

НАВЫКИ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ЖУРНАЛИСТА

Современная медиасфера характеризуется высоким уровнем информационной зашумленности, что затрудняет социальную коммуникацию. В этих условиях для успешного выполнения своих профессиональных обязанностей журналист должен обладать развитыми аналитическими способностями. Автор предлагает усовершенствовать процесс обучения для формирования у выпускников факультета журналистики соответствующих компетенций.

Ключевые слова: медиаобразование; профессиональные компетенции; информационно-аналитическая работа.

Благодаря «революции Web 2.0» массовая аудитория стала полноправным участником процессов медиапроизводства, потеснив СМИ. С одной стороны, это привело к появлению множества коммерчески успешных проектов (авторские блоги, массовые сообщества) и, как следствие, – формированию новых ниш медиарынка, его большему разнообразию. С другой стороны, многомиллионная интернет-аудитория стала генератором «информационного шума», источником или распространителем низкокачественного, часто недостоверного контента.

Оказавшись в новых условиях, профессиональное медиасообщество и индустрия СМИ вынуждены трансформироваться. Рост объемов информации диктует спрос на новые форматы работы и требует все большей автоматизации журналистского труда. С начала 2010-х гг. редакции постепенно внедряют машинные алгоритмы, которые успешно справляются с написанием новостных текстов на основе хорошо структурированных данных – финансовых отчетов, прогнозов погоды, спортивных, криминальных сводок. Искусственный интеллект (ИИ) делает эту работу оперативнее и надежнее человека: например, китайский робот, созданный для газеты Southern Metropolis Daily, тратит секунду на то, чтобы написать заметку в 300 слов, а система Syllabs подготовила 150 тыс. текстов о результатах региональных выборов во Франции всего за четыре часа. В 2016 году 9 из 14 информационных агентств в Европе использовали ИИ для написания материалов [1], а один из пионеров в области роботизированной журналистики К. Хэммонд считает, что к 2030 году роботы будут писать около 90 % новостей [2].

Делегирование ИИ рутинных операций позволяет журналистам освободить больше времени для решения нетривиальных задач, в том чис-

ле – герменевтических. Тенденции последних лет показывают, что пресыщенная информацией аудитория все больше нуждается в объяснениях и толкованиях событий и явлений. Этим, в частности, вызвано возрождение в 2014 году концепции «объяснительной журналистики» (explanatory journalism) [3]. СМИ, придерживающиеся этого подхода (Vox, Meduza, Slate), предлагают читателям и зрителям не просто серии новостей, а снабжают их справочно-аналитическими материалами, в которых кратко – часто с применением инфографики – излагается суть проблемы, хронология событий, разъясняются сложные термины и др.

Таким образом, современному журналисту недостаточно играть роль сборщика и распространителя информации – с этим отлично справляются интернет-активисты, блогеры, техника и алгоритмы искусственного интеллекта. В то же время он должен быть способным находить явные или скрытые взаимосвязи, закономерности в собранных им фактах, интерпретировать и объяснять их. Это значит, что в число ключевых компетенций, которыми должен обладать профессиональный журналист, должны входить развитые аналитические навыки и высокая методологическая культура.

В Беларуси на общемировой тренд накладывается локальная специфика: Министерство информации, столкнувшееся с необходимостью модернизации системы СМИ, ориентирует редакции на то, что одним из залогов их конкурентоспособности является сильная аналитическая составляющая публикаций [4]. Здесь стоит оговориться: аналитический материал – это в первую очередь исследование проблемы, а не сумма мнений экспертов по теме, как это часто понимается в СМИ.

Однако профессиональное сообщество еще не осознает эту потребность в полной мере. Экспертный опрос 50 руководителей и ведущих специалистов белорусских СМИ, проведенный в ноябре 2018 года, показал, что лишь треть из них считают навыки информационно-аналитической работы важной компетенцией выпускника бакалавриата факультета журналистики (для сравнения: навыки по сбору и верификации информации отмечают более 70 %). Можно предположить, что в представлении практиков способность к аналитике – это штучный навык; компетенция, в большей мере присущая исследователю СМИ, и потому прививаемая точно, например, в рамках магистратуры.

Один из способов формирования необходимых компетенций – постепенное обновление учебного плана, что на первоначальном этапе предполагает введение новых дисциплин в его вариативной части. В 2018 году в учебный процесс факультета журналистики БГУ был внедрен курс по выбору «Мониторинг СМИ и медийная аналитика» [5]. Небольшая по объему дисциплина (34 аудиторных часа, 2 зачетных единицы) носит исключительно прикладной характер. Ее задача – привить студентам навыки информацион-

но-аналитической работы, которые будут полезны как в учебе – например, при подготовке дипломных исследований, магистерских диссертаций – так и в профессиональной деятельности. В ходе курса студенты учатся проводить мониторинг информационного пространства, создавать рейтинги СМИ, сайтов, аналитические и прогностические документы для отрасли медиа и коммуникаций. Дополнительная ценность дисциплины в том, что студенческие проекты имеют практическую значимость – например, это может быть мониторинг упоминаний БГУ в социальных медиа или аналитическая записка с оценкой реакции СМИ на какое-либо событие.

Данный эксперимент уместно продолжать, постепенно расширяя спектр учебных курсов и специализаций, связанных с медийной аналитикой (в том числе в рамках профилизации магистратуры – см. опыт Казанского федерального университета [6]). Так как это междисциплинарное поле, образовательная траектория, выстраиваемая с помощью подобных дисциплин, может иметь разные векторы развития – в сторону классической журналистики (экономический обозреватель-аналитик), рекламной деятельности, медиапланирования [7], политических технологий [8] и т. д.

Представляется, что в силу своего прикладного характера, тесной связи с практикой работы СМИ/PR-структур и научной методологии медиааналитика может стать тем локомотивом, который позволит достичь факультету журналистики ряда стратегических целей БГУ (практико-ориентированность исследований, монетизация их результатов). Кроме двух традиционных направлений работы факультета – подготовки квалифицированных специалистов и проведения научных изысканий – может оформиться еще одно: информационно-аналитическое сопровождение деятельности сферы медиапроизводства и массовой коммуникации, столь востребованное сегодня отраслью.

Библиографические ссылки

1. Fanta, A. Putting Europe's Robots on the Map: Automated journalism in news agencies [Электронный ресурс] / A. Fanta. – Режим доступа: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Fanta%2C%20Putting%20Europe%E2%80%99s%20Robots%20on%20the%20Map.pdf>. – Дата доступа: 01.01.2019.
2. Роботы-журналисты: где и как их используют? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://robo-hunter.com/news/roboti-jurnalisti-gde-i-kak-ih-ispolzuyt6833>. – Дата доступа: 01.01.2019.
3. Колесник, Ф. Все, что вы хотели знать про объяснительную журналистику [Электронный ресурс] / Ф. Колесник // Афиша Daily. – Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/technology/vse-cto-vy-hoteli-znat-pro-obyasnitelnuyu-zhurnalistiku/>. – Дата доступа: 01.01.2019.

4. Карлюкевич, А.: У печатных СМИ всегда будет свой читатель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/opinions/view/u-pechatnyh-smi-vsegda-budet-svoj-chitatel-6454/>. – Дата доступа: 01.01.2019.
5. Степанов, В. А. Мониторинг СМИ и медийная аналитика: учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-23 01 08-03 Журналистика (веб-журналистика) [Электронный ресурс] / В. А. Степанов. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/212211>. – Дата доступа: 01.01.2019.
6. Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ. Основные образовательные программы. Медиааналитика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kpfu.ru/isfnmk/uchebnyj-process/osnovnye-obrazovatelnyie-programmy>. – Дата доступа: 01.01.2019.
7. Лешук, С. В. Медиаанализ и медиапланирование: учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальностей 1-23 01 07 Информация и коммуникация / С. В. Лешук; Учреждение образования «Гродненский гос. ун-т им. Я. Купалы». – Утв. 14.12.17. – 2017.
8. Политический анализ и политтехнологии в медиасфере. ОСВО 1-26 81 15-2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/165142>. – Дата доступа: 01.01.2019.

Валерий Толкачев

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ГРАЖДАНСКАЯ ПОЗИЦИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ САМООЦЕНКИ ЛИЧНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

Журналист, выступая связующим звеном между государством и обществом, должен понимать процессы, происходящие в современном мире, уметь давать им объективную оценку. Рассмотрена проблема важности самооценки для личности журналиста, проявления самокритичности, требовательности. Сделан вывод, что правильная самооценка будет способствовать формированию журналиста как современной, творческой личности, способной к более глубокому и осознанному восприятию окружающего мира.

Ключевые слова: журналист; гражданская позиция журналиста; личность; самооценка; современное общество; мотивация.

Гражданская позиция журналиста понимается как сложное социальное явление, выражающееся в личной оценке своего положения в социуме, своих прав и обязанностей, как гражданина своей страны, в совокупности с индивидуальными чертами. Исходя из этого, гражданская позиция журналиста оказывает непосредственное воздействие как на формирование личности современного журналиста, активного члена социума, так и на развитие всего общества, через формирование общественного мнения, соот-