

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 31–38.  
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).  
Знак: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2024;1(51): 31–38.  
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).



Научная статья  
УДК 378  
DOI 10.47475/2070-0695-2024-51-1-31-38

## СТУДЕНТЫ ГЛАЗАМИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ: ОСОБЕННОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ МЕДИЙНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

**Анастасия Вячеславовна Пенязь**

Донской государственный технический университет, Ростов-на-Дону, Россия, nastiapeniaz@gmail.com

**Аннотация.** Статья предлагает рассмотреть личностные, социальные, психологические и другие особенности студентов, выбирающих направления подготовки, связанные с медиаиндустрией. Опираясь на тезисы о качественной инакости современных студентов, вызванной высокой погруженностью в медиасреду, автор предполагает, что студенты-медийщики наиболее ярко отражают изменения, происходящие сегодня в студенческой среде. Также исследовательского внимания требуют особенности профессии журналиста, изучаемые на протяжении уже нескольких десятилетий, и являющейся ее наследницей профессии медийщика, более актуальной, но менее изученной. В рамках исследования были проведены 50 глубинных интервью с преподавателями, работающими в медийных образовательных программах в столичных и региональных вузах. Также автор опирается на личный опыт преподавания у студентов-медийщиков, включающий наблюдение и беседы с коллегами и студентами. Совокупность эмпирического материала позволила получить достаточно объемный портрет студента-медийщика. Его основными отличительными характеристиками оказались: высокая погруженность в медиасреду, наличие профессионального опыта еще на входе в вуз (полученного в профильных секциях или в личных проектах), размытая мотивация к получению высшего образования, ориентация на практическую деятельность и субъективную полезность образования, высокая гражданская активность в публичном пространстве, неприятие авторитетов. Также важным отличие студентов-медийщиков является раннее успешное начало профессиональной деятельности и получение от нее доходов, что значительно снижает ощущение ценности и потребности в высшем образовании.

**Ключевые слова:** высшее образование, медиаобразование, студенческая среда, трансформация образования

**Для цитирования:** Пенязь А. В. Студенты глазами преподавателей: особенности обучающихся медийных специальностей // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 31–38. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-31-38

Original article

### STUDENTS THROUGH THE EYES OF TEACHERS: SPECIFICITY OF STUDENTS MAJORING IN MEDIA

**Anastasia V. Peniaz**

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russia, nastiapeniaz@gmail.com

**Abstract.** The article concentrates on the personal, social, psychological and other specific characteristics of students choosing media as their major or educational program in universities. The author believes in these that modern students are significantly different from their predecessors, which is caused by high immersion in the media environment. Thus, the author suggests that media students most clearly reflect the changes taking place today in the student environment. Also, research attention should be paid to the specificity of the profession of a journalist, which have been studied for several decades, and the profession of a media worker, which is its successor, is more relevant, but less studied. As part of the study, 50 in-depth interviews were conducted with teachers working in media educational programs in Moscow and regional universities. The author also relies on personal experience of teaching media students, including observation and conversations with colleagues and students. The totality of empirical material made it possible to obtain a fairly voluminous portrait of a media student. Its main distinguishing characteristics turned out to be: high immersion in the media environment, the presence of professional experience at the entrance to the university (obtained in specialized sections or in personal projects), uncertain motivation to receive higher education, orientation towards practical activities and the subjective usefulness of education, high civic activity in public space, rejection of authorities. Also, an important difference between media students lies in the early successful start of professional activity and the receipt of income from it, which significantly reduces the sense of value and need for higher education.

**Key words:** higher education, media education, student environment, transformations of education

**For citation:** Peniaz A. V. (2024). Students through the eyes of teachers: specificity of students majoring in media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 1(51): 31–38. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-31-38 (In Russ.).

### **Введение в тематику**

Сегодня в вузы приходят совсем другие студенты – представители так называемого поколения «зумеров», которые «разительно отличаются от своих чуть более старших предшественников» (Радаев 2023: 8). Первый проректор НИУ ВШЭ В. Радаев в своей книге «Преподавание в кризисе», говоря о новых студентах, отмечает, что «их жизнь устроена иначе, их интересы шире и неопределеннее, <...> они хотят всего и сразу, <...> они ожидают быстрых эффектов, <...> их пристрастия меняются чаще, чем мы бы хотели» (Радаев 2023: 8). Постоянно меняющаяся внешняя среда, сложная экономическая ситуация, новые стили семейного воспитания, высокая ориентация на внешние показатели успешности и другие факторы делают современных студентов хрупкими «снежинками» (популярное в Сети выражение «поколение снежинок» описывает собирательный образ психологически неустойчивой, ранимой молодежи), требующими к себе особого отношения, в том числе в образовательном процессе (Труфанова 2017). Ключевым отличием современной молодежи от предшественников является высочайшая погруженность в цифровые миры и медиасреду. Разумно предположить, что наиболее сильно интерес к этим сферам жизни выражен у тех, кто выбирает их как свою будущую профессию. В данной статье мы обобщенно будем называть такие направления подготовки медийными, предполагая, что в них медиа в широком понимании являются основным полем изучения и деятельности.

В центре внимания данного исследования находятся студенты медийных специальностей – те, кто получает связанное с медиаиндустрией образование и планирует свой карьерный путь именно в этой отрасли. В 2019–2022 гг. автором были проведены 50 глубинных интервью с преподавателями образовательных программ медийной направленности МГУ им. М. В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МПГУ, ДГТУ. Также автор опирается на собственный опыт преподавания у студентов медийных специальностей, включающий постоянное наблюдение и беседы со студентами, а также дискуссии с коллегами. Накопленный материал позволяет автору предположить, что у молодых людей, выбирающих эти направления подготовки, есть определенные особенности – личностные, социальные, психоэмоциональные. Эти особенности, с одной стороны, заложены в них изначально (и, возможно, именно они приводят их в эту профессию), а с другой стороны, развиваются и закрепляются в процессе получения образования и работы в медиа. Поэтому можно предпринять попытку выявить эти характеристики, объединив их в концепт «студент-медийщик», что мы и попробуем сделать в рамках данной статьи.

### **Особенности профессии медийщика: теоретический обзор**

Опыт выделения концептов компетентностных профилей, или моделей компетенций, или профессионально важных качеств, представителей той или иной профессии не является новшеством в науке – этому посвящено множество исследований и диссертаций, изучающих особенности психологов, педагогов всех ступеней образования, социальных работников и других так называемых помогающих профессий. Также нередки исследования особенностей студентов разных специальностей, особенно гуманитарных и социальных направлений.

Студенческий возраст является важным, так называемым сензитивным периодом жизни человека, когда «развивающийся организм бывает особенно чувствителен к определенному рода влияниям окружающей действительности» (Большой психологический словарь 2008). Многие психологи выделяют студенчество как отдельную возрастную и социально-психологическую категорию и как особенный период, когда происходит сложнейшее структурирование интеллекта (Ананьев 2018).

Именно в студенческие годы происходит интенсивное социопсихическое развитие личности: активизируется интеллектуальная деятельность, поиск своего места в жизни и в обществе, растут ощущение ответственности, а вместе с ними тревожность и беспокойство (Клочкова, Захаренко 2023). Вчерашние школьники вступают во взрослую жизнь во всех смыслах – физиологическом, эмоциональном, социальном, профессиональном, зачастую экономическом, активно социализируются как будущие профессионалы (Трубникова, Маликова, Манузина 2020). Во все времена на этом жизненном этапе на первый план выходят вопросы о смысле, целях, ценностях жизни личности, а в нынешних условиях отсутствия универсальных истин искать ответы на эти вопросы становится всё сложнее.

Профессия медийщика во многом выросла из и основывается на профессии журналиста, поэтому исследование специфики медийщиков необходимо начать с изучения специфики личностных и социальных особенностей этих специалистов.

Множество исследовательских работ посвящены специфике журналистской деятельности в самых разных аспектах: психологическом, креативном, социальном, ценностном, социологическом, экономическом. Причина такого интереса заключается в сложной природе и сущности журналистского

труда. В нем рутинные, механические, менеджерские действия (сбор фактов, опрос спикеров, редаKTура и корреKTура текста, организация своего рабочего времени) сочетаются одновременно и с творчеством (постоянный креативный поиск: форматов материалов, углов зрения, подачи, изобразительно-выразительных средств), и со сложной мыслительной работой (анализ и синтез информации, поиск общего и частного, соблюдение логики изложения). Кроме того, многие производственные задачи требуют от журналиста и развитых морально-нравственных качеств (этичность, ответственность, выдержка, доброжелательность, искренность и др.), и физической выносливости (для работы в ненормированном графике, в высоком темпе и неравномерном ритме), и крепкой психики (чтобы справляться с напряжением, стрессом, непредсказуемой новизной обстановки) (Дудченко 2014).

Одной из первых среди наук интерес к журналистике проявила социология (Свитич 2023). Первые социологические исследования журналистики в нашей стране были проведены в 1920-х гг., когда стали регулярно собираться данные об образовании, литературном стаже и, как мы бы сейчас это назвали, культурном бэкграунде работников советской прессы. Следующая волна исследований пришлась на 1960-е гг., в период оттепели и демократизации. Были изучены не только социальные, демографические и профессиональные, но и личностные характеристики журналистских кадров, в том числе структура свободного времени. Новый всплеск социологического интереса к журналистам произошел в конце 1980-х – начале 1990-х, когда в анкетах появились вопросы о взаимоотношениях внутри коллектива редакции. В 1990-х, вместе с формированием свободного рынка прессы, проходили постоянные и разнообразные исследования, зачастую посвященные пришедшим с новыми реалиями вопросам – свободе слова, рекламе, экономике редакций (Свитич 2023). Также появились социопсихологические исследования о психологических профессиональных качествах (И. М. Дзялошинский), об информационных потребностях разных аудиторий (Л. В. Матвеева), о специфике журналистского образования (Л. Г. Свитич, А. А. Ширяева). Вопросами этики журналистского труда уже несколько десятилетий занимается Г. В. Лазутина. Предлагая изучать профессиональную деятельность журналиста как системный объект, она отмечает, что журналистика представляет собой ярчайший пример такого объекта – состоящего из крепко взаимосвязанных элементов разного порядка, которые могут проявлять свою сущность только в целостности, то есть через взаимодействие этих элементов (Лазутина 2019). Журналистика включена и «в отношения между сознанием и поведением людей, и в отношения институтов власти и народа» (Лазутина 2009: 83). В современных реалиях также необходимо сказать о важной роли журналистики во взаимоотношениях между потребителями и производителями. Рыночные условия вводят журналистов в ситуацию внутреннего конфликта: стремление к свободе слова, независимости встречается с зависимостью от учредителей, издателей, рекламодателей, спонсоров, а также власти (Дудченко 2014).

Можно заметить, что повышение интереса к журналистам и их профессиональным, социальным и личностным особенностям в нашей стране каждый раз совпадало с изменением общественной, политической и экономической обстановки. Сейчас, возможно, как раз один из таких периодов: меняются экономические обстоятельства и внутри медиаиндустрии, и в общем на рынке, общество в поисках новых форматов, тем, лиц и подходов всё чаще выбирает альтернативные источники информации, меняется структура свободного времени аудитории, финансы стремительно оттекают от традиционных СМИ и устремляются к новым мультимедийным форматам. Меняется роль журналиста в обществе и значение журналистики для общества, медиа становятся инструментом преодоления хаотизации, противоречий и конфликтов, вызванных развитием цивилизации (Смирнова, Демина, Стебловская, Шкондин 2022).

Взаимосвязи между журналистами и обществом изучали автор теории «журналистских очков» П. Бурдьё, имея в виду особый механизм социально-психологического мышления работников СМИ, который позволяет им не просто видеть и воспринимать мир, но и анализировать, синтезировать и категоризировать увиденное, а также отбирать увиденные факты (Бурдьё 2002).

В возможностях журналиста донести до масс и точную, истинную информацию, удовлетворив необходимость в ней для полноценного функционирования общества, и исказить факты и события через призму собственного восприятия. Журналисты специально или невольно программируют последствия, которые вызовет их произведение в обществе. Для осознанного программирования необходимы и понимание закономерностей медиавоздействий, и высокий эмоциональный интеллект.

Говоря об особенностях журналистского труда, нельзя не сказать о том, что, с одной стороны, это сугубо личное творчество каждого сотрудника (никогда не будет двух одинаковых материалов на одну тему), а с другой стороны, результат этой работы – номер журнала, газеты, выпуск телепрограммы или видеоблога – всегда есть результат коллективного творчества. И если за личный креативный процесс отвечает уровень саморазвития и самоактуализации личности журналиста, то для успешной работы в коллективе необходимы высоко развитые социальные компетенции. Вопросы взаимовлияния личного и профессионального в журналисте также волнуют исследователей. Некоторые психологи отмечают и влияние темперамента на успешность работы журналиста: сангвинику больше подойдет напряженная публичная работа, холерику

будет легче быть ведущим или корреспондентом, флегматик склонен скорее к аналитической работе, а меланхолик – к критической (Дудченко 2014).

Так же разные личностные и социальные компетенции могут понадобиться журналистам разных специализаций: интервьюеру важна эмпатия, умение слушать, коммуникабельность, репортеру скорее пригодится развитая адаптивность, устойчивость к стрессу (Дудченко 2014). В результате смены специализации могут развиваться новые компетенции и, как следствие, развивается личность человека. Но тем не менее, как бы ни отличались друг от друга эти специализации, существует некая совокупность свойств, которые составляют структуру личности профессионального журналиста (Прохоров 2009).

Важно сказать и о двойственной направленности этой профессии. С одной стороны, журналистика как сфера деятельности предъявляет свои требования к специалисту (среди них – определенные профессиональные, социальные, личностные компетенции, нравственно-этические качества); с другой стороны, журналист как личность требует от своей деятельности осуществления потребности в самореализации – именно этот нематериальный фактор мотивирует на работу в журналистике больше всего (Вырковский, Кругликова 2014). В силу своей многогранности и широты эта профессия представляет множество возможностей для самореализации личности, но в этом же кроется и сложность – не всегда у журналиста есть возможность заниматься именно тем, к чему лежит душа, что может приводить к глубоким внутренним конфликтам и фрустрации.

Успешные журналисты хорошо осознают смысл своей жизни, имеют четкие жизненные планы и цели, ощущают себя в состоянии контролировать и менять свою жизнь, а также преодолевать препятствия. Неуспешные коллеги не удовлетворены своим настоящим и прошлым, склонны к фатализму, а также имеют менее выраженные цели. Успешные журналисты отличаются от неуспешных коллег высоким уровнем позитивного отношения к самим себе и к миру и ожидают от окружающих такого же благосклонного отношения (Дудченко 2014).

Опираясь на описанную выше специфику психологии журналистов, можно говорить об аналогичных отличиях профессионалов и, следовательно, студентов медийных специальностей от коллег с других направлений подготовки.

#### **Концепт «студент-медийщик»: формальные и неформальные признаки**

Изменения в обществе, экономике, структуре потребления в целом и медиаконтента в частности приводят к тому, что журналистика трансформируется и требует новых кадров, предъявляет новые требования и к профессиональным, и к личным качествам специалиста: «учить студентов нужно ценностям, <...> из студентов нужно делать экспериментаторов, людей гибких и открытых для инноваций, <...> Людей, которые будут способны избегать формульного мышления» (Универсальная журналистика 2016: 92). Поэтому кажется необходимым перейти от журналиста именно к медийщику – студенту, а в будущем и специалисту.

Развитие и доступность технологий сделали производство медиапродукта беспрецедентно доступным для широких масс. И хотя это рассуждение может привести к мысли о дальнейшей бессмысленности профессионального медийного образования, практика показывает, что отрасль имеет недостаток в профессиональных кадрах (Вырковский, Лавренова 2015).

Для раскрытия концепта студента-медийщика в первую очередь необходимо определить формальные признаки. По мнению автора, к медийным студентам относятся обучающиеся уровня бакалавриата на всех направлениях укрупненной группы направлений 42.00.00. Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело. К медийным также можно отнести некоторые направления подготовки, не являющиеся медийными формально, но близкие по смыслу к медиа. Дизайн в последнее время рассматривается не только как оформительская деятельность, а как способ коммуникации, следовательно, любой дизайнер может считаться медийным специалистом. Такая же ситуация складывается с направлениями подготовки в сфере искусствознания: медиатизация искусства требует от специалистов этой области более глубокого понимания медиа.

В рамках данного исследования было проведено 50 глубинных интервью с преподавателями, реализующими профильные дисциплины в рамках образовательных программ медийной направленности в таких университетах, как МГУ им. М. В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МПГУ, ДГТУ. Преподавателям были заданы открытые вопросы, нацеленные на выявление их наблюдений и ощущений от работы со студентами медийных специальностей. В качестве центрального вопроса спрашивалось: «Как вы считаете, существуют ли психологические, личностные и социальные особенности студентов медийных специальностей? В чем они, по вашим наблюдениям, заключаются?». Затем расшифровки интервью были обработаны методами количественного и качественного анализа, с помощью чего были выделены наиболее часто повторяющиеся варианты рассуждений и наблюдений на заданную тему.

Основной неформальной характеристикой студентов медийных специальностей является высокий уровень погруженности в медиасреду: быстрое ориентирование в современном медиaprостранстве,

продвинутые навыки потребления и производства разнопланового медиаконтента, высокая восприимчивость к новым форматам, персонажам, углам зрения, в целом высокая насмотренность. Большинство респондентов (45 из 50) отметили, что такое плотное знакомство с медиасредой позволяет студентам медийных специальностей рано и качественно развивать свои коммуникативные способности, «умение критически оценивать действительность», быть яркими лидерами, демонстрировать высокий уровень критического мышления, свободного мышления, независимости от стереотипов.

Оно формируется и в процессе активного медиапотребления, и в процессе работы «в школьных изданиях, телевизионных студиях», через которую проходят многие студенты медийных направлений. В портфолио абитуриентов нередко можно увидеть крупные, заметные проекты: «Многие уже имеют 100 тысяч подписчиков. Есть кейсы ребят, которые приходят учиться, через полгода отчисляются и становятся вполне успешными», – комментирует респондент. С другой стороны, один из преподавателей отмечает, что «уровень осознанности при выборе профессии в последние годы упал» из-за снижения порога входа на факультеты журналистики, отсутствия опыта и понимания профессии у абитуриентов. Для поступления на многие медийные направления подготовки проводятся вступительные собеседования, и удивительным образом абитуриенты не проявляют интереса к общепринятым авторитетам и ситуации в мире либо произносят заученные имена и события, чтобы произвести впечатление на комиссию. «Неужели нельзя хотя бы накануне собеседования прочитать главные новости в мире?» – возмущается один из респондентов.

Принято думать, что среди студентов-медийщиков преобладает психотип экстраверта – они «более любопытные, интересующиеся, более эмоциональны», у них есть «открытая заинтересованность, направленная в мир», что отметили многие респонденты (27 из 50). Как правило, у таких студентов уже на входе в университет есть определенный набор амбиций и личных качеств, которые вызывают в них желание быть медийными, известными. С другой стороны, наблюдения автора показывают, что такая деятельность, как дизайн, иллюстрация, анимация, видеоигры, чаще привлекают более закрытых, интровертных девушек и юношей, не мечтающих о славе и популярности. Они увлечены альтернативными реальностями и мечтают визуализировать фантазии, живущие в их головах. Также можно сказать, что в целом эти студенты имеют гуманитарный склад мышления.

Как отмечает один из респондентов, «это достаточно прикладные дети, они совсем не теоретики, у них в голове не возникает связки между их будущей прикладной деятельностью и знаниями». В учебном процессе современные студенты ищут «прикладных ощущений», не всегда понимая, что для того, чтобы стать «классным прикладным профессионалом, нужно научиться думать», что можно сделать только «на сложных теоретических курсах». Значительное количество респондентов (32 из 50) отметили, что первокурсники ожидают обучения «в формате эдьютейнмент с явным перевесом в сторону развлечений», при этом не готовы «к вовлечению в образовательные процессы», часто «сидят со скучающим видом даже на интерактивных занятиях». Также респонденты (17 из 50) отмечают, что ориентация исключительно на практическую деятельность исключает элементы рефлексии над своей работой, не позволяет сформировать этику профессии. В качестве решения некоторые респонденты (11 из 50) предлагают живые, двухсторонние формы общения: «больше диалога, больше вопросов и ответов, больше обсуждений и других форм», в процессе которых студенты могут выражать себя публично, чтобы развиваться «и как личности, и как творческие люди». Интересно, что при этом многие респонденты (38 из 50) отмечают в качестве основной мотивации студентов к работе над проектами академическую успеваемость, желание получить заветную «корочку». И только некоторые (7 из 50) упоминают в качестве мотивационного фактора возможность выбрать и разработать интересные лично для них темы.

Зачастую в процессе оттачивания своих прикладных, профессиональных навыков они становятся «довольно активны в публичном пространстве, проще говоря, они бузят больше других», что позволяет им развивать профессиональные навыки: отстаивать свою позицию, публично выступать, вступать в коммуникацию с миром. Многие респонденты (22 из 50) отмечают, что в последние годы студенты становятся более граждански активными, «включенными в общественно-политические процессы», повышается уровень гражданского и политического самосознания, они интересуются темами, которые не входили в круг интересов молодежи еще 4–5 лет назад: «экологией, феминизмом, безбарьерной средой, домашним насилием». Один из респондентов отмечает в целом более либеральное мировоззрение медийных студентов по сравнению с их коллегами с других, даже гуманитарных направлений подготовки.

Говоря о ценностных установках современных студентов-медийщиков, большинство респондентов (31 из 50) отмечает, что «они почти не ценят авторитеты, у них их нет в принципе, но и в профессии в частности», связывая это явление с тем, что эти студенты очень эгоцентричны, имеют высокий уровень амбиций, «ориентированы сами на себя», видят множество примеров успешных в медиа людей – блогеров, у которых может не быть вообще образования, «и в принципе, эта жизнь их вполне устраивает». Современные студенты «сразу чувствуют, что преподаватель не очень компетентен, и он фактически сразу же теряет авторитет». Первое отношение к преподавателю нередко формируется интуитивно, без учета

его профессиональных качеств, на уровне «нравится – не нравится», но впоследствии важным фактором становится субъективно оцениваемая студентом «полезность» дисциплины, что еще раз возвращает к тезису о высокой ориентации на практическую деятельность.

Скорее всего, все эти явления – продукт множества разных факторов, среди которых особенности и поколения, и времени, в котором оно выросло: это «люди, сознательный возраст которых пришелся на эпоху относительного изобилия», «дети уже из достаточно обеспеченных и полных семей», и ряд респондентов (16 из 50) отмечает, что даже 5–10 лет назад поступать приходило поколение детей «с более сложными траекториями судеб».

Поколенческие особенности студентов и специфика современной медиасреды находят отражение и в их отношении к учебе: их необходимо «всё время развлекать, возбуждать интерес, всё время надо держать в тонусе, что-то такое подбрасывать, что будет возбуждать психику, до тех пор, пока сохраняется любопытство, первая заинтересованность и включенность, эффект “вау”, они еще могут что-то делать». Один из респондентов отмечает, что «всё самое лучшее, что только можно, студенты делают на первом курсе», пока еще есть эффект новизны, пока обучающиеся ярко реагируют на новую информацию, предложения, идеи. Это замечание важно учитывать и при построении проектной работы в вузе.

Возвращаясь к замечанию об эгоцентричности современной молодежи, нужно сказать о важности совместной работы на равных – с преподавателем (что само по себе является медиаобразовательной методикой) и с коллегами. Постоянная погруженность в диджитал-среду способствует деградации коммуникативных навыков в реальной жизни, поэтому работа в команде нужна, чтобы студенты тренировались взаимодействовать друг с другом, решать задачи, делегировать, «чтобы один студент дорабатывал то дело, которое начал предыдущий, чтобы эта цепочка была как можно более крепкой».

Также некоторые (6 из 50) респонденты отмечают важный момент в вопросе оценки качества выполненной студентами работы: «критерии в творчестве очень сложно придумывать», описывая ситуацию, в которой нет возможности объективно оценить результат деятельности обучающихся. Интересной представляется ситуация, в которой оказываются студенты медийных специальностей. В отличие от обучающихся других специальностей они имеют возможность подтвердить свою профессиональную пригодность и релевантность своего творчества задолго до официального подтверждения своих профессиональных навыков, то есть получения диплома о высшем образовании. Большая часть студентов-медийщиков начинают свою трудовую деятельность по выбранной специальности на 2–3-м курсе бакалавриата, что чаще всего недоступно студентам других направлений подготовки. На технических, естественно-научных направлениях образовательный процесс, как правило, так насыщен учебными занятиями, что не оставляет ресурсов ни для работы, ни даже для подработки, а до получения диплома бакалавра нет практически никакой возможности устроиться хотя бы на стажировку по специальности. Наличие таких возможностей, с одной стороны, помогает медийщикам раньше и глубже понять приоритетные направления своего профессионального развития, а с другой стороны, обесценивает диплом о высшем образовании и снижает мотивацию к учебе.

### **Выводы**

На основании всех проведенных и проанализированных экспертных интервью можно выделить ряд характеристик, свойственных студентам-медийщикам.

С формальной точки зрения, к медийным можно отнести все образовательные программы бакалавриата в рамках укрупненной группы направлений 42.00.00. Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело. Также медийными по сути можно считать программы по дизайну, искусствознанию.

Неформальные характеристики студентов-медийщиков куда богаче и шире. Прежде всего главным отличием таких студентов является высочайшая погруженность в медиасреду. Многие первокурсники уже имеют обширное портфолио, включающее в себя как работы в рамках школьных изданий и медиацентров, так и личные проекты, реализованные на популярных контент-площадках, в мессенджерах и соцсетях, имеющие несколько десятков, а то и сотен тысяч подписчиков. В такой ситуации нередко наблюдается размытая мотивация к получению высшего образования. С одной стороны, у таких студентов есть сильная ориентация на формальные критерии успеха, и диплом вуза является одним из них. С другой стороны, они заинтересованы в развитии своих прикладных навыков и ожидают от университета помощи в этом, при этом расстраиваются, когда сталкиваются с необходимостью изучать сложные теоретические дисциплины.

Важной социальной характеристикой является высокая активность медийщиков в публичном пространстве, которая одновременно является и способом самореализации, и инструментом развития профессиональных компетенций. При этом с личностной точки зрения нельзя однозначно определить студентов-медийщиков как интровертов или экстравертов – медиаиндустрия в равной степени привлекает и тех, и других. Также важной личностной характеристикой студентов-медийщиков является высокая эгоцентричность, свойственная всему поколению зумеров. В образовательном процессе это проявляется как нежелание признавать чей-либо авторитет, будь это считающийся мэтром известный журналист, классический автор-теоретик или входящий в аудиторию заслуженный профессор. Студенты-медийщики

особенно требовательны к преподавателям, следят за их активностью не только в стенах вуза, но и в медиапространстве, при этом критически важным фактором симпатии является условная «полезность» того или иного предмета.

Кроме того, студенты-медийщики находятся в условиях, уникальных по отношению к студентам многих других специальностей. Многие медийщики начинают работать по специальности уже на 2–3-м курсе бакалавриата, тем самым получая внешнее подтверждение своей профессиональной пригодности. В творческих специальностях – а медиа, несомненно, является направлением творческим, где сила креативной мысли часто важнее практических умений и навыков, – отсутствуют объективные критерии оценки качества выполненной работы, что является большой проблемой для вузов и преподавателей этих направлений. Единственным критерием оценивания профессиональных навыков молодого медийщика, скорее всего, является готовность заказчика за них заплатить. И здесь медийные студенты имеют заметные преимущества: нередко они начинают зарабатывать профессией в процессе учебы. Но это говорит скорее о кадровом голоде стремительно растущей отрасли, чем о выдающемся профессионализме второкурсников. Тем не менее эта распространенная ситуация значительно снижает значимость вуза и образовательного процесса для студентов-медийщиков. Решать в процессе учебы простые профессиональные задачи им становится неинтересно, на базовые дисциплины не хочется тратить время. В 18–20 лет студенты-медийщики уже строят карьеру и могут заработать своим трудом реальные деньги, а не зачеты и оценки, что является серьезным вызовом для высшего образования в области медиа. А если вернуться к мысли о том, что студенты медийных специальностей являются, возможно, наиболее яркими представителями изменений, происходящих сегодня в студенческой среде, описанные выше особенности и нюансы могут являться общими, но выраженными в разной степени для студентов всех направлений подготовки, что делает поднятые в данной статье вопросы более актуальными.

#### Список источников

- Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. СПб.: Питер, 2018. 288 с.
- Большой психологический словарь / Под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. М.: АСТ, 2008. 811 с.
- Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
- Вырковский А. В., Кругликова М. В. Отношение к рабочему процессу журналистов качественных СМИ // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2014. Выпуск № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/1664> (дата обращения: 08.08.2019).
- Вырковский А. В., Лавренова А. В. Профессиональные и личные качества российских журналистов: оценка менеджеров печатных и интернет-СМИ // МедиаАльманах. 2015. № 2. С. 49–56.
- Дудченко З. Ф. Личностные особенности успешных журналистов // Ученые записки СПбГИПСР. 2014. Т. 21. № 1. С. 7–12.
- Клочкова А. В., Захаренко Н. А. Социально-психологическое самочувствие студентов: результаты социологического исследования // Педагогика и психология образования. 2023. № 1. С. 176–189.
- Лазутина Г. В. Деонтология журналистики как сфера научного знания // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 8. С. 202–219.
- Лазутина Г. В. Особенности профессиональной деятельности журналиста с позиции системного подхода к ее изучению // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2009. № 5. С. 80–93.
- Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2009. 351 с.
- Радаев В. В. Преподавание в кризисе. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. 200 с.
- Свитич Л. Г. Социология журналистики. М.: Издательство Юрайт, 2023. 397 с.
- Смирнова О. В., Демина И. Н., Стебловская С. Б., Шкондин М. В. Журналистика как фактор преодоления хаотизации мира повседневности // Вестник ВУиТ. 2022. № 2 (38). С. 257–267.
- Трубникова Н. И., Маликова Е. В., Манузина Е. Б. Эмоциональный интеллект как профессионально важное качество выпускников педагогического вуза // Вестник Алтайского государственного педагогического университета. 2020. № 4. С. 67–71.
- Труфанова Е. О. «Ситуационное знание» и идеал объективности в науке // Epistemology & Philosophy of Science. 2017. № 4. С. 310–312.
- Универсальная журналистика / Под ред. Л. П. Шестеркиной. М.: Аспект-Пресс, 2016. 480 с.

#### References

- Anan'ev, B. G. (2018). *Chelovek kak predmet poznaniya* [Man as an object of knowledge]. SPb.: Piter Publ. 288 p. (in Russ).
- Meshcheryakova, B. G. & Zinchenko, V. P. (Eds.) (2008). *Bol'shoy psichologicheskij slovar'* [Big psychological dictionary]. Moscow: AST Publ. 811 p. (in Russ).
- Burdieu, P. (2002). *O televidenii i zhurnalistike* [On television and journalism]. Moscow: Fond nauchnyh issledovaniy «Pragmatika kul'tury» Publ. 160 p. (in Russ).
- Vyrkovskij, A. V. & Kruglikova, M. V. (2014). Otnoshenie k rabochemu processu zhurnalistov kachestvennyh SMI [Attitude towards the workflow of quality media journalists]. *Mediascope*, 4, available at: <http://www.mediascope.ru/1664> (accessed: 08.08.2019). (in Russ).
- Vyrkovskij, A. V. & Lavrenova, A. V. (2015). Professional'nye i lichnye kachestva rossijskih zhurnalistov: ocenka menedzherov pechatnyh i internet-SMI [Professional and Personal Qualities of Russian Journalists: Assessed by Print and Online Media Managers]. *MediaAl'manah*, 2, 49–56. (in Russ).
- Dudchenko, Z. F. (2014). Lichnostnye osobennosti uspešnyh zhurnalistov [Personal characteristics of successful journalists]. *Uchenye zapiski SPbGIPSR*, Vol. 21, 1, 7–12. (in Russ).

Klochkova, A. V. & Zaharenko, N. A. (2023). Social'no-psihologicheskoe samochuvstvie studentov: rezul'taty sociologicheskogo issledovaniya [Socio-psychological well-being of students: results of a sociological study]. *Pedagogika i psihologiya obrazovaniya*, 1, 176–189. (in Russ).

Lazutina, G. V. (2019). Deontologiya zhurnalistiki kak sfera nauchnogo znaniya [Deontology of journalism as a field of scientific knowledge]. *Social'no-gumanitarnye znaniya*, 8, 202–219. (in Russ).

Lazutina, G. V. (2009). Osobennosti professional'noj deyatel'nosti zhurnalista s pozicii sistemnogo podhoda k ee izucheniyu [Features of the professional activity of a journalist from the standpoint of a systematic approach to its study]. *Vestnik MGU. Series 10: Zhurnalistika*, 5, 80–93. (in Russ).

Prohorov, E. P. (2009). *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to journalism theory]. Moscow: Aspekt-Press Publ. 351 p. (in Russ).

Radaev, V. V. (2023). *Prepodavanie v krizise* [Teaching in crisis] Moscow: HSE Publ. 200 p. (in Russ).

Svitich, L. G. (2023). *Sociologiya zhurnalistiki* [Sociology of journalism]. Moscow: YUrajt Publ. 397 p. (in Russ).

Smirnova, O. V., Demina, I. N., Steblovskaya, S. B. & SHkondin, M. V. (2022). Zhurnalistika kak faktor preodoleniya haotizatsii mira povsednevnosti [Journalism as a factor in overcoming the chaos of the world of everyday life]. *Vestnik VUiT*, 2 (38), 257–267. (in Russ).

Trubnikova, N. I., Malikova, E. V. & Manuzina, E. B. (2020). Emocional'nyj intellekt kak professional'no vazhnoe kachestvo vypusknikov pedagogicheskogo vuza [Emotional intelligence as a professionally important quality of graduates of a pedagogical university]. *Vestnik Altajskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 4, 67–71. (in Russ).

Trufanova, E. O. (2017). «Situacionnoe znanie» i ideal ob'ektivnosti v nauke [“Situational knowledge” and the ideal of objectivity in science]. *Epistemology & Philosophy of Science*, 4, 310–312. (in Russ).

SHesterkina, L. P. (Ed.) (2016). *Universal'naya zhurnalistika* [Universal journalism]. Moscow: Aspekt-Press Publ. 480 p. (in Russ).

#### **Информация об авторе**

**А. В. Пенязь** – преподаватель Института опережающих технологий «Школа Икс».

#### **Information about the author**

**Anastasia V. Peniaz** – teacher of Institute of Emerging Technologies «X School».

Статья поступила в редакцию 02.09.2023; одобрена после рецензирования 24.02.2024; принята к публикации 26.02.2024.

The article was submitted 02.09.2023; approved after reviewing 24.02.2024; accepted for publication 26.02.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.