

Специфика подготовки конвергентных журналистов в рамках студенческих СМИ*

Ким М. Н.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация; kim-mn@ranepa.ru

РЕФЕРАТ

В статье рассматриваются особенности подготовки конвергентных журналистов в рамках студенческих СМИ. С этой целью были изучены основные типологические характеристики студенческих СМИ, выявлено их влияние на формирование профессиональных компетенций у студентов, рассмотрены принципы и методы организации работы редакций студенческих СМИ, наконец, процесс их объединения в конвергентную редакцию «ФСТ-медиа». В ходе исследования было проведено интервью с экспертным сообществом об особенностях подготовки конвергентных журналистов, а также контент-анализ содержания студенческих СМИ с точки зрения их корреляции с информационными запросами молодежной аудитории. По мнению автора, создание объединенной редакции «ФСТ-медиа» стало возможным только благодаря основному принципу подготовки будущих журналистов: от узкой специализации к универсализму.

Ключевые слова: конвергенция, редакция, СМИ, радио, телевидение, газета, специализация, универсализм

Для цитирования: Ким М. Н. Специфика подготовки конвергентных журналистов в рамках студенческих СМИ // Управленческое консультирование. 2024. № 4. С. 125–135.

Specifics of Training Convergent Journalists Within Student's Media

Maxim N. Kim

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management of RANEPa), Saint Petersburg, Russian Federation; kim-mn@ranepa.ru

ABSTRACT

In the article the author examines the features of training convergent journalists within student's media. For this purpose, the main typological characteristics of student's media were studied, the influence of student's media on the formation of professional competencies among students was revealed, the principles and methods of organizing the work of student media editorial offices were considered, and finally, the process of their unification into the convergent editorial office of FST-media was studied. During this research an expert interview was conducted with the expert community about the features of training convergent journalists, and also a content-analysis of the content of student's media in terms of their correlation with the information demand thanks to the basic principle of training future journalists, from narrow specialization to universalism.

Keywords: convergence, editorial, media, radio, television, newspaper, specialization, universalism

For citing: Kim M. N. Specifics of Training Convergent Journalists within Student's Media // Administrative consulting. 2024. N 4. P. 125–135.

¹ Исследование выполнено в рамках НИР ЕГИСУ_НИОКТР № 122112800092-6 от 28.11.2022.

Введение

Целью настоящего исследования является изучение функционирования студенческих СМИ Северо-Западного института управления РАНХиГС (СЗИУ РАНХиГС), к которым мы отнесем газету «Просто», «Радио Президентской Академии» и «Цветное ТВ», а также их влияние на формирование профессиональных компетенций у студентов направления подготовки 42.03.02 «Журналистика».

Для достижения необходимых результатов в данной работе использован метод интервью и контент-анализ. В ходе исследования нас интересовали следующие вопросы:

- определение основных типологических характеристик и функций студенческих СМИ;
- выявление особенностей влияния студенческих СМИ на формирование профессиональных компетенций у студентов;
- изучение основных принципов организации объединенной студенческой редакции «ФСТ-медиа»;
- определение основных информационных запросов студенческой аудитории.

Студенческие СМИ факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС газета «Просто», «Радио Президентской Академии» и «Цветное ТВ» изначально задумывались как часть учебного процесса. На начальном пути их становления предполагалось, что студенты будут не только работать над конкретными медийными проектами, но и в течение всех лет обучения по направлению подготовки «Журналистика» осваивать профессиональные компетенции по различным журналистским специализациям: газета, радио и телевидение. При этом на кафедре журналистики и медиакоммуникаций мы придерживались курса на подготовку универсальных журналистов, которые могли бы работать в конвергентных редакциях. Но не было ли здесь противоречия? С одной стороны, студенты были ориентированы на узкую специализацию, а с другой — на создание мультимедийных продуктов, подразумевающих владение универсальными навыками и умениями.

В данном случае преподаватели кафедры журналистики и медиакоммуникаций исходили из следующей позиции: подготовка универсального журналиста невозможна без овладения студентами специализированных профессиональных компетенций. Поэтому весь учебный план выстроен таким образом, чтобы на различных этапах студенты учились вначале создавать газету (1–2 семестр), потом занимались выпуском радиодной передачи (3–4 семестр), а затем отрабатывали навыки работы на телевидении (5–6 семестр). Чтобы овладение теми или иными профессиональными компетенциями проходило не только на теоретическом, но и на практическом уровне, и была создана так называемая триада СМИ: газета «Просто», «Радио Президентской Академии» и «Цветное ТВ», на основе которых со временем образовалась объединенная редакция «ФСТ-медиа».

Для «запуска» студенческих СМИ нужно было для начала выработать типологическую модель. В данном случае на кафедре журналистики и медиакоммуникаций исходили из двух позиций: с одной стороны, это должны быть корпоративные внутривузовские СМИ, целью которых было бы освещение жизни факультета и института во всех ее тематических спектрах, а с другой — своеобразная творческая площадка, где студенты могли бы создавать конкретные медийные проекты на протяжении всего образовательного процесса. Первая модель внутривузовских СМИ, как считают ученые [1; 3; 5], предполагает следующие типотформирующие признаки:

- учредитель СМИ;
- цели и задачи студенческих СМИ;
- основные функции внутривузовских СМИ;

- разновидности студенческих СМИ;
- авторский состав;
- аудитория СМИ.

В качестве учредителя студенческих СМИ выступил факультет социальных технологий (ФСТ) Северо-Западного института управления РАНХиГС. И это было вполне оправданно, так как вся материально-техническая база концентрировалась в данном подразделении. К тому же студенты направления «Журналистика» обучались именно на этом факультете. Студенческие медиа, будучи прообразом взрослых корпоративных СМИ [6], были ориентированы на поддержание общих вузовских традиций и ценностей, корпоративной культуры и духа, а также стали одним из ретрансляторов актуальной информации о деятельности вуза в целом. В этом смысле к основным целям студенческих СМИ можно отнести налаживание вертикальных и горизонтальных связей между администрацией вуза, педагогическим составом и студенческим контингентом; установление эффективной коммуникации между различными подразделениями института; поддержание и развитие диалоговых отношений между участниками всей вузовской корпорации, наконец, инструментом продвижения образовательных программ среди абитуриентов. Именно исходя из этих целей в прошлом и настоящем формировалась информационная политика и тематическая модель студенческих СМИ. Таким образом, они стали частью единого информационного поля Института, распространяя во внутренней и внешней среде достоверную, оперативную и актуальную информацию о деятельности Института, Студенческого совета СЗИУ РАНХиГС и студенческих советов факультетов.

Но на этом основные цели и функции студенческих медиа не ограничивались. Будучи включенными в учебный процесс, они должны были всячески способствовать раскрытию творческого потенциала будущих журналистов, развитию их профессиональных умений и навыков, овладению инструментами создания разнообразного медийного продукта, наконец, формированию определенных компетенций, востребованных в медийной среде. Поставив перед собой такие цели, кафедра журналистики и медиакоммуникаций совместно с администрацией вуза стала создавать материально-техническую базу для обучения будущих журналистов, чтобы сформировать для студентов все условия современного медиапроизводства. Сегодня на факультете существует собственная радиостудия «Радио Президентской Академии»; телевизионная студия, оснащенная самым современным оборудованием; редакция газеты «Просто». Именно это и позволило создать в рамках вуза своеобразную лабораторию по формированию профессиональных компетенций.

Работа редакции газеты «Просто»

Работая в газете «Просто», студенты приобретают навыки корреспондента, редактора, верстальщика, фотографа. Чтобы стать полноценными сотрудниками редакции «Просто», все студенты пробуют свои силы в рамках учебных занятий по дисциплине «Профессиональные творческие студии», занимаясь выпуском газеты под руководством преподавателя. Таким образом достигается стопроцентное участие каждого студента в выпуске учебной газеты. При этом специальные тематические номера могут называться по-разному. Главное, чтобы студенты попробовали свои силы на всех стадиях работы по выпуску газеты, начиная от выработки ее концепции и заканчивая тематическим и графическим моделированием издания. В ходе учебных занятий учащиеся приобретают практические навыки написания материалов в различных жанрах журналистики, создания макета издания, дальнейшей верстки и многое другое. Таким образом они нарабатывают практический опыт индивидуальной и коллективной работы над выпуском издания.

На формирование каких профессиональных компетенций нацелена работа студентов в рамках подготовки учебной газеты?

Вот как ответили на данный вопрос преподаватели кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

И. В. Ерыкалова, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций: «Приступая к очередному выпуску учебной газеты, мы со студентами начинаем с разработки ее содержательно-тематической концепции, относительно которой в дальнейшем будут придуманы авторские страницы, колонки и рубрики, а также вся изобразительно-графическая модель издания. В формировании концепции газеты, как правило, участвует вся учебная группа. Во время обсуждения могут прозвучать самые разные предложения и идеи. Поэтому очень важно, чтобы в группе царила свободная и доброжелательная атмосфера. Когда концепция придумана, уже исходя из нее, студенты сами распределяют между собой творческие задания и назначают сроки сдачи материалов. Важным моментом является выработка четких критериев и требований к журналистским материалам. Всю координационную работу обеспечивает редактор газеты, которого студенты выбирают сами. В ходе работы над изданием все учащиеся включены во все производственные этапы по выпуску издания — это и сбор материалов, и работа с различными источниками информации, и редакция статей, и верстка самого издания. Так как выпуск газеты носит учебный характер, здесь возможны не только перераспределения редакционных обязанностей (ведь нам важно, чтобы каждый студент нашел свой функционал по своим способностям и желанию), но и замена тематических рубрик, страниц. Такая гибкость и творческая свобода дает ребятам раскрыть свой творческий потенциал, попробовать силы при исполнении разных редакционных обязанностей, что в целом и позволяет нам готовить не узкоспециализированных, а универсальных журналистов».

Е. М. Пак, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций: «Одной из важнейших составляющих творческой работы журналистов является владение журналистскими жанрами. Жанр — лишь верхушка айсберга. Чтобы написать материал в той или иной жанровой форме, журналисту нужно для начала научиться работать с различными источниками информации, освоить методы сбора и анализа информации, а только потом на основе собранного материала садиться за написание текста. Зная, что мы готовим конвергентных журналистов, знакомлю студентов не только с печатными жанрами журналистики, но и с электронными».

Е. С. Шаурова, старший преподаватель кафедры журналистики и медиакоммуникаций: «На конечном этапе по выпуску газеты группа ребят, входящих в состав редакционного секретариата (верстальщик, бильд-редактор, фотограф), приступают к макетированию издания. Параметры и формат газеты задаются гибко. Они могут верстать в форматах А4 или А5, а объем может составить от 6 до 12 полос. При этом мы разрешаем студентам искать новые формы и различные графические решения. С основами верстки газеты студенты знакомятся в ходе освоения таких учебных дисциплин, как „Компьютерный дизайн“, „Компьютерное редактирование“, „Компьютерный набор, верстка и редактирование“. На практических же занятиях они оттачивают свои профессиональные навыки и умения. На данном этапе они занимаются обработкой фотографий, верстают тематические полосы и рубрики, придумывают инфографику, наконец, готовят не только печатную, но и электронную версию газеты, которая вывешивается на сайте факультета и на различных страницах в социальных сетях».

По мнению наших респондентов, именно в ходе подготовки учебной газеты студенты кафедры журналистики и медиакоммуникаций не только знакомятся со всеми творчески-производственными этапами подготовки издания в свет, но и сами принимают деятельное участие в создании конечного медийного продукта. Именно в хо-

де такой работы педагоги выявляют способности каждого студента, их склонности и интересы, наконец, их потенциальные возможности в различных видах журналистской деятельности. Важно и то, что, работая над выпуском учебного издания, студенты учатся взаимодействовать в одном творческом коллективе, решать общие редакционные задания, координировать свои действия с коллегами по редакции, наконец, планировать и управлять всеми редакционными процессами. Так как работа над газетой носит комплексный характер, в данном случае студенты реально включены в авторскую, редакторскую, организационную деятельность. И здесь, по мнению наших респондентов, важно, чтобы каждый студент попробовал свои силы в различных ипостасях, не забывая при этом о поиске своей профессиональной специализации. Благодаря именно такому подходу кто-то в дальнейшем найдет себя в дизайне, кто-то — в фотографии, кто-то — в авторской деятельности, а кто-то — в редакторской. И здесь, как мы считаем, для универсального журналиста важно не только уметь пользоваться всеми техническими инструментами, но и знать современные медийные технологии. Все это вкупе и позволяет кафедре журналистики и медиакоммуникаций готовить универсальных журналистов, которые наиболее востребованы на практике. Работая в рамках студенческой редакции, студенты учатся быть взаимозаменяемыми, но при этом быть специалистами в какой-то одной избранной ими области. Знание же методов и технологий работы в смежных областях позволяет им быть более универсальными журналистами.

В дальнейшем наиболее подготовленные студенты по рекомендации педагога могут уже войти в состав студенческой редакции «Просто», где они могут работать на постоянной основе или же проходить свою учебно-производственную практику.

О деятельности редакции «Радио Президентской Академии»

Вторым по значимости медиапроектом стало для кафедры журналистики и медиакоммуникаций «Радио Президентской Академии». Его создание стало возможным после открытия в 2015 г. радиийной студии с профессиональным оборудованием. Студенты сразу проявили большой интерес к этому каналу распространения информации по нескольким причинам. Во-первых, в их распоряжении появилось новое техническое радиийное оборудование, собственная радиостудия, где можно было производить очень качественные передачи и подкасты. Во-вторых, с помощью данных технологий можно было расширить свои профессиональные компетенции и приобрести навыки работы на современных радиостанциях. В-третьих, появление студенческого радио стало еще одним шагом на пути подготовки универсальных (конвергентных) журналистов.

Создавая «Радио Президентской Академии», мы сразу задумались о его типологических характеристиках. И здесь снова преподаватели и студенты кафедры журналистики и медиакоммуникаций встали перед дилеммой: с одной стороны, им нужно было ориентироваться на информационные запросы молодежной аудитории, а с другой — так же, как и в газете «Просто», реализовывать корпоративные цели и задачи вуза. Надо отдать должное администрации факультета, предоставившей студентам полную свободу в формировании информационной политики студенческого радио, не вмешиваясь в их редакционную политику. Поэтому передачи студенческого радио вполне удовлетворяют и информационные запросы его основной аудитории — студенчества, и корпоративные интересы его учредителей, приобщая учащихся к вузовским ценностям и корпоративной культуре.

Исходя из этих основных типологических характеристик [2] и формировался разговорно-познавательный формат студенческого радио, его содержательно-тематическая направленность и жанровое разнообразие. По объему и времени вещания «Радио Президентской Академии» имеет очень гибкий характер, так как все пере-

дачи размещаются в сети Интернет, где слушатели могут в любое время суток обратиться к любой радишной программе. Отсюда ставка делается больше не на информационные жанры журналистики, а на разговорно-аналитические: беседу, интервью, обзор, рассуждение, комментарий и т. д.

В ходе нашего контент-анализа были выявлены наиболее частотные передачи:

- «Про музыку» — беседы с реальными музыкантами и музыкальные обзоры — 65%;
- «Новейшее будущее сегодня» — о новых компьютерных технологиях — 60%;
- «Представь, ты взрослый» — о событиях, которые могут произойти с каждым — 57%;
- «Среди искусства» — об известных художниках и их работах — 52%;
- «Слушай сюда» — беседы на психологические темы — 45%;
- «Специальный репортаж» — о самых различных событиях — 43%.

Каково же место «Радио Президентской Академии» в структуре учебного процесса и в системе студенческого СМИ в целом?

Благодаря радишной студии преподавателям стало намного легче мотивировать студентов на освоение технических навыков работы с звукозаписывающим оборудованием и его компьютерным обеспечением при монтаже аудиофайлов.

Подготовкой передач на «Радио Президентской Академии» занимается отдельно созданная студенческая редакция, где, как и в газете, четко распределены функциональные обязанности главного редактора, шеф-редактора, выпускающего редактора, корреспондента, автора тематической рубрики, звукорежиссера, звукомонтажера и т. д. Данные специализации могут расширяться и обновляться, исходя из реальных потребностей редакции. Здесь главное, чтобы студенты попробовали свои силы в разных ролях и могли бы раскрыть и развить свои творческие способности.

Редакция «Радио Президентской Академии», как правило, сама формирует концептуально-тематическую модель своих радиoproграмм. В данном случае студенты исходят, с одной стороны, из реальных информационных интересов и потребностей своей аудитории, а с другой — из корпоративных вузовских целей и задач.

Здесь, как и в газете «Просто», налажен четкий производственно-творческий процесс. Студенты сами участвуют во всех этапах создания радишной передач: начиная от сбора и анализа информации и кончая монтажом конечного продукта. Преподаватели кафедры журналистики и медиакоммуникаций выступают здесь только в качестве играющих тренеров. Они могут проконсультировать студентов по поводу композиционного построения программы, дать оценку сценария выпуска, помочь в жанровом наполнении передачи, наконец, проанализировать сами выпуски. Техническое обслуживание осуществляется за счет сотрудников учебного медиацентра ФСТ. Именно под их руководством идет студийная запись и дальнейшая ее обработка. За годы существования «Радио Президентской Академии» состав редакции стал делиться на три уровня: новички, «подготовленные» и «продвинутые». Каждому представителю той или иной группы выдается символический значок. Поэтому у сотрудников студенческой редакции есть дополнительный стимул для развития. Такой подход важен и для образовательного процесса, так как в данном случае используются активные методы освоения студентами теоретических и практических навыков работы на радио. Критерием достижения тех или иных результатов как раз и является конкретный медийный продукт, который оценивается не только преподавателями, но и слушателями.

В тематическом плане редакция ориентирована на всестороннее освещение вузовских событий по трем тематическим блокам: общие академические, институтские и факультетские события. Но ставку студенческая редакция делает все-таки не на оперативное освещение новостей (в данном случае позиция редакции вполне оправдана, так как «Радио Президентской Академии» не является эфирным

продуктом), а на обзорное информирование, где в большей степени акцент делается на подробности и детали.

Основным же медийным продуктом являются радиийные подкасты [4], которые сегодня наиболее популярны среди студенческой молодежи. Почему студенты сделали акцент именно на данной форме презентации радиийной информации?

Вот какими мнениями поделились респонденты в ходе нашего опроса.

«В отличие от эфирных радиостанций, наше радио в основном представлено в Интернете. Поэтому для нас подкаст не только самая удобная, но и эффективная форма передачи информации. Почему? Во-первых, наши передачи студенты могут прослушать в любое время суток. Во-вторых, с технической точки зрения наши слушатели не зависят от какого-либо проводного соединения с каким-либо носителем. Достаточно наличия одного Wi-Fi, чтобы студенты могли выйти на связь с нашей радиостанцией. В-третьих, наша база подкастов может постоянно пополняться и обогащаться новыми авторскими программами и передачами».

«Подкаст — это наиболее гибкий способ передачи информации в любой жанровой форме и тематике, где авторы могут не ограничивать себя строгим регламентом эфирного времени, а также экспериментировать и придумывать интересные „фишки“ при монтаже, где приветствуется креативность при разработке темы передачи, предоставляются широкие возможности и для раскрытия собственного творческого потенциала. Все это, видимо, и привлекает студентов при подготовке аудиоподкастов».

«В последнее время некоторые наши радиийные подкасты стали выходить в аудиовизуальном формате. Это стало возможным за счет установления в радиорубке видеокамеры. Так мы не только расширили наши творческие возможности при подготовке передач, но обогатили наши подкасты интересным видеорядом. Как показывает опыт, за данным форматом — будущее. Поэтому наши студенты всячески осваивают данную технологию. Благодаря этому на смену однотипным подкастам пришли новые, а главное, появилась возможность показа наших радиоведущих и их гостей вживую».

Как видим, подкастинговое вещание вполне прижилось на «Радио Президентской академии». Оно стало вполне самостоятельной формой передачи информации по Интернету, сняв многие технические вопросы, связанные с организацией эфирного вещания. Для решения образовательных задач оказалось вполне достаточно, чтобы студенты смогли включиться в подготовку радиийных передач по любой теме и жанровой форме.

Сегодня подкастинговые передачи имеют самый широкий тематический диапазон — это и культура, и музыка, и кино, и литература, и искусство и т.д. Каждая из таких программ выполняет разные функции: просветительские, информационные, развлекательные и др. Единственное, что объединяет все эти разнородные передачи, — их познавательный характер. И в этом нет ничего удивительного, так как студенты — народ любознательный.

Что же касается жанрового разнообразия передач, то здесь, как показывают результаты нашего контент-анализа, соотношение носит следующий характер:

- 10% посвящено информации;
- 50% — различного рода обзорам;
- 20% — интервью;
- 15% — документально-художественным жанрам, среди которых особое место занимают портретные зарисовки.

Отметим и другую важную составляющую: на «Радио Президентской Академии» полностью отсутствует реклама, если только не считать таковой сам выход данного медиапродукта, который является одной из очень сильных имиджевых составляющих кафедры журналистики и медиакommunikаций.

Доля музыкальных передач минимальна — до 5%. Но и в этом случае студенты предпочитают выпускать музыкальные обзоры. Связано это, видимо, с тем, что доля музыкально-развлекательных программ в отечественном, да и в зарубежном радиовещании составляет более 90%. Нет никакого смысла конкурировать с эфирными радиостанциями, выходящими на FM-диапазоне. Поэтому на «Радио Президентской Академии» акцент делается больше на разговорные жанры, благодаря которым студенты отрабатывают свои коммуникативные способности.

«Тележурналистика» и «Цветное ТВ»

Основным профилем обучения по направлению подготовки «Журналистика» является «Тележурналистика». Поэтому изначально все усилия кафедры были нацелены не только на учебно-методическое обеспечение деятельности студенческого «Цветного ТВ», но и на его материально-техническое оснащение. За 12 лет существования кафедры журналистики и медиакоммуникаций РАНХиГС в вузе созданы все условия для подготовки будущих тележурналистов. В отличие от профессиональных ТВ-студий студенческая редакция «Цветного ТВ» не представляет собой вещательного канала. Все свои творческие медийные работы студенты выкладывают в социальных сетях, что в принципе позволяет им выходить на свою целевую аудиторию. Редакция «Цветного ТВ» базируется прямо на факультете. Здесь имеется своя студия, монтажная аудитория с современным компьютерным оборудованием, наконец, режиссерская комната, откуда будущие журналисты могут вести свои прямые эфиры на различных социальных платформах. Как и все другие виды студенческих СМИ, созданные при содействии кафедры журналистики и медиакоммуникаций, «Цветное ТВ» выполняет самые разнообразные функции: информационные, культурно-просветительские, интегративные и развлекательные.

По результатам нашего контент-анализа можно отметить, что более 60% журналистских материалов посвящено вузовским событиям и мероприятиям. При этом тематическая направленность данных передач, язык и стилистика их подачи, формы презентации информации и многое другое полностью соответствуют информационным ожиданиям и потребностям студенческой аудитории. При освещении событий репортеры «Цветного ТВ» больше внимания уделяют не официальным вузовским мероприятиям (их доля в структуре передач составляет более 30%), а студенческим (70%). О чем это говорит? Прежде всего о том, что основным объектом отображения в «Цветном ТВ» выступает жизнь самих студентов.

Львиную долю передач на «Цветном ТВ» занимают культурно-просветительские и развлекательные. В соотношении с информационными материалами их доля составляет почти 80%. И здесь мы можем отметить, что студенческое «Цветное ТВ» — это не просто средство распространения массовой информации, но и определенный вид современного искусства, так как в своих работах студенты широко используют самые разнообразные художественные приемы отражения действительности, постоянно экспериментируют с новыми формами презентации информации, наконец, наиболее предпочтительными объектами освещения выступают для них знаковые события в мире искусства и культуры, новые театральные постановки и премьеры художественных фильмов, литература и т. д.

Если же сопоставить в процентном соотношении культурно-просветительские и развлекательные материалы, то в данном случае они представлены в равных долях, что в принципе говорит об особой популярности данных тем среди студенческой молодежи.

Особое значение для «Цветного ТВ» имеет интегративная функция. Почему? Создателями всех телевизионных программ являются сами студенты направления подготовки «Журналистика» и поэтому для них важно посредством своих телевизи-

онных передач создать у аудитории чувство сопричастности ко всему тому, что происходит на экране. Поэтому проблемы совместного сосуществования, объединения студентов общими интересами, открытое обсуждение наиболее важных тем студенческой жизни и многое другое — все эти моменты невозможны без реализации интегративной функции, которая реализуется во многом благодаря социальным сетям. Именно здесь студенты делятся своими мнениями по поводу тех или иных телевизионных сюжетов, обсуждают свои насущные проблемы, предлагают темы для будущих материалов, влияя таким образом на саму информационную повестку «Цветного ТВ».

О деятельности «ФСТ-медиа»

С 2022 г. на факультете социальных технологий РАНХиГС была создана объединенная редакция студенческих СМИ «ФСТ-медиа». Так, под эгидой учебного медиацентра стали функционировать две редакции — радиийная и телевизионная. Именно благодаря этому стал возможным, допустим выпуск радиийных подкастов с хорошим видеорядом. Благодаря такому объединению студенты получили возможность на практике осваивать новые профессиональные компетенции. Те, кто работают на «Радио Президентской академии», стали осваивать азы телевизионной журналистики, а те, кто на радио, — телевизионные. Именно освоение различных журналистских специализаций, таких как оператор, звукорежиссер, продюсер, сценарист, диджей, телеведущий, монтажер и т. д. позволяет не только развивать у обучающихся разностороннее творческое мышление, но и делать их конвергентными журналистами.

Особняком от всех этих конвергентных процессов стояла редакция газеты «Просто», так как в ней, как правило, работали лишь те, кто склонен был заниматься только газетной журналистикой. Но современная практика показывает, что без овладения мультимедийными технологиями традиционным газетным изданиям просто не выжить. Сегодня мы видим, как ведущие городские издания, например «Петербургский дневник», активно размещают на своих электронных ресурсах не только текстовую, но и аудиовизуальную информацию. Исходя именно из этих тенденций, в 2024 г. на факультете социальных технологий было принято решение о вхождении газеты «Просто» в объединенную редакцию «ФСТ медиа» под уже новым названием: «Просто ФСТ медиа».

Так под одной крышей учебного медиацентра (УМЦ) оказались все три редакции наших студенческих СМИ. В данный переходный период сотрудники УМЦ решили полностью сохранить структуру редакции, одновременно внедряя в нее новые элементы управления, перспективного и тематического планирования, а также разные формы внутри редакционных взаимодействий.

Как видим, конвергенция студенческих СМИ стала возможной только благодаря всему предшествующему опыту, где мы активно готовили студентов по принципу: от углубленной журналистской специализации — к универсализму.

Благодаря проведенному нами исследованию мы пришли к следующим результатам:

- 1) создание на базе учебного медиацентра факультета социальных технологий студенческих СМИ четко было увязано с Учебным планом по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»;
- 2) по своим типологическим признакам наши студенческие СМИ относятся к корпоративным;
- 3) функционирование студенческих СМИ: газеты «Просто», «Радио «Президентская Академия» и «Цветное ТВ» способствовало формированию профессиональных компетенций у студентов направления подготовки «Журналистика»;

- 4) в зависимости от работы студентов в той или иной студенческой редакции они осваивали соответствующие профессиональные компетенции;
- 5) подготовка будущих журналистов по принципу «от специализации к универсализму» позволила на базе студенческих СМИ создать объединенную редакцию «ФСТ медиа».

Заключение

Таким образом, в ходе исследования были выявлены основные типологические характеристики студенческих СМИ факультета социальных технологий РАНХиГС Санкт-Петербург. Несмотря на то, что по своей сути они являются корпоративными внутривузовскими СМИ, основной целью которых является освещение жизни факультета и института во всех ее тематических спектрах, они стали неотъемлемой частью учебного процесса. Учебный план по направлению подготовки журналистов выстроен на кафедре журналистики и медиакоммуникаций таким образом, что студенты на разных этапах своего обучения осваивают профессиональные навыки и умения работы в различных медийных отраслях: в газете, на радио и телевидении. Именно такой подход: от узкой специализации к универсализму, позволил со временем создать на базе учебного медиацентра (УМЦ) объединенную редакцию студенческих СМИ.

Литература

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск, 1985.
2. Быкова М. В. Образовательные возможности современного университетского радио и проблемы их реализации // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2013. С. 171–180.
3. Геворгян А. А. Молодежные внутривузовские СМИ как типологический, медиаобразовательный и медиакоммуникативный феномен в контексте развития эффективной медиасреды вуза // Автореф. канд. филолог. наук. Воронеж, 2022.
4. Герасименко А. С. Радио в сети Internet и подкастинг. Создание собственного подкастинга и радиостанции в сети Internet. М., 2007.
5. Колесникова А. В. Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания // Автореф. канд. филолог. наук. Тольятти, 2011.
6. Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы. М., 2005.

Об авторе:

Ким Максим Николаевич, заведующий кафедрой журналистики и медикоммуникаций Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), доктор филологических наук, доцент; kim-mn@ranepa.ru

References

1. Akopov A. Methodology for typological research of periodicals. Irkutsk, 1985. (In Russ.)
5. Bykova M. Educational opportunities of modern university radio and problems of their implementation // Scientific vedomosti of the Belgorod State University. [Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta]. Ser.: Humanities. 2013. P. 171–180. (In Russ.)
2. Gevorgyan A. Youth intra-university media as a typological, media educational and media communication phenomenon in the context of the development of an effective university media environment // PhD report. Voronezh, 2022. (In Russ.)
4. Gerasimenko A. Radio on the Internet and podcasting. Creating your own podcasting and radio station on the Internet. Moscow, 2007. (In Russ.)

6. *Kolesnikova A. V.* Typological characteristics of modern student radio broadcasting // PhD report. Togliatti, 2011. (In Russ.)
7. *Murzin D.* The phenomenon of corporate press. Moscow, 2005. (In Russ.)

About the author:

Maxim N. Kim, Head of the Chair of journalism and media communication of North-West Institute of Management of RANEPА (Saint Petersburg, Russian Federation), Doctor of Science (Philology Sciences), docent; kim-mn@ranepa.ru