А. В. Якунин

Санкт-Петербургский государственный университет

НОВЫЕ ПРИОРИТЕТЫ В ОБРАЗОВАНИИ ПО ПРОФИЛЮ «МЕДИАДИЗАЙН»

Новые условия в медиасреде предъявляют и новые требования к комплексу компетенций современного выпускника по профилю визуальной журналистики. Он должен

* в достаточной степени владеть технологиями проектирования и производства медиапродукта;
* самостоятельно ориентироваться в изменениях (подчас стремительных) массового вкуса, уметь отличать временные колебания эстетической нормы от необратимых изменений фазового характера;
* уметь адаптировать свою деятельность к различным медиасредам (графика, кино, интерактивный медиапродукт), что подразумевает способность кодировать визуальное сообщение в различных визуальных дискурсах с равной эффективностью.

На сегодняшний день на факультете журналистики СПбГУ уже сложилась эффективная система преподавания дисциплин по профилю «Медиадизайн». Но программе профильного обучения нового поколения необходим единый теоретический и методологический фундамент, своеобразный «задел на будущее», в рамках которого возможно синергетическое объединение фотожурналистики, дизайнерской практики и разработки интерактивной медиапродукции. Решить данную проблему поможет новый принцип методической организации профильного обучения на старших курсах. Его суть – приоритет междисциплинарности в стратегии обучения, ориентация на сближение методологической базы формируемых компетенций независимо от отрасли и медиасреды, в которой профессионально реализуется выпускник.

В условиях жесткой конкуренции за внимание массовой аудитории и бурного прогресса медиатехнологийостро ощущается потребность в новойтеории визуальных коммуникаций в области медиадизайна. Как нам представляется, основания такой теории должны быть заложены на двух уровнях: **Теоретическое осмысление первого уровня** должно исследовать визуальную организацию и формы презентации медиапродукта, деятельность по его производству и его использование в социальной практике с помощью традиционных эстетических принципов и подходов к созданию визуального текста.

Предметную область **второго уровня теории визуальных медиакоммуникаций** должен составить комплекс антропологичеких проблем, связанных с культурологическим, семиотическим и социально-прагматическим аспектами визуального знака. При этом эстетические закономерности первого уровня, традиционно рассматриваемые как основной фактор творческой деятельности в сфере медиадизайна, за счет семиотических и культурологических аспектов могут быть расширены до уровня самостоятельной области исследований – антропологии визуальных медиакоммуникаций.

Мы предлагаем в качестве учебно-методической базы нового поколения следующий комплекс взаимосвязанных дисциплин.

1. «Семиотика визуального текста» – курс, посвященный взаимоотношениям текста и изображения в системе кодов (*как* изображение кодирует и транслирует смысл).

2. «Введение в визуальную культуру» – курс, ориентированный на повышение художественного восприятия и развитие искусствоведческих компетенций, актуальных для дизайнерской практики (подразумевает профессиональную идентификацию изображения: *что* именно изображено).

3. Социальная антропология визуального текста – курс, посвященный роли медиаизображения в социальной практике (вопрос о прагматике медиапроизводства – *зачем* создается это изображение).

Методологический фундамент данных дисциплин, связующий воедино фактический, коннотативный и прагматический аспекты изображения, способен значительно повысить уровень эрудиции начинающего дизайнера, обеспечит синергетический эффект в формировании компетенций выпускника и выведет его профессионализм на уровень, соответствующий современному.