, определяется общими тенденциями диджитализации медиаиндустрии: это трансформация журналистских текстов, тяготение к мультимедийности, трансмедийности, проблема верификации информации. Инициаторы инновационных форм обучения стараются учитывать позитивные и негативные аспекты функционирования современной медиасферы, конструируя алгоритм проектной деятельности так, чтобы ее результат отвечал требованиям времени.

При этом сам проектный подход в обучении будущих журналистов представляется весьма перспективным и продуктивным: в результате создания учебных медиа, прохождения образовательных курсов, выполнения научно-исследовательских проектов студенты не только учатся применять на практике теоретические знания посредством создания публичного продукта (получив тем самым возможность обратной связи от аудитории), но и формируют навыки работы в команде (социализации в том числе), самостоятельности мышления, получают возможность попробовать себя в разных ролях и тем самым осознать правильность выбора профессии.

Поэтому внедрение метода проектов в образовательный процесс — действенный способ решения актуальных задач современного журналистского образования, и, как утверждают специалисты, эффективный инструмент «подготовки и переподготовки востребованного на современном рынке СМИ всесторонне развитого, компетентного, универсального медиаспециалиста, чей профессиональный и личностный потенциал соответствовал бы запросам современного общества» [8, 46].

## ЛИТЕРАТУРА

1. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А. Фатеева. — Челябинск, 2007.
2. Фатеев В. Н. Медиаобразовательные технологии в профессиональном обучении менеджеров / В. Н. Фатеев // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2010. — Т. 2. — № 6. — С. 27–34. — Режим доступа: [https://mediaznak.ucoz.ru/arhiv/2010\\_2\\_6.pdf](https://mediaznak.ucoz.ru/arhiv/2010_2_6.pdf) (дата обращения: 01.04.24).
3. Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты: становление и развитие школьной и лицейской самодеятельной

прессы во Франции / Ж. Гонне. — М., 2000.

4. Марфицына А. Р. Проектное обучение как способ формирования научно-исследовательских навыков у студентов-журналистов / А. Р. Марфицына // Наука ЮУрГУ. — Челябинск, 2020. — С. 96–100.

5. Шестеркина Л. П. Проекты совместного творчества преподавателей и студентов: от идеи до реализации: из опыта инновационного проектирования в процессе обучения студентов-журналистов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. — Челябинск, 2013.

6. Шестеркина Л. П. Инновационная модель подготовки журналистов: основные принципы построения / Л. П. Шестеркина // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н. Г. Чернышевского. — 2011. — № 6 (41). — С. 194–197.

7. Фатеева И. А. Актуальные проблемы медиаобразования / И. А. Фатеева. — Челябинск, 2015.

8. Шестеркина Л. П. Проектная журналистика и современные тенденции журналистского образования / Л. П. Шестеркина, А. Р. Марфицына // Ученые записки Забайкальского государственного университета. — 2019. —

Т. 14. — № 1. — С. 40–48.

9. Газета «Челябинский рабочий» вернулась в печать // Альянс независимых региональных издателей. — Режим доступа: <https://anri.org.ru/2020/01/27/gazeta-cheljabinskij-rabochij-vernulas-v-pechat> (дата обращения: 01.04.24).

10. Телемост журфаков России // Материалы IX Медиафорума ImPro. — Режим доступа: <https://nauka-jourcsu.ru/impro2023> (дата обращения: 01.04.24).

11. Шестеркина Л. П. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография / Л. П. Шестеркина и др.; под ред. профессора Л. П. Шестеркиной. — Челябинск: РЕКПОЛ, 2012. — 114 с.

12. Королев Е. А. Фактчекинг как основа медиаобразовательных проектов кафедры цифровых медиакоммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета / Е. А. Королев // Фактчекинг как инструмент развития медиа и современного медиаобразования. — Новосибирск, 2021. — Режим доступа: [https://nammi.ru/sites/default/files/monografiya\\_zhurn-obr-konverg.pdf](https://nammi.ru/sites/default/files/monografiya_zhurn-obr-konverg.pdf) (дата обращения: 01.04.24).

*Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого*

*Базикян С. А., кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики*

*E-mail: Stanislava83@yandex.ru*

*Yaroslav-the-Wise Novgorod State University  
Bazikyan S. A., Candidate of Philosophy, Associate Professor  
of the Journalism Department  
E-mail: Stanislava83@yandex.ru*