Марина Михайловна Янгляева

marinapavlikova@mail.ru

Тамара Сергеевна Якова

t-yakova@mail.ru

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

**Журналистское образование в Европе и США в XXI веке: профессиональные приоритеты**

Авторы демонстрируют результаты медиагеографического исследования в области журналистского образования в Европе и США в XXI веке, опираясь на анализ больших данных и работы зарубежных социологов.

Ключевые слова: журналистика, журналистское образование, профессиональная идентичность, медиагеографический подход

Представляем результаты исследования образовательных программ ведущих журналистских школ США (Северо-западный университет, Университет Миссури, Нью-Йоркский университет и т.д.) и Европы (Университет Амстердама, Университет Лондона, Кардиффский университет, Цюрихский университет и т.д.) на предмет выявления основных приоритетов в подготовке студентов-журналистов и других специалистов в сфере массмедиа и коммуникаций. Изучив ряд зарубежных исследований в области социологии журналистики (профессиональная идентичность, место журналистики в обществе, роли журналистов и профессиональная социализация, институциональные ценности) [2; 3; 4] и исходя из рейтингов лучших школ журналистики и массовых коммуникаций (первый этап исследования), авторы пришли к заключению о прикладном характере профиля журналистского образования в зарубежных университетах, прежде всего в американских. Его отличительной чертой является фрагментарная теоретическая подготовка при упоре на обучение цифровым технологиям, стажировку в местных или национальных массмедиа до и во время обучения, творческое письмо, менеджмент, рекламу и PR и пр., то есть навыки освоения ремесла. В американских вузах такая направленность обучения наблюдается традиционно в течение многих десятилетий, и в данный момент мы фиксируем неизменность тренда. Новые штрихи к данному тренду состоят только в добавлении требований к тому, что зачастую называется technical skill. В некоторых европейских школах мы наблюдаем сегодня похожую ситуацию, но в небольшой части вузов в программы включены такие предметы, как корпоративная и политическая коммуникация, история и теория медиа и др.

Второй этап исследования базировался на медиагеографическом подходе и включал в себя ранговый и медиаметрический анализ [1]: авторы рассматривали динамику интереса интернет-аудитории разных стран мира к таким темам, как идеология журналистики, профессия журналиста, журналистское ремесло, журналистская этика, работа журналиста, расследовательская журналистика, желтая журналистика, теория и история медиа, медиакультура и др. Результаты анализа показали, что уровень интереса к журналистике как профессиональной деятельности по перечисленным категориям выше всего в США, также высоко проявлен интерес в Великобритании, Нидерландах, Дании, Швейцарии, школы журналистики которых возглавляют рейтинги лучших вузов в этой сфере образования. Отметим также интерес интернет-пользователей к политической журналистике в Китае и Франции и к журналистскому образованию в Индии и Пакистане. В целом интерес к профессии журналиста (категория: работа и образование) проявлен в 67 странах мира.

Литература

1. Якова Т. С., Янгляева М. М. Медиагеография. М.: ИКАР, 2019.

2. Davis M. Why journalism is a profession // Journalism ethics: A philosophical approach / Ch. Meyers (Ed.). New York: Oxford University Press, 2010. P. 91–102 https://academic.oup.com/book/7507/chapter-abstract/152441704?redirectedFrom=fulltext.

3. Hanitzsch T. Professional identity and roles of journalists // Oxford University Press. 2017. 26 Oct. URL: https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-95?rskey=7Ccvyu.

4. Belair-Gagnon V., Revers M. Sociology of journalism // Journalism. Handbooks of communication science. Book 19 / T. Vos (Ed.). Berlin: De Gruyter Mouton, 2018. P. 257–280. URL: https://eprints.whiterose.ac.uk/132762/3/Belair-Gagnon%20%2526%20Revers%202018-The%20Sociology%20-%20Unknown.pdf.