

СТАТЬИ

УДК 378.1

**К ВОПРОСУ ОТБОРА СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО КОМПОНЕНТА ОБУЧЕНИЯ
СПЕЦИАЛИСТОВ ТЕЛЕИНДУСТРИИ****Алексеева Т.В.***ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения»,
Санкт-Петербург, e-mail: dekan-ftkit@gukit.ru*

Для успешного функционирования медиаиндустрии необходима подготовка квалифицированных профессиональных специалистов, и телеиндустрия не является исключением. Поскольку существует мнение исследователей медиаиндустрии, что практический опыт телевизионного производства преобладает над теоретической составляющей, то можно предположить, что педагогам, осуществляющим подготовку будущих специалистов медиаиндустрии, целесообразно строить педагогический процесс с применением технологии опережающего обучения. Для реализации предлагаемой педагогической технологии необходимо создание условий, обеспечивающих опережение, посредством включения в содержательный компонент подготовки будущих специалистов телеиндустрии тем, освещающих современные и актуальные процессы, происходящие в данный момент в медиаиндустрии. В статье затрагивается проблема отбора опережающего содержательного компонента для освоения будущими специалистами телеиндустрии, на примере современного глобального процесса, имеющего место сегодня в медиаиндустрии, интеграции интернета и телевидения. Предлагается логика рассуждений, начиная с изучения истории зарождения интеграции, перехода к определению предпосылок появления коллаборации и к обозначению тенденций интеграции интернета и телевидения, одной из которых является новый вид медиапотребления, приведший сегодня телевидение к использованию второго экрана. Автор предполагает, что качество подготовки будущих специалистов телеиндустрии повысится, если содержательный компонент обучения формировать с учетом анализа аспектов активных процессов, происходящих в современном медиапространстве.

Ключевые слова: подготовка специалистов, медиаиндустрия, телеиндустрия, содержательный компонент, педагогические технологии, опережающее обучение

**TO THE QUESTION OF THE SELECTION OF THE CONTENTING COMPONENT
OF TRAINING SPECIALISTS OF TELEINDUSTRY****Alekseeva T.V.***St. Petersburg State Institute of Film and Television, St. Petersburg, e-mail: dekan-ftkit@gukit.ru*

The successful functioning of the media industry requires the training of qualified professionals, and the television industry is no exception. Since there is an opinion of researchers in the media industry that the practical experience of television production prevails over the theoretical component, it can be assumed that it is advisable for teachers who train future specialists in the media industry to build a pedagogical process using advanced learning technology. To implement the proposed pedagogical technology, it is necessary to create conditions that are ahead of schedule by including topics that cover modern and relevant processes currently taking place in the media industry in the content component of the training of future television industry specialists. The article touches on the problem of selecting an advanced content component for the future development of the television industry, for example, the modern global process taking place today in the media industry, the integration of the Internet and television. A logic of reasoning is proposed, starting with a study of the history of the origin of integration, proceeding to determine the prerequisites for the emergence of a collaboration and to identify trends in the integration of the Internet and television, one of which is a new type of media consumption, which today has led television to use a second screen. The author assumes that the quality of training of future television industry specialists will increase if the content component of training is formed taking into account the analysis of aspects of active processes taking place in the modern media space.

Keywords: training of specialists, media industry, television industry, content component, pedagogical technologies, advanced training

В настоящее время система высшего образования ориентирована на внедрение актуализированных федеральных государственных образовательных стандартов, утвержденных компетенции которых инициируют корректировки и изменения в содержании образования. В педагогической системе формирования компетенций немаловажным является содержательный компонент, отвечающий за накопление и систематизацию знаний. В связи с этим вопрос обновления содержательного компонента обучения основных образова-

тельных программ приобретает особую значимость не только у современных исследователей, но и у педагогов. Подготовка будущих специалистов медиаиндустрии не является исключением.

Цель исследования: повышение качества подготовки будущих специалистов телеиндустрии посредством совершенствования процесса обновления и отбора содержательного компонента обучения в условиях недостаточности глубоко проработанных исследований на теоретическом уровне. Содержательный компонент выполняет ряд

важных функций, в том числе информационную, нацеленную на отбор содержания, обеспечивающего формирование компетенций [1]. Однако в случае телеиндустрии процесс отбора конкретного содержания приобретает особую значимость, поскольку наличие практического опыта телепроизводства преобладает над теорией телевидения [2]. В связи с этим подготовку современных специалистов для телеиндустрии предлагается вести с применением педагогической технологии, предусматривающей построение учебного процесса на опережающей основе, автором которой является педагог-новатор С.Н. Лысенкова [3].

Автор метода опережающего обучения С.Н. Лысенкова считает, что для перспективной подготовки должны быть созданы условия, обеспечивающие опережение. Один из ключевых моментов предложенного метода заключается в одновременном включении путем приближения к изучаемому в данный момент материалу дополнительных важных вопросов в преподавании содержания учебного материала. В связи с этим осуществлять перспективное изучение будущих тем и разделов образовательной программы позволит использование опережающих наблюдений, исследований и экспериментов как содержательного компонента обучения. Таким образом, учитывая, с одной стороны, преимущества опережающей технологии обучения, а с другой, недостаточность теоретических познаний и фундаментальных исследований в области телевизионного производства, целесообразно предположить, что обучение будущих специалистов телеиндустрии будет опережающим, если построение содержательного компонента обучения данных специалистов вести на основе глобальных и активных процессов, происходящих в современном медиапространстве.

Материалы и методы исследования

Одним из таких глобальных и активных современных процессов, происходящих сегодня в медиапространстве, является интеграция интернета и телевидения, кардинально влияя на концепцию медиапространства. Исчезновение радио, печати и телевидения ожидалось после возникновения Всемирной сети, которая постоянно увеличивает свою аудиторию. Однако традиционные медиа до сих пор существуют, видоизменяясь и приобретая новые черты, они не только не исчезли, но и начали успешно интегрироваться в интернет, формируя тенденции медиапотребления и внося изменения в функционирование медиапространства. Именно эти новшества до конца не изучены и нуждаются в теоретическом обосновании и осмыслении, в том числе и будущими специалистами медиаиндустрии. Выявить особенности интеграции интернета и телевидения поможет комплексный подход в изучении истории зарождения

данной интеграции, в определении предпосылок появления совместной деятельности на единой площадке, в анализе телесмотрения после появления интернета, в обозначении основных тенденций интеграции интернета и телевидения. Некоторое время телевидение и интернет развивались параллельно, но сейчас эти медиа создали вполне разумную коллаборацию, которую следует рассматривать как одну из теоретических основ современной медиаиндустрии.

Результаты исследования и их обсуждение

Телевидение было изобретено в начале XX в. С развитием техники телевидение видоизменялось и шаг за шагом приобретало тот вид, который привычен сегодня: через 3 года после появления телевизионного вещания возникает звуковое сопровождение; спустя 33 года в телевидение приходит цвет; развивается спутниковое вещание, после кабельное; сегодня происходит переход на цифровое телевидение [4].

Интернет стремительно вошёл в нашу жизнь, но не сразу объединился с телевидением. Вначале Всемирную сеть использовали для общения и для поиска различной информации, в условиях быстрого развития сети появлялись новые возможности. Однако точку начала интеграции телевидения и интернета назвать трудно. Со временем телевизионный контент стал постепенно проникать на просторы сети, появилась возможность смотреть в интернете фильмы, рекламу, онлайн трансляцию телеканалов, видеохостинг YouTube, видеоблоги и т.д. Тогда никто не считал это альтернативой ТВ, так как спектр затрагиваемых тем был мал и выбора контента как такового зритель не имел. При этом за несколько лет существования YouTube количество блогеров возросло в разы, содержание видео стало самым разнообразным. Помимо YouTube в России появились другие площадки для просмотра видео, например, Rutube и Vimeo. В сети развиваются собственные жанры и форматы, которые могут позаниматься телевидение. Сегодня все чаще можно встретить блоги на телевидении в рамках различных передач не только о путешествиях, но и в социально-просветительских, когда ведущий сам себя снимает и в разговорном стиле общается со зрителем.

Формы интеграции постоянно развивались, и для телевидения появилась возможность получить обратную связь с телезрителем, организовать интернет-голосование. Такая тенденция особенно полюбилась музыкальным каналам. Например, МузТВ один из первых предоставил пользователям возможность выбрать, кто из музыкальных исполнителей достоин их ежегодной награ-

ды – музыкальной тарелки. Совершенно необязательным стало звонить в студию или отправлять смс, чтобы поддержать любимого артиста. Интернет стал своеобразной площадкой для активной коммуникации с телезрителями [5].

Следует отметить, что именно телевизионный контент начал интегрироваться в интернет, появились официальные сайты телеканалов, где ведется онлайн трансляция прямого эфира и предоставляются архивы телепрограмм для просмотра. Зрительская аудитория телеканала, не имеющая возможность посмотреть телепередачу по телевизору, теперь может посмотреть её в любое время в интернете. На сайте зритель может ознакомиться с телепрограммой, найти новости, дополнительную информацию о каких-либо акциях, конкурсах, кастингах, съемочных группах и т.д. Тем не менее это не значит, что человек сделал выбор в пользу сети. В данном случае он потребляет телевизионный продукт просто с помощью других технологий, которые удобны ему. Такой вид интеграции способствовал появлению SMART TV – технологии, объединившей в себе одновременно телевидение и возможность выхода в интернет и позволившей пользователю с телевизора просматривать почту, играть в игры, смотреть ролики на YouTube и в любой момент смотреть телевидение, независимо от времени [6].

Как отмечалось выше, интеграция в случае интернета и телевидения носит характер двусторонней. Информационные сайты благодаря технологической оперативности объективно быстрее доставляют новостной контент, однако телевидение продуктивнее справляется с неким профессиональным анализом по интересующему вопросу. С появлением телефонов с камерами и возможностью моментального выкладывания контента в интернете возникло понятие «мобильный репортер». Очевидцы того или иного события получили возможность незамедлительно делиться новостями в сети. Максимальная оперативность и освещенность с разных сторон, несомненно, привлекают пользователей и зрителей. Для телевидения «мобильный репортер» стал незаменимым помощником не только в целях оперативности в репортажах, особенно, если новость экстренная. Не всегда съемочной группе удается осветить все, поскольку невозможно предугадать – где и когда произойдет чрезвычайное событие. Одним из самых ярких примеров использования «мобильного репортера» на отечественном телевидении является Челябинский метеорит в 2013 г. Новостные сюжеты были переполнены видео с автомобильных видеореги-

страторов и мобильных телефонов. Сегодня же «мобильный репортер» пользуется популярностью как у традиционных СМИ, так и у интернет-изданий [7].

Коллаборация телевидения и интернета существует не только в информационном поле деятельности, но и в развлекательных аспектах. С целью привлечения молодой аудитории на телевидение многие популярные интернет-форматы транслировались в оригинале. Например, Первый канал транслировал интернет-обзор «This is хорошо», а телеканал Перец «+100500». Блогеры, будучи успешными в интернет-сфере, стали частыми гостями разнообразных ток-шоу; кроме пассивного участия, звезды интернета постигают мастерство телеведущих. Очень часто на российских телеканалах можно встретить ведущих, которые были приглашены вести передачу благодаря своей интернет-популярности. Например, Катя Клепп, Анастасия Ивлеева, Юрий Дудь. В свою очередь, разработчики интернет-контента используют телевизионные устои, например жанры, которые уже давно привычны на телевидении. Интервью-беседа, документальные фильмы, ток-шоу, развлекательные передачи сегодня можно встретить в интернете не просто как телепродукт, а как оригинально созданный интернет-контент. Например, основа, на которой строится русскоязычное авторское интернет-шоу «вДудь», – интервью, а известный блогер на сегодняшний день Анастасия Ивлеева строит свое шоу по телевизионным канонам, используя работу специального корреспондента и кадры из студии. Несомненно, такое сотрудничество способствует привлечению аудитории обеих сторон, её перераспределению между ними и, как следствие, изменению показателей телесмотра.

Развитие технологий привело к появлению многофункциональных информационных устройств, таких как смартфоны, планшеты, ноутбуки, которые дали зрительской аудитории дополнительные возможности потребления информации, трансформировав телесмотрение в медиапотребление. Зрители активно пользуются разнообразными устройствами для просмотра медиа. Стала доступна возможность выбора наиболее удобного способа потребления контента. Восприятие самой информации также изменилось. Современному человеку сложно сконцентрировать своё внимание только на чем-то одном. Однако внедрение современных девайсов не исключило телесмотрение, а скорее видоизменило его, разделив на два экрана: «главный» – телевизор или ноутбук, который транслирует ту или

иную передачу, и «второй экран» – смартфон или планшет. Как оказалось, причины, заставляющие людей использовать смартфоны во время просмотра телевизионной программы – самые разнообразные. Исследования AdReaction-2014 показали, что в основном зрители отвлекаются от просмотра телепрограммы, для того, чтобы заполнить рекламную паузу. Еще одна из распространенных причин – общение с друзьями в социальных сетях на отвлеченные темы. Оторваться в любой момент от передачи человек может еще и потому, что считает ее для себя лишь фоном. Реже всего причиной является малоинтересная составляющая сюжета или повторы. Почти одна треть зрителей нашей страны использует телевизор и дополнительное устройство не только параллельно, но и в целях поиска интересующей их информации, связанной с передачей или ее темой, зрители заинтересованы в получении большей информации о телепередаче [8]. Как проводились съемки, о героях, бюджет, интересные факты и т.п., менее популярно обсуждение телепередачи или фильма с другими людьми. Также «параллельное устройство» используют для того, чтобы взаимодействовать с телевизионной программой напрямую. Примером этому могут являться своеобразные голосования и интерактивы. Таким образом, синдром дефицита внимания зрителя повлек за собой развитие так называемого «расширенного просмотра» и получение информации одновременно с нескольких экранов стало новой тенденцией медиапотребления. Зрители приобретают новые «телепривычки», которые активизируют телевидение к поиску методов удержания внимания зрителя на предоставляемом контенте и которые влекут за собой появление специальных приложений для расширенного просмотра.

Понятие «расширенный просмотр» пришло из журналистики вслед за понятием «расширенное чтение», появление которого, в свою очередь, связано с появлением в 2012 г. нового формата подачи интернет-материалов – лонгрид [9]. И хотя специфической особенностью данного формата является большое количество текста, за небольшое время существования формат получил популярность и доказал, что может успешно существовать в эпоху коротких интернет-постов. Лонгрид представляет собой длинный текст (более 16 000 слов), который содержит в себе мультимедийные элементы: фотографии, видеоматериал, аудио, инфографика – все это лаконично добавлено в текст. Таким образом, в любом тексте есть моменты, которые можно осветить с помощью другого медиа. Благодаря такой

системе у пользователя возникает ощущение «расширенного чтения» (англ. *extended reading experience*). Теперь человек может не только просто прочитать, но еще и увидеть, услышать в рамках одного формата – все это дает возможность рассмотреть интересующий вопрос под другим углом и с разных точек зрения. Мультимедийные элементы, которые формируют «расширенное чтение» выступают как полноправные части повествования, без которых история рассыпается [10].

В случае телевидения элементом, организующим «расширенный просмотр», выступает гаджет зрителя, дающий возможность отвлечься и получить информацию о передаче, которая в данный момент транслируется по телевизору. Однако на данном этапе телевидение может лишь значительно углубить информацию посредством использования новых технологий, предложить дополнительную информацию на втором экране, но полностью обязать зрителя пользоваться своим гаджетом во время просмотра не может. Отличие расширенного чтения и просмотра в том, что «расширенный просмотр» не может стать полноправным форматом телевизионного потребления. Для того, чтобы, аналогично с лонгридом, иметь со вторым экраном равноценный контент, нужно, чтобы использование смартфонов во время просмотра телевизора увеличилось, что возможно при возникновении потребности у зрителя в поиске «связанного контента». Можно предположить, что «расширенный просмотр» может перерасти в полноценный телевизионный интерактивный формат, с помощью которого телевидение приобретет дополнительный объем зрительской аудитории.

На сегодняшний день изучение такого многостороннего вопроса, как коллаборация интернета и телевидения, не должно оставаться за пределами содержательного компонента обучения специалистов телеиндустрии именно потому, что интеграция продолжается и активизирует другие важные процессы индустрии, освещение которых необходимо для создания условий опережающего обучения.

Заключение

Таким образом, развитие интеграции интернета и телевидения изменяет привычки телезрителей, предлагая новые тенденции медиапотребления, которые сегодняшние специалисты медиаиндустрии не могут игнорировать. Телевизионное вещание перестает быть только в рамках телевизора, оно увеличивает радиус воздействия, что

обязывает сегодняшних и будущих специалистов медиаиндустрии приобретать компетенции, позволяющие успешно осуществлять свои трудовые функции. Совместная коллаборация, выгодно используя новую «телепривычку», повлекла за собой возникновение нового медиапотребления – «расширенного просмотра», когда телезрители ищут связанный контент, чтобы дополнить просмотр и сделать его более «объемным». Телевидение, уловив новую тенденцию, создало специальные мобильные приложения второго экрана, которые во время трансляции той или иной передачи предоставляют зрителю дополнительную информацию. Данный практический опыт необходимо изучать, анализировать и обобщать с целью использования при формировании содержательного компонента опережающего обучения будущих специалистов телеиндустрии. Освещение таких глобальных современных процессов медиаиндустрии, как интеграция интернета и телевидения, целесообразно начинать с истории и предпосылок возникновения, что позволит более глубоко и содержательно вовлечь будущих специалистов в профессиональную деятельность, осознать и понять многие аспекты существующей медиаиндустрии, обусловленные современными тенденциями. Грамотный педагогический подход к отбору содержательного компонента на основе изученных особенностей интеграции интернета и телевидения позволит создать условия, обеспечивающие опережающее обучение, и повысить качество подготовки современного специалиста телеиндустрии.

Список литературы

1. Антропова Л.И., Казикин А.В., Лешер О.В. Формирование коммуникативной креативности студентов вуза: организационно-содержательный компонент // Международный электронный научный журнал «Перспективы науки и образования». 2019. № 3. [Электронный ресурс]. URL: https://pnojurnal.files.wordpress.com/2019/07/pdf_190309.pdf (дата обращения: 30.07.2019).
2. Третьяков В.Т. Теория телевидения: ТВ как неоязычество и как карнавал. Курс лекций. М.: Ладомир, 2015. 664 с.
3. Лысенкова С.Н. Когда легко учиться: из опыта работы учителя начальных классов московской школы 587. М.: Педагогика, 1985. 176 с.
4. Цифровое телевизионное вещание. Везде и всегда, для всех и для каждого: сборник. М.: Научно-исследовательский институт радио (НИИР), 2014. 481 с.
5. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов. Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с.
6. Сухачева А.А. О будущем телевидения. Эволюция интернет-ТВ уже стартовала // Новый Репортер. 2013. [Электронный ресурс]. URL: <https://newreporter.org/2013/04/30/obudushhem-televideniya-evolyuciya-internet-tv-uzhe-startovala/> (дата обращения: 03.08.2019).
7. Ботарева А.В. Мобильный репортер в Интернет-СМИ: функции, темы, виды медиатекста // Язык и репрезентация культурных кодов. VII Всероссийская с международным участием научная конференция молодых ученых (г. Самара, 19 мая 2017 г.). Материалы и доклады Часть II. / М-во образования и науки РФ; Самар. нац. исслед. ун-т им. С.П. Королева (Самар. ун-т), под общ. ред.: А.А. Безруковой Самара: изд-во «Инсома-пресс», 2017. С. 174–176.
8. Фролов Д. Второй экран. // Research&Trends. Дата публикации: 31.03.2015. [Электронный ресурс]. URL: https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_1002.html (дата обращения: 05.08.2019).
9. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие для студентов выс. учеб. заведений. М.: Аспект-Пресс, 2019. 400 с.
10. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2010. 200 с.