

Красовская Елена Витальевна (Krasovskaya Elena V.)

Белорусский государственный университет, г. Минск

## НОВЫЕ ЗАДАЧИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ГАРМОНИЗАЦИЯ ЗАПРОСОВ РАБОТОДАТЕЛЕЙ И СТУДЕНТОВ

Аннотация: в статье анализируются новые тенденции в российском и белорусском высшем образовании на примере сферы журналистского образования. Прослеживается взаимосвязь между технологической трансформацией медиаотрасли России и Беларуси и актуализацией новых профессиональных компетенций, которые могут быть приобретены студентами не только в стенах университета, но и в редакциях СМИ. На примере деятельности российских университетов по внедрению инновационных методов обучения демонстрируются перспективы высшего образования постсоветских стран и делается вывод о его готовности к удовлетворению запросов заказчиков кадров и студентов.

Abstract: the article analyses new tendencies of the Russian and Belarusian higher education on an example of the sphere of journalism education. The interdependence between the technological transformation of media branch of these countries and the process of actualization of new professional competences is followed in the article. These competences can be obtained by students not only in universities but also in editorial offices. Using the example of the activities of Russian universities in the implementation of innovative teaching methods, the prospects of higher education in post-Soviet countries are demonstrated. The author of the article concludes that the system of higher education in these countries is ready to meet the needs of customers of personnel and students.

**Ключевые слова:** высшее образование, журналистское образование, факультет журналистики, Россия, Беларусь, работодатель, редакция СМИ, студент.

**Keywords:** higher education, journalism education, journalism faculty, Russia, Belarus, employer, editorial office, student.

Сегодня проблема подготовки квалифицированных кадров в рамках системы высшего образования актуальна как никогда, особенно в условиях формирования новых запросов, которые звучат как со стороны заказчиков кадров, так и со стороны студентов, уже побывавших на практике в организациях, где им предстоит работать. Наиболее ярко запрос на высококвалифицированных специалистов выражен в медиаотрасли, для функционирования которой характерны стремительные изменения, обусловленные бурным развитием информационно-коммуникационных технологий.

Адаптация системы высшего образования к меняющимся условиям рынка труда невозможна без своевременного пересмотра учебных планов и содержания образовательных программ. И здесь важно учитывать пожелания потенциальных работодателей и студентов. «Проблема совершенствования подходов к профессионализации журналистской деятельности является одной из обсуждаемых в современном российском журналистском и академическом сообществе, – отмечают А. А. Буреев и Л. С. Макарова. – Основное направление дискуссии связано с периодически возникающими претензиями со стороны журналистов и руководителей СМИ относительно качественной составляющей подготовки студентов, обучающихся по специальности «Журналистика»: излишнее присутствие в учебных планах академических дисциплин,

недостаточный объем практики, неумение приспособиться к изменениям в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)» [2, с. 28]. И результаты социологических исследований подтверждают обоснованность этих претензий.

Так, рабочей группой факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова было проведено комплексное исследование, посвященное анализу степени вовлеченности современных журналистов в пространство «умных сервисов». Результаты исследования показали, что процесс использования автоматизированных систем уже внедрен в медийную практику. Респонденты-журналисты подтвердили важность и необходимость дополнения рабочего места современным цифровым инструментарием. При этом многие журналисты признают существование разрыва между технологическими возможностями и уровнем собственной цифровой компетентности, что мешает профессиональному развитию и тормозит ежедневные трудовые действия [3, с. 36].

В ходе исследования также были изучены образовательные программы подготовки по направлению «Журналистика», реализуемые в ведущих российских университетах. Было проанализировано содержание учебных планов, рабочих программ дисциплин, а также компетентностный портрет выпускника. В результате мониторинга подтвердилась гипотеза о серьезном разрыве между журналистским образованием и цифровыми реалиями профессиональной деятельности. Исследователи пришли к выводу, что содержание учебных планов ориентировано на привычные дисциплины и образовательные технологии, а контент программ филологоцентричен и не предлагает инновационных решений [3, с. 37].

Результаты аналогичного исследования, проведенного в Беларуси, свидетельствуют о наличии такой же проблемы: мониторинг типовых учебных планов (не актуальнее 2013 года) и перечня предлагаемых дисциплин, размещенных на официальном сайте факультета журналистики БГУ, «дает основания говорить о явном теоретическом уклоне подготовки специалистов» [5, с. 13].

Как показывают результаты белорусского социологического исследования, можно выделить следующие положения, касающиеся запроса представителей медиасообщества по отношению к базовому образованию [5, с. 13]:

- *Потребность в повышении практико-ориентированности.* Большинство респондентов отметили недостаточную связь образования с практикой, ригидность образовательных подходов, отставание от реальных изменений в медиапространстве, от мировых трендов.
- *Потребность в преодолении формализма.* Формализм отмечался в организации учебных практик, в содержательном наполнении курсов. Причиной и следствием формального отношения в образовании может быть недостаточная коммуникация между медиатеоретиками и медиапрактиками.
- *Потребность в укреплении связей в среде профессионального медиасообщества.* Есть запрос на формирование широкого сообщества «журфак – выпускники журфака» для обмена опытом и более активного привлечения успешных, заметных, добившихся творческого результата практиков к образовательному процессу.
- *Потребность в преодолении идеологического размежевания.* Разделение журналистики на «своих» и «чужих», на

государственные и негосударственные медиа сильно проявляется и в образовании: лидеры рынка в производстве контента, в охвате интернет-аудитории, такие как TUT.BY, БелаПАН и др., не привлекаются к передаче знаний, а это не способствует обучению новым технологиям, осовремениванию образования.

Несмотря на критические замечания респондентов, социолог О. Лашкевич отдает должное той работе, которая ведется на факультете журналистики: «За последнее десятилетие факультет не только открыл новые направления подготовки, такие как веб-журналистика, менеджмент СМИ, редактирование и творчество, но и усилил профильную подготовку за счет различных дисциплин специализаций, спецкурсов, творческих мастерских, образовательных проектов («Академия коммуникации»), а также запустил программы повышения квалификации («Технологии корпоративного PR» и др.)» [5, с. 13].

Анкетирование студентов, которое проводят преподаватели журналистских дисциплин в российских университетах, позволяет продемонстрировать, каков именно запрос на образование у студентов старших курсов: «С одной стороны, не может не радовать, что большинство студентов (60% опрошенных) 4-го курса отмечают: “На практике ко всему были готовы; навыков, полученных в университете, хватило для почти полноценной работы”. Однако в большей степени нас интересуют проблемы и трудности, с которыми сталкиваются студенты в профессиональной практической деятельности, расхождения в теории и практике. Анализ показывает, что основная трудность – не хватает навыков работы в современной конвергентной редакции: “На работе требуются универсальные журналисты. Мы такими не являемся”. Конкретизируя подобный вывод, студенты (а также их руководители на

практике в СМИ, работодатели) отмечают: “Не умеют быстро перестраиваться для работы в условиях мультимедийной редакции, не хватает знаний по радиожурналистике или интернет-журналистике, не умеют писать пресс-релизы”» [4, с. 645].

С. Ю. Леонтьева, автор курса «Теория и практика журналистской работы», который завершается анкетированием студентов, считает, что в сложившейся ситуации полезными для будущих выпускников могут стать «буквально пошаговые “инструкции” при написании материалов разных форматов и жанров при выполнении тех или иных редакционных заданий, что не препятствует творческому подходу» [4, с. 645]. По мнению С. Ю. Леонтьевой, важным является и преподавание практических дисциплин в общем современном контексте, в творческом сотрудничестве преподавателей, а также организация мастер-классов профессиональных журналистов, работающих в СМИ и привлекаемых к преподавательской деятельности.

Приведенные выше запросы, озвученные с обеих сторон – потенциальными заказчиками кадров и студентами старших курсов – вполне отражают тенденции развития высшего образования на постсоветском пространстве. На международной научно-практической конференции «Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия», которая состоялась на факультете журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в феврале 2019 года, представитель Министерства науки и высшего образования Российской Федерации в своем выступлении обозначил следующие тенденции развития российского высшего образования на ближайшие годы:

- *Тесная связь системы высшего образования с государственными программами информатизации и инноваций.* В данном случае речь идет о развитии дистанционного обучения и разработке наиболее востребованных на рынке образовательных программ.
- *Формирование гибких образовательных программ.* Имеются в виду легко адаптируемые под конкретную аудиторию онлайн-курсы.
- *Повышение конкурентоспособности высшего образования России на международном уровне.* Это планируется сделать за счет улучшения позиций ведущих университетов России в международных рейтинговых системах. Как показывает опыт, за успешной реализацией этого проекта, как правило, следует рост числа иностранных студентов, которые выбирают данные вузы для обучения.
- *Рост экспорта образовательных услуг.* На начальном этапе – двукратное увеличение количества иностранных студентов из дальнего зарубежья (не из стран СНГ), обучающихся в российских вузах, с последующим выходом на показатель 10% от количества всех студентов страны. Для этого предполагается создание сайтов российских университетов в доменных зонах Китая, так как у студентов из Поднебесной нет доступа к сайтам, размещенным в доменных зонах других стран.
- *Увеличение доли такой образовательной услуги вузов, как повышение квалификации.* С этой целью рекомендуется закрепить в нормативных правовых актах необходимость повышать квалификацию преподавателям вузов и журналистам не раз в пять лет, а раз в три года, что обусловлено динамичными технологическими изменениями в медиасфере.

Интересные образовательные проекты, отвечающие заявленным тенденциям развития высшего образования России, уже сегодня реализуются в некоторых университетах. Например, Южно-Уральский государственный университет, который находится в Челябинске, является «SMART-университетом, объединяющим Европу и Азию» [7, с. 47–48]: в нем учатся студенты более ста национальностей из 53 стран мира в условиях проектного обучения. Заказчиками проектов выступают предприятия региона и крупные международные компании (*Siemens, Emerson, SMS Group*), а также профессиональные ассоциации, такие как Европейская ассоциация журналистского образования.

На кафедре журналистики и массовых коммуникаций ЮУрГУ разработан новый учебный курс «VR-журналистика», в программу которого входят теоретические и практические занятия по журналистике, использующей технологии виртуальной реальности. В рамках данной дисциплины студенты изучают иммерсивную журналистику (журналистику «погружения»), когда при помощи 3D-технологий и технологий виртуальной реальности создается эффект присутствия в конкретном месте, которому посвящен журналистский материал. Кроме того, в университете создана международная научно-исследовательская VR-лаборатория, которая предназначена для проведения междисциплинарных исследований, направленных на изучение взаимодействия между конкретным СМИ и его аудиторией в условиях виртуальной реальности. Такой подход к внедрению инновационных методов обучения и научной работы ЮУрГУ следует признать весьма перспективным, так как «для российской исследовательской практики журналистика виртуальной реальности пока скорее *terra incognita*. Вместе с тем все больше медиаспециалистов увлечены идеей создания контента в



подобном формате, ведь он позволяет взаимодействовать с аудиторией намного ближе, чем любой иной предыдущий формат в СМИ» [7, с. 48].

Перспективный опыт сотрудничества с заказчиками кадров накоплен Дальневосточным федеральным университетом, который позиционирует себя как «центр подготовки кадров для медиакоммуникационной отрасли в аспекте выстраивания отношений с индустриальными партнерами – потенциальными работодателями, ведущими игроками медиарынка» [1, с. 25]. В данном университете внимание сосредоточено на двух основных направлениях работы.

Первое направление предполагает максимальную открытость образования, когда в течение учебного года представители индустрии и вуза как научно-образовательного центра подготовки отраслевых кадров собираются вместе для обсуждения профессиональных вопросов. В начале учебного года на такой встрече формируются заявки на выполнение индустриальных заказов со стороны участников медиарынка. В течение года осуществляется прохождение практики студентами в компании-заказчике, выполнение ими вместе с научными руководителями от вуза проблемного исследования согласно техническому заданию компании. В конце года – презентация результатов исследования с практическими рекомендациями по совершенствованию деятельности компании-партнера.

Как считает преподаватель Дальневосточного федерального университета Н. А. Аргылов, «подобный формат работы позволяет, с одной стороны, наладить студентам и вузу коммуникацию с потенциальными работодателями, с другой – вовлекать в формирование учебного процесса отраслевые структуры с определенными требованиями

к выпускникам, что неизбежно повлияет на повышение качества работы как обучающихся, так и обучающихся» [1, с. 26].

Второе направление – формирование учебного плана на новый учебный год с привлечением представителей профессионального сообщества: дисциплины, факультативы, кандидатуры преподавателей-«почасовиков» обсуждаются и утверждаются с учетом мнения влиятельных игроков медиаотрасли. Делается это с целью обновления содержания учебно-научного процесса в университете во взаимосвязи с технологическими нововведениями индустрии. Так вуз «откликается» на новые технологии, практикующиеся на медиапредприятиях, и компетенции, необходимые для продуктивной работы.

В Дальневосточном федеральном университете уверены, что неустойчивость коммуникационной отрасли, вызванная быстрой сменой технологических новаций и переменчивостью экономических состояний, можно компенсировать, придерживаясь следующей стратегии: регулярное обновление кадрового состава вуза, четкое распределение теоретической и практической составляющих учебного процесса должны сочетаться с усилением каждого из направлений подготовки и использованием при этом как онлайн-обучения, так и обучения на производственных площадках.

Креативные формы работы со студентами внедряются в Алтайском государственном университете: в 2018–2019 учебном году здесь был начат педагогический эксперимент, цель которого – «формирование конкурентоспособной, критически мыслящей, профессионально ориентированной личности, осознающей свою социальную ответственность перед обществом при выполнении журналистского долга» [6, с. 46–47]. Такая амбициозная цель не может быть достигнута

при изучении какой-то одной учебной дисциплины – это результат освоения всей образовательной программы, поэтому единая инновационная технология используется в рамках четырех различных дисциплин на каждом из курсов: «История зарубежной журналистики» (1 курс), «Основы журналистской деятельности» (2 курс), «Социальное проектирование» (3 курс), «Взаимодействие медиа и аудитории» (4 курс).

Как поясняет автор уникальной методики, основные принципы эксперимента – это «опора на компетентностный подход, использование инновационных методик обучения (интегральные технологии, мультимедийная проектная деятельность, дистанционные занятия (курсы), имитационное моделирование), организация работы в микрогруппах, психологическое сопровождение, внедрение в учебный процесс творческих тренингов, мониторинг интеллектуального развития каждого студента с помощью суммирующей шкалы, мотивирующей системы оценивания и самооценивания» [6, с. 47].

Педагогическая инновация заключается в формировании атмосферы «вероятностного» учебного процесса. Каждый семестр учебная дисциплина адаптируется под потребности конкретной группы студентов. Варианты самостоятельной работы студенты предлагают сами. С учетом «медийных предпочтений» для выполнения проектов формируются команды из студентов разных курсов. В зависимости от выбранного профиля работы (дизайн, тележурналистика, новые медиа и т.д.) преподавателями разрабатываются индивидуальные задания к практическим занятиям. Так студенты становятся не пассивными участниками образовательного процесса, а вовлекаются в интерактивные, дискуссионные занятия, становятся соавторами инновационной образовательной среды. Другими словами, реализуется концепция

субъект-субъектных отношений, где каждый участник может выступить и в роли «ученика», и в роли «учителя».

Перечисленные выше оригинальные методики работы, опробованные в прогрессивных российских университетах, наглядно демонстрируют, что, несмотря на появление новых запросов, как со стороны заказчиков кадров, так и со стороны студентов, система высшего образования постсоветского пространства готова их удовлетворить. И делать это оперативно, гибко и в соответствии со спецификой медиарынка конкретного региона.

### **Список литературы**

1. Аргылов, Н. А. Процессы подготовки кадров для медиакоммуникационной отрасли на российском Дальнем Востоке / Н. А. Аргылов // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 6–8 февр. 2020 г. – М. : Фак. журн. МГУ, 2020. – С. 25–26.
2. Буреев, А. А. Практические аспекты формирования основных образовательных программ по направлению «Журналистика» / А. А. Буреев, Л. С. Макарова // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 6–8 февр. 2020 г. – М. : Фак. журн. МГУ, 2020. – С. 28–29.
3. Крашенинникова, М. А. Цифровые сервисы и журналистское образование: преодолевая разрыв / М. А. Крашенинникова, М. М. Лукина, Н. А. Цынарёва // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 6–8 февр. 2020 г. – М. : Фак. журн. МГУ, 2020. – С. 36–37.

4. Леонтьева, С. Ю. Требуется универсальные журналисты / С. Ю. Леонтьева // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 6–8 февр. 2019 г. – М. : Фак. журн. МГУ, 2019. – С. 645
5. Тенденции и перспективы образования для медиа в контексте актуальных вызовов и запросов : краткий обзор результатов исследования / подгот. О. Лашкевич – Минск : ИВВ, 2019. – 17 с.
6. Чутчева, А. В. «Вероятностная педагогика» как технология формирования профессиональных компетенций у студентов-журналистов / А. В. Чутчева // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 6–8 февр. 2020 г. – М. : Фак. журн. МГУ, 2020. – С. 46–47.
7. Шестеркина, Л. П. Международная научно-исследовательская лаборатория виртуальной реальности в образовательном процессе на факультете журналистики УЮрГУ / Л. П. Шестеркина, А. В. Красавина // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 6–8 февр. 2020 г. – М. : Фак. журн. МГУ, 2020. – С. 47–49.