

# Проблемы теории журналистики

---

Н.Я. Макарова, В.И. Ярных

## МАГИСТЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ ПО ЖУРНАЛИСТИКЕ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Статья посвящена развитию магистерских программ в РГГУ по направлению подготовки «Журналистика». В условиях современной медиасистемы стираются границы между коммуникационными направлениями подготовки. Магистерские программы рассматриваются как возможный способ формирования профессиональной идентичности.

*Ключевые слова:* медиаобразование, магистерские программы, профессиональная идентичность, компетентностный подход, медиакоммуникации.

2015 год станет знаменательным для российской высшей школы. В этом году российские вузы осуществляют массовый выпуск студентов-бакалавров. По данным информационно-аналитического отдела Учебного управления РГГУ, в 2014/15 уч. г. по всем формам обучения планируется выпустить 1005 бакалавров, 969 специалистов, 189 магистров. Это станет первой серьезной проверкой на прочность двухуровневой системы подготовки, которая стала обязательной для всех российских вузов в 2009 г. Во-первых, это серьезный вызов отечественному рынку труда. Работодатели и российская экономика, особенно ее индустриальный сектор, до сегодняшнего момента были ориентированы на студентов с дипломами специалиста. Впервые рынок труда будет активно заполнен бакалаврами. Ранее российский рынок труда взаимодействовал с бакалаврами, но это не носило массового характера. Работодатель, относящийся с опаской и недоверием к бакалаврам, теперь столкнется с ними лицом к лицу.

Во-вторых, это вызов российским магистерским программам. Магистратура стала неотъемлемой частью современной высшей

школы, но до настоящего времени вузы были больше заинтересованы в студентах-магистрантах, чем сами студенты – в получении магистерской степени. Как правило, выпускники, получившие диплом специалиста, не рассматривали обучение в магистратуре как продолжение своей образовательной траектории. В европейских странах количество желающих получить степень магистра на порядок выше, чем в России, но это положение дел сохранялось до приемной кампании 2015 г.

В 2015 г. ситуация изменится кардинально. Бакалавры будут активно рассматривать магистратуру для продолжения своего образования. Экономический кризис (увеличение уровня безработицы, снижение уровня заработной платы, замедление стратегического развития некоторых отраслей) лишь повысит интерес к дальнейшему обучению, причем не только у бакалавров, но и у студентов-специалистов. По данным отраслевых агентств, 25 % штата российских СМИ уволены в конце 2014 – начале 2015 г.<sup>1</sup>

По оценкам экспертов, в 2015/16 уч. г. количество студентов-магистрантов возрастет ориентировочно на 30 %. В 2015 г. Министерство образования и науки РФ увеличило общий объем контрольных цифр приема по программам магистратуры на 19% относительно показателей 2014 г. Безусловно, существенно увеличится количество студентов-магистрантов, обучающихся на договорной основе. В табл. 1 представлены данные по контрольным цифрам приема в магистратуру ведущих вузов Москвы в ходе приемных кампаний 2014 и 2015 гг. Табл. 2 отражает данные по бюджетным местам в магистратуру этих же учебных заведений по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика»<sup>2</sup>.

Таблица 1

Высшее учебное заведение	Контрольные цифры приема в 2014 г.	Контрольные цифры приема в 2015 г.
РГУ	260	346
РУДН	436	654
МПГУ	590	940
МГУП им. Ивана Федорова	Нет данных	63
РГСУ	155	270
МГЛУ	107	367
МГГУ им. М.А. Шолохова	203	230

Таблица 2

Высшее учебное заведение	Контрольные цифры приема в 2014 г.	Контрольные цифры приема в 2015 г.
РГУ	13	11
РУДН	16	18
МПУ	11	10
МГУП им. Ивана Федорова	Нет данных	8
РГСУ	0	0
МГЛУ	0	10
МГУ им. М.А. Шолохова	10	11

За время своего существования в современной России магистратура как вторая ступень высшего образования накопила немало опыта и в свой роковой час готова предложить большое количество конкурентоспособных образовательных программ. Университеты, развивая магистерские программы, решают сразу несколько стратегических задач: развивают научно-педагогический и творческий потенциал, апробируют механизмы сотрудничества факультетов и кафедр, содействуют распространению междисциплинарных подходов, активно интегрируют работодателей в образовательную среду, повышают привлекательность учебных заведений среди абитуриентов.

В современной России магистерские программы начали создаваться примерно 10 лет назад. Это было отражением общемировой тенденции, направленной на унификацию программ и дипломов высшего образования. Первая магистерская программа была открыта в РГУ в 2005 г., сегодня университет предлагает 93 образовательные программы по 28 направлениям подготовки.

К настоящему времени в России сформировалось два типа магистерских программ: научно-исследовательского профиля и практико-ориентированного профиля. Программы научно-исследовательского профиля акцентированы на формировании компетенций, позволяющих магистранту строить свою карьеру в сфере фундаментальных наук, научной и научно-методической среде. Программы практико-ориентированного профиля направлены на подготовку высококвалифицированных кадров для социальных наук, прикладных направлений подготовки, топ-менеджеров. К практико-ориентированным программам относятся магистратуры по творческим направлениям подготовки.

Образовательная концепция магистерских программ факультета журналистики РГГУ базируется на сочетании двух типов программ, что позволяет отвечать запросам разной целевой аудитории. В настоящее время на факультете реализуются четыре магистерские программы: «Историко-культурная публицистика в современных СМИ» (открыта в 2011 г., с 2015 г. новое название программы – «Современная медиапублицистика»), «Международная журналистика», «Медиариторика» (открыты в 2012 г.), «Редактирование медиатекстов» (открыта в 2013 г.). Все магистерские программы соответствуют «Дублинским дескрипторам» – единому списку требований к освоению программ всех ступеней высшего образования. «Дублинские дескрипторы» основываются на таких характеристиках, как знания, понимание их применения, способность к самостоятельному обучению, сформированность коммуникативно-информационных навыков. Степень магистра характеризуется следующими компетенциями: свидетельство о знаниях и понимании, базирующихся на первой ступени высшего образования и расширяющих или развивающих их для создания основы для разработки и применения идей, часто в контексте научных исследований; способность применять полученные знания и понимание, а также решать проблемы на новом и незнакомом интеллектуальном поле в широком или междисциплинарном контексте, касающемся соответствующей области изучения; умение интегрировать информацию и решать комплексные вопросы, а также делать заключения на основе неполной или ограниченной информации, применяя свои знания и принимая решения, а также нести социальную и этическую ответственность; готовность ясно и недвусмысленно излагать свои выводы как специалистам, так и дилетантам, и иметь знания, на которые эти выводы опираются, способность обучаться, которая позволяет продолжать обучение, в том числе самостоятельно и автономно<sup>3</sup>.

Программы «Современная медиапублицистика» и «Медиариторика» относятся к научно-исследовательскому профилю, а «Международная журналистика» и «Редактирование медиатекстов» – к практико-ориентированным программам. Учебные планы всех магистерских программ содержат единые базовые дисциплины («Журналистика как социокультурный феномен», «Медиаэкономика», «Деонтология журналистики», «Методика и методология медиаисследований», «Современный медиатекст» и др.), расхождение по типам происходит в вариативной части программы. Например, в программе «Медиариторика» к вариативной части относятся следующие дисциплины: «Терминология медиатекста»,

«Теоретические основы медиариторики», «Техника публичной полемики», «Риторика политических переговоров» «Риторические приемы создания имиджа страны в современных СМИ» и др., а в программе «Международная журналистика» вариативную часть составляют такие дисциплины, как «Технологии политического анализа в журналистской деятельности», «Деятельность иностранного телевизионного репортера в зарубежных странах», «Аспекты толерантности в международной журналистике», «Актуальные проблемы международной журналистики», «Психология коммуникаций в международных отношениях».

В зависимости от типа магистерской программы ее разработчики делают акцент на формировании определенных компетенций. В научно-ориентированных программах ведущими компетенциями являются: «умение анализировать литературу по теме, разработать концептуально-методологические основы, выделить и обосновать проблему; умение провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результат, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера; владение навыками ведения научной полемики». А в практико-ориентированных магистратурах особое значение приобретают следующие компетенции: «основательное владение системой знаний, касающихся журналистики как части системы массовой коммуникации: роль СМК и СМИ в обществе, функции журналистики, механизмы и принципы функционирования, типология СМИ, аудитория, контент, тенденции развития медиаиндустрии; понимание на углубленном уровне сущности и специфики функций, содержания, этапов, оптимальных моделей профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности; умение выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с решением задач повышенной сложности»<sup>4</sup>. Таким образом, обучение по одному направлению подготовки способствует созданию различных профилей выпускников, формированию профессиональной идентичности магистра в соответствии с задачами основной образовательной программы.

Сегодня на факультете журналистики осуществляется подготовка новой специализированной междисциплинарной магистерской программы по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» – «Деловая журналистика и современные медиакommunikации». Данная программа во многом является новаторской для факультета. Во-первых, она объединяет два типа магистерских

программ и таким образом расширяет возможности выпускника и его профессиональной идентичности. Во-вторых, активное участие в разработке этой программы принимает экономический факультет Института экономики, управления и права РГГУ. Если все ранее разработанные программы реализовывались силами профессорско-преподавательского состава факультета журналистики, то программа «Деловая журналистика и современные медиакommunikации» – это первый опыт межфакультетского взаимодействия.

Сфера современных магистерских программ в области журналистики и медиакommunikаций очень разнообразна. Она отличается разной фокусировкой, разными задачами и возможностями.

Давайте посмотрим, какие тренды существуют в современном образовании, на что и как с точки зрения общемировых трендов должны быть ориентированы программы магистратуры.

Прежде всего, хотелось бы отметить тот факт, что с развитием средств массовой коммуникации современные медиа становятся все более таргетированными, фокусируются на определенной целевой аудитории. Под каждую целевую аудиторию подбирается набор медианосителей, который наиболее полно отвечает интересам и потребностям именно этой целевой аудитории и практически не охватывает иные аудиторные сегменты. На схеме в порядке увеличения по возможностям таргетирования представлены отдельные типы СМИ.



Таргетированность – это неизбежный процесс для современной медиасистемы, следовательно, профессиональному медиаобразованию необходимо поддерживать такой же тренд.

Выше мы уже отмечали деление магистерских программ на практико-ориентированные и исследовательские.

Имея в виду тренд, связанный с развитием современных медиакоммуникаций, такое деление на профили действительно отвечает вызовам времени.

Вторым важным моментом, который влияет на цели и задачи разработки магистерских программ, являются драйверы современного образования.

Согласно обзору Ernst&Young, опубликованному в 2012 г.<sup>5</sup>, основными драйверами современного образования являются следующие:

- демократизация знаний и доступа к получению образования;
- состязательность рынков и финансирования программ обучения;
- digital-технологии;
- глобальная мобильность (например, согласно данным обзора Application Trends Survey by GMAC, 2013, 52 % слушателей программ Master Program Media@Communication в США не были гражданами США<sup>6</sup>);
- интеграция с производством.

Выше мы уже показали, что современный российский рынок магистерских программ в области медиа и журналистики является высококонкурентным. Только ориентируясь на современные драйверы образования, можно создать, а главное – запустить высококонкурентную магистерскую программу.

Ведь есть еще один драйвер, который оказывает огромное влияние на программу магистратуры, – это *longlife education* (обучение в течение жизни). Выбор магистерской программы – это осознанный выбор взрослого человека, имеющего определенный профессиональный и жизненный опыт.

Таким образом, ориентируясь на тренды в развитии современных медиа, конкурентоспособность программ через современные драйверы образования, фокус новой магистерской программы можно определить так:

- 1) интегративность программы (в одну программу объединены области экономики, медиасферы и деловой журналистики);
- 2) фокусировка на современных медиатехнологиях;
- 3) выработка актуальных профессиональных компетенций во время обучения, что, в свою очередь, будет обеспечивать конку-

рентоспособность уже выпускников программы и отвечать задачам *longlife education*.

С учетом всех этих факторов и была разработана единственная в современном медийном образовательном пространстве программа магистратуры «Деловая журналистика и современные медиакоммуникации».

Что принципиально нового мы используем в предложенной рынку программе?

1. Интеграция опыта взаимодействия и ведения образовательных курсов совместно разными факультетами (факультет журналистики и экономический факультет в нашем случае).

2. Междисциплинарный подход к преподаванию в течение всей продолжительности программы (как «между» факультетами, так и «между» дисциплинами) и формирование единого образовательного пространства.

3. Развитие универсальных компетенций и профессиональной позиции через набор дисциплин, методов обучения и практическую направленность.

Таким образом, новая магистерская программа расширяет возможности выпускника и способствует развитию его профессиональной идентичности.

Важной составляющей именно этой программы становится ее междисциплинарная направленность – учитывая, что ориентация деловой журналистики сфокусирована на бизнес-составляющей, дисциплины экономического блока ведут специалисты экономического факультета. Фокусировка этих дисциплин включает, в том числе, и международную специализацию.

Хотелось бы еще раз отметить, что в этой программе, подготовленной к запуску под модернизированные образовательные стандарты ФГОС 3+, мы реализуем междисциплинарный подход в практико-ориентированной магистерской программе. Данный контекст, как показало проведенное исследование рынка магистерских программ в области практической журналистики и о чем говорилось выше, является уникальным и расширяет возможности наших выпускников.

Безусловно, так же как и на всех остальных магистерских программах факультета, есть обязательная часть, которая одинакова для всех программ магистерского уровня. Это – требование современных федеральных образовательных стандартов высшего образования. Что касается вариативной и практической части программы, то именно здесь есть возможность создать конкурентную среду программы как в области контекста, так и в области набора дисциплин.

В программе «Деловая журналистика и современные медиакоммуникации» в качестве примера хотелось бы привести следующий набор дисциплин (как базовой, так и вариативной части): «Микро- и макроэкономика: теория и российская практика», «Медиаэкономика», «Глобализационные процессы в современных медиа», «Медиапсихология», «Медиамаркетинг», «Современные медиасистемы», «Медиасистема деловых СМИ и СМК», «Международные экономические отношения и внешняя политика России», «Медиа, социальная ответственность и международные стандарты качества управления продукцией и услугами», «Отраслевые рынки».

Таким образом, именно за счет набора дисциплин и внутреннего содержания курсов возможно достичь баланса, который, с одной стороны, обеспечивает конкурентоспособное образовательное пространство программы, а с другой – дает возможность выпускникам более взвешенно и точно подойти к вопросам профессиональной идентичности и выбора возможностей будущей работы.

Важной составляющей данной программы является акцент на медиакоммуникации в современном обществе. В рамках программы предлагаются в вариативной части принципиально новые дисциплины, связанные с межкультурным взаимодействием, современным медиамаркетингом, медиаэкономикой и медиапсихологией, digital-журналистикой и т. д.

В целом, отдельно останавливаясь на вопросе профессиональной идентичности в связи именно с профессиональным медиаобразованием, необходимо отметить, что данный вопрос вызывает дискуссии не только в рамках российского образовательного и профессионального пространства, но также и на последних конференциях в Европейском сообществе.

Например, на Международной конференции в Университете г. Трира в марте 2015 г. обсуждался вопрос именно профессиональной идентичности современного профессионального медиаобразования с участием коллег из Нидерландов, Германии, России, Испании. Драйверы современного образования, о которых говорилось выше, и фокусировка контента, технологий и тематики современных медиа существенно меняют сложившиеся представления в данном вопросе.

Таким образом, профессиональная идентификация на данной магистерской программе включает в себя следующие аспекты:

- 1) понимание роли бизнес-журналистики в современном мире;

- 2) развитие и фокусировка профессиональных компетенций;
- 3) сочетание достаточно традиционной бизнес-журналистики и современных медиакоммуникаций, что является конкурентным преимуществом программы.

Для российского медиаобразования проблема профессиональной идентичности еще не стала актуальной и значимой. Вместе с тем в условиях экономической нестабильности этот вопрос приобретает особую роль. Понимание своей профессиональной идентичности активно содействует качественному трудоустройству в соответствии с мотивацией и возможностями, а также дальнейшему самообразованию и карьерному росту.

Вопросы профессиональной идентичности становятся все более актуальными также в свете развития современного образования в рамках Болонской конвенции и рассмотрения высшего образования как важной составной части *longlife education*.

Концепция *longlife education* подразумевает взвешенное решение о поступлении в магистратуру и дальнейшие возможности профессионального развития, что предъявляет дополнительные требования к формированию профессиональной идентичности в рамках как содержания магистерской программы, так и используемых техник и технологий.

И наконец, современные драйверы развития высшего профессионального образования в мире, его фокусированность и нацеленность на тесную связь с производством и профессиональными компетенциями заставляют при формировании магистерской программы уделять особое внимание профессиональной идентичности.

#### Примечания

- 
- <sup>1</sup> *Луганская Д.* Издательский дом «Коммерсантъ» сократит расходы на персонал [Электронный ресурс] // РосБизнесКонсалтинг. URL: [http://top.rbc.ru/technology\\_and\\_media/18/02/2015/54e4ce669a794720f0b85066](http://top.rbc.ru/technology_and_media/18/02/2015/54e4ce669a794720f0b85066) (дата обращения: 24.03.2015).
  - <sup>2</sup> Источником данных для таблиц 1 и 2 являются официальные сайты указанных вузов.
  - <sup>3</sup> *Еделев Д.А., Кантере В.М., Матисон В.А., Игнар С.* Модернизация высшего образования. Болонский и Копенгагенский процессы. Рамки квалификаций. Проблемы и перспективы: Методическое пособие. М.: Изд-во МГУПП, 2012. С. 21.

- <sup>4</sup> Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (квалификация (степень) «магистр») [Электронный ресурс] // Федеральный портал «Российское образование». URL: [http://www.edu.ru/db/mo/Data/d\\_10/prm199-1.pdf](http://www.edu.ru/db/mo/Data/d_10/prm199-1.pdf) (дата обращения: 24.03.2015).
- <sup>5</sup> University of the future [Электронный ресурс] // EY. URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/University\\_of\\_the\\_future/\\$FILE/University\\_of\\_the\\_future\\_2012.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/University_of_the_future/$FILE/University_of_the_future_2012.pdf) (дата обращения: 23.03.2015).
- <sup>6</sup> 2013 Graduate Management Admission Council® (GMAC®). Application Trends Survey (дата обращения: 23.03.2015).