



МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

MEDIA EDUCATION

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-2-471-484

EDN: IWSKHN

УДК 378.147:070

Научная статья / Research article

Взаимодействие академического и индустриального полей в университетском образовании медиаспециалистов

И.П. Куманева 

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Российская Федерация*
✉ ikumaneva@hse.ru

Аннотация. Проведен анализ взаимодействия академического и индустриального полей при вовлечении медиаспециалистов в образовательный процесс программы «Медиакоммуникации». На материалах глубинных интервью с преподавателями и практикующими специалистами выявляются устойчивые различия в ценностных ориентациях, эпистемологических установках и критериях оценки образовательных результатов. Теоретическую основу исследования составляют концепция социальных полей П. Бурдьё и теория неявного знания М. Полани, критически переосмысленные в контексте современного высшего образования. Доказано, что взаимодействие полей – не конфронтация, а динамичное переговорное пространство, где ключевую роль играют практикующие специалисты с гибридным габитусом, выступающие «переводчиками» между академическим и индустриальным дискурсами. Сделан вывод, что устойчивость этого взаимодействия полей достигается координацией: академическая рамка обеспечивает методологическую строгость, индустриальная – актуальное содержание. Конкурентоспособность образовательных программ зависит от способности конвертировать неявный профессиональный опыт в легитимный академический ресурс при сохранении университетской автономии.

Ключевые слова: образование, медиакоммуникации, практико-ориентированное обучение, социальные поля, неявное знание, Пьер Бурдьё, Майкл Полани

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Куманева И.П., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

История статьи: поступила в редакцию 18 февраля 2026 г.; отрецензирована 4 марта 2026 г.; принята к публикации 10 апреля 2026 г.

Для цитирования: Куманева И.П. Взаимодействие академического и индустриального полей в университетском образовании медиаспециалистов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 2. С. 471–484. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-2-471-484> EDN: IWSKHN

The Interaction of Academic and Industrial Fields in the University Education of Media Specialists

Irina P. Kumaneva 

HSE University, Moscow, Russian Federation

 ikumaneva@hse.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of the interaction of academic and industrial fields in the involvement of media specialists in the educational process of the Media Communications program. Based on the materials of in-depth interviews with teachers and practicing media specialists, persistent differences in value orientations, epistemological attitudes, and criteria for evaluating educational outcomes are revealed. The theoretical basis of the research is P. Bourdieu's concept of social fields and M. Polanyi's theory of tacit knowledge, critically reinterpreted in the context of modern higher education. It is proved that the interaction of fields is not a confrontation, but a dynamic negotiation space, where practitioners with hybrid habitus play a key role, acting as “translators” between academic and industrial discourses. It is concluded that the stability of this interaction of fields is achieved by coordination: the academic framework provides methodological rigor, and the industrial framework provides relevant content. The competitiveness of educational programs depends on the ability to convert implicit professional experience into a legitimate academic resource while maintaining university autonomy.

Keywords: education, media communications, practice-oriented learning, social fields, tacit knowledge, Pierre Bourdieu, Michael Polanyi

Conflicts of interest. The author declares no conflict of interest.

Article history: submitted February 18, 2026; revised March 4, 2026; accepted April 10, 2026.

For citation: Kumaneva, I.P. (2026). The Interaction of Academic and Industrial Fields in the University Education of Media Specialists. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(2), 471–484. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-2-471-484> EDN: IWSKHN

Введение

Современный процесс подготовки специалистов для медиаиндустрии в России сталкивается с фундаментальным вызовом: с одной стороны, университеты стремятся сохранить автономию, ориентируясь на формирование критического мышления, системности и рефлексии, а с другой – медиаиндустрия требует скорости, актуальности и коммерческой эффективности. Среди

компетенций, востребованных в будущем, четко обозначаются те, за которые традиционно отвечают университеты, – критическое мышление, творчество и инновации, навыки сотрудничества между людьми, адаптивность, умение учиться и открытость изменениям (Waligora, Gorski, 2025).

Вопросы подготовки будущих журналистов и медиаспециалистов регулярно поднимаются в российском и зарубежном научном дискурсе, однако основной акцент традиционно делается на журналистское образование – как на более институционализированную и исторически устоявшуюся область (Базикийн, 2024; Будник, 2023; Волкова и др., 2020; Куманева, 2024; Орлова, 2025; Орлова, Куприянова, 2025; Распопова, 2011; Тулупов, 2021; Фатеева, 2007; Maniou et al., 2020). Направление «Медиакоммуникации» (код 42.03.05) было введено в российскую систему высшего образования лишь в 2015 г.¹, что обуславливает фрагментарность исследований, посвященных именно этой программе. Кроме того, все это время продолжает формироваться дискуссионное поле о качественном обучении студентов, включая участие индустриальных партнеров.

На рынке труда сохраняется парадокс: при высоком уровне конкуренции соискателей (индекс по направлению «Искусство, развлечение, массмедиа» – 36,2) эксперты отмечают острый дефицит квалифицированных кадров, способных работать в современных социально-политических и технологических условиях². Аналогичный разрыв между академической подготовкой и рыночными требованиями наблюдается и в условиях иной политической, культурной и институциональной среды (Wang, 2022). Эта дихотомия поддерживает дискуссию о том, как обеспечить баланс между академическим знанием и профессиональным опытом.

Особую роль в этом контексте играет вовлечение медиаспециалистов – носителей актуального, контекстуального и часто неявного знания. Как отмечал М. Полани, «стать знатоком, так же как и стать умельцем, можно лишь в результате следования примеру в непосредственном личном контакте» (1985, с. 88). Он подчеркивал, что «студенты обязательно должны пройти длинный курс практического обучения под руководством опытного учителя» (Полани, 1985, с. 89). Это указывает на фундаментальную роль личного опыта и мастерства в передаче профессионального знания, того, что трудно формализовать в рамках традиционной учебной программы (Maehre et al., 2024). Подобное знание особенно ценно в индустриях, ориентированных на взаимодействие с людьми и быстро меняющиеся условия, таких как медиа.

¹ Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 527 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации» (с изм. и доп.) // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/71708700/> (дата обращения: 14.11.2025).

² Ежемесячные обзоры рынка труда: коротко о важном // HH.ru. URL: <https://stats.hh.ru/?countrySalaryDynamicChartProfArea=marketing> (дата обращения: 25.11.2025); Кадровый голод в медиа решит объединение вузов, бизнеса и профсообщества. РБК Краснодар. 2024. 23 апреля. URL: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/23/04/2024/662758a09a7947bdfc3ce408> (дата обращения: 25.11.2025).

В связи с этим, на наш взгляд, целесообразно проанализировать характер взаимодействия академического и индустриального полей при вовлечении медиаспециалистов в университетское образование. Главный исследовательский вопрос мы формулируем в рамках взаимодействия академического поля и поля медиаиндустрии на примере образовательной программы «Медиакоммуникации» Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»: как проявляются различия между представителями двух полей и как эти различия формируют специфику их взаимодействия.

Исследовательский взгляд для поиска ответа на данный вопрос направлен на сочетание двух концепций: полей в социальном пространстве П. Бурдьё (2002; 2005) и неявного знания М. Полани (1985). Автор статьи предполагает, что установленные теоретические рамки дают направление в формировании оптики на проблематику и помогают сопоставить основные положения данных концепций с изучаемой областью.

Концепция социальных полей П. Бурдьё позволяет рассматривать университет и медиаиндустрию как автономные пространства, каждое из которых обладает собственным габитусом, системой ценностей и формами капитала. Однако также справедливо отметить, что модель Бурдьё склонна к чрезмерной поляризации (Hesmondhalgh, 2006). В реальности же эти поля переплетаются. Современное образовательное пространство, особенно в сфере медиакоммуникаций, не существует изолированно от более широких социальных и информационных процессов. Социальное и информационное пространства находятся в состоянии непрерывного взаимовлияния (Евдокимов, 2025). В этом контексте университет выступает не просто как автономное академическое поле, но и как один из узлов социального пространства. Это позволяет переосмыслить взаимодействие академического и индустриального полей не как столкновение антагонистических систем, а как переговорное пространство, где возможны гибридные позиции. Концепция неявного знания М. Полани помогает понять эпистемологический разрыв, поскольку практический опыт часто невозможно вербализовать или формализовать, что затрудняет его легитимацию в академической среде.

Концепция полей социального пространства и концепция неявного знания позволяют сформулировать несколько положений. Во-первых, взаимодействие медиаиндустрии и университетов – это столкновение двух автономных социальных полей – академического и индустриального, каждое из которых обладает собственным габитусом, системой ценностей и формами капитала. Во-вторых, ключевым источником различий при взаимодействии является эпистемологический разрыв: академическое знание ориентировано на явные, формализованные модели и теории, тогда как практика опирается на неявное знание, которое трудно передать и легитимизировать в рамках традиционной образовательной системы. Здесь верно замечание В.А. Лекторского: «М. Полани подвергает критике традиционное разделение процессов научного исследования и профессионального образования, считая их сторонами единого процесса развития человеческого знания» (1985, с. 8). В-третьих, само по

себе вовлечение практиков – через проекты, курсы или мастер-классы – не устраняет этих различий, а делает их видимыми, требуя от обеих сторон рефлексивной адаптации. И, как следствие, все три положения являются основой для еще одного: не учитывая природу противоречий, возникает конфликт интерпретаций миссии образования и риск потери актуального неявного знания, что в долгосрочной перспективе может подрывать конкурентоспособность образовательной программы.

Таким образом, предложенный подход к использованию двух концепций для выявления противоречий на уровне дискурсов медиаспециалистов и их педагогических практик позволяет теоретически осмыслить и систематизировать возникающие вызовы не как случайные проблемы, а как закономерные следствия структурного и эпистемологического разрыва между двумя автономными социальными полями.

Материалы и методы

Поскольку интеграция медиаспециалистов в образовательный процесс высшей школы представляет собой зону взаимодействия двух автономных социальных полей – академического и индустриального, – сопряженную с разрывом между явным и неявным знанием (Полани), и столкновением различных габитусов и форм символического капитала (Бурдьё), для ее адекватного понимания необходим метод, способный реконструировать субъективные смыслы, невербализованные установки и стратегии участников.

Для достижения поставленной исследовательской цели был выбран ключевой метод – глубинные интервью, которые проводились с ноября по декабрь 2025 г. Общая выборка состояла из 10 преподавателей университетов и преподавателей-медиаспециалистов, каждым из респондентов было подписано информированное согласие о целях исследования, сохранении конфиденциальности и способах использования полученных данных. Исследовательская выборка была определена целенаправленно, сохраняя репрезентативность с точки зрения пола, профессионального опыта, стажа и должности в университете, а также степени/звания.

Количество участников интервью было ограничено по таким причинам, как достижение насыщения данными, существующими ресурсными ограничениями и рамками одной образовательной программы в одном университете, что обеспечило высокую гомогенность институционального и профессионального контекста. В процессе сбора информации стало понятно, что поступление существенно новой информации снизилось, поскольку все респонденты описывали опыт в рамках работы одной образовательной программы. В таких условиях респонденты оперируют сопоставимыми практиками, нормами и организационными ограничениями, поэтому новые интервью перестают генерировать принципиально новые смысловые категории.

Глубинные интервью позволили получить доступ к рефлексивному опыту преподавателей, выявить скрытые барьеры легитимации профессионального знания, а также зафиксировать динамику противоречий на институциональном, ценностном и эпистемологическом уровнях. Учитывая ограниченный круг ключевых акторов и сложность исследуемого процесса, видится перспективным в будущем расширить выборку за счет географических и других институциональных ресурсов.

Вопросы для интервью были составлены на основе категорий, приведенных ниже, анализировались конкретные проблемы исследования.

Были определены следующие общие категории: ценностно-этические противоречия; эпистемологические аспекты; о подходах к содержанию курсов; оценочные практики и категории «успеха»; рефлексивная оценка опыта. Для преподавателей-медиаспециалистов были выделены дополнительные категории: мотивация и инициация сотрудничества с университетом; организационно-административные аспекты взаимодействия; профессиональная идентичность и самовосприятие в академической среде; передача неформального опыта. Для штатных преподавателей университета отличными были только две категории: особенности институциональной координации работы в рамках руководства программой; об автономии и функции университетов. Сравнение категорий вопросов показывает, что исследование построено симметрично: оно учитывает обе стороны взаимодействия, но фокусирует внимание на разных аспектах их позиций.

Вторым ключевым методом исследования выступает качественный контент-анализ, применяемый к результатам глубинных интервью. Его использование обусловлено необходимостью систематизировать, кодировать и интерпретировать насыщенные полученные данные. Качественный контент-анализ ориентирован на реконструкцию скрытых смысловых структур, ценностных установок и эпистемологических ориентаций, лежащих в основе речи респондентов. Это особенно важно в контексте исследования, где центральную роль играют конструкты, которые проявляются опосредованно, через язык, метафоры, оценки и нарративные стратегии. Процедура анализа включала в себя выделение значимых единиц смысла в речи респондентов в соответствии с ключевыми понятиями выбранных для формирования исследовательской позиции концепций. Так, в рамках концепции полей социального пространства П. Бурдьё были определены следующие ключевые понятия: поле университета (академическое поле), индустриальное поле (поле журналистики), капитал, габитус, символическая власть, ценности поля. Для концепции неявного знания М. Полани: личный опыт, вербализация опыта, типы знания, легитимация практического знания. Полученные данные были маркированы в соответствии с этими ключевыми понятиями.

Выбранные методы обладают значительной аналитической силой для изучения сложных, рефлексивных и контекстуально обусловленных процессов. Вместе с тем они сопряжены с рядом методологических ограничений, которые необходимо учитывать при интерпретации результатов.

Результаты и обсуждение

Анализ позиций академических преподавателей и медиаспециалистов-практиков выявил сходства и различия в их дискурсах. Для анонимности использована система шифрования: А – академический преподаватель, П – приглашенный медиаспециалист, цифра – номер респондента.

Ценностно-этические противоречия. Обе группы отмечают напряженность между ценностями академии и медиаиндустрии, но по-разному ее интерпретируют. Академические преподаватели подчеркивают приоритет критического мышления и системности. Респондент А-1 считает, что «разрозненные практики не имеют значения без осмысления», а участник А-2 уточняет: «Мы не ПТУ и не краткосрочные курсы», – проводя границу между университетом и средним профессиональным образованием.

Респонденты, относящиеся к группе медиаспециалистов, напротив, акцентируют ценность оперативности, актуальности и коммерческой эффективности. Респондент П-5 четко разграничивает: «Медиа – это бизнес в первую очередь, и это имеет свои определенные ценности... Это скорость, это там виральность, это потенциальный коммерческий успех... Академическая среда несет другие ценностные установки, это про критическое мышление, беспристрастность и объективность». Респондент П-4 также указывает на конфликт этик: «И часто нужно делать не хорошо, а так, как заказал заказчик, это может быть очень дурно вкусно... и противоречит всем нормам».

Особо остро звучит проблема делегитимации знаний. Респондент А-3 фиксирует этический конфликт, возникающий, когда приглашенные медиаспециалисты призывают забыть университетские знания и навыки. Она называет это «обесцениванием труда и заслуг друг друга». Однако некоторые практики, такие как П-1, оправдывают подобную позицию необходимостью соответствия реалиям – довольно много частных ситуаций не объяснить теоретизированием и абстрактным объяснением. Таким образом, если академические преподаватели воспринимают подобные высказывания как этическое нарушение, то приглашенные медиаспециалисты – как проявление профессиональной честности.

Эпистемологические аспекты. Центральное расхождение – в понимании природы знания. Академики настаивают на теоретической основе и обобщении: А-1 подчеркивает «объяснительный потенциал» науки, А-2 – важность алгоритмов и собственного опыта студента. Преподаватели-практики делают ставку на контекстуальное знание: П-1 утверждает, что «никакая теория не научит переносить опыт между социальными контекстами», а П-3 считает знание легитимным, если оно дает рабочий продукт.

Тем не менее прослеживается и точка соприкосновения: обе стороны признают, что ни чистая теория, ни исключительная практика неэффективны сами по себе. Респондент А-3 формулирует это как необходимость *helicopter view*: «Важно выходить из университета уже что-то умея делать», но при этом сохраняя способность к обобщению. Другой респондент-практик П-5 также

пытается интегрировать оба типа знания: «Я, когда говорю о кейсах в практике... опираюсь и на теорию медиа... провожу связь, что-то, что мы делаем, практика, это, на самом деле, из чего-то проистекает».

Подходы к содержанию курсов. Представители академии выступают за строгую методологическую архитектуру курсов, основанную на балансе между фундаментом и прикладным компонентом. Респондент А-1 предлагает четкую пропорцию: «Важен динамический баланс... 40 на 60 в пользу академической среды». Солидарность выражает и респондент А-2: «Приоритет – постановка мышления, потом навыки». Данную риторику продолжает респондент А-3 и подчеркивает необходимость долгосрочной перспективы: «Запрос индустрии на готовых специалистов – это утопия». Практики, напротив, ориентируются на актуальность и проектную логику. Например, П-4 проектирует курс так, «чтобы если такой человек придет, который вот прошел такой курс, я его мог смело взять на работу».

Однако и здесь есть сближение: обе группы отвергают «натаскивание» на конкретные инструменты. Респондент П-1 критикует платформы, которые дают «7-минутные навыки», считая их бесполезными без «хорошей качественной базы». Другие отмечают, что «мастер-классы могут быть как „вау-эффект“, но не как основа программы». Таким образом, обе группы соглашались, что содержание программ курсов должно быть не просто актуальным, но и структурированным, развивающим мышление.

Оценочные практики и категории «успеха». Здесь расхождения наиболее принципиальны. Университетские преподаватели традиционно ориентируются на соответствие формальным критериям, глубину анализа и рефлексивность. Приглашенные специалисты оценивают по результату и готовности продукта. Респондент П-2 отмечает: «Когда я оценивала эти работы, у меня там были невысокие оценки у многих, потому что многие делали именно вот как бы условно по критериям... Так, что это не работает... работа не несет никакой ценности». Ее коллега респондент П-5 оценивает по применимости: «Я больше оцениваю... насколько это бы смотрелось в реальном продукте».

Рефлексивная оценка опыта. Обе группы положительно оценивают свой опыт, но мотивы различны. Университетские преподаватели ценят возможность обновления содержания и усиления связи с индустрией. Респондент А-1 отмечает: «Студенты очень хорошо берут эту обратную связь [от практиков], потому что они знают, что практик... может быть не будет как-то с ними особо церемониться». Приглашенные преподаватели же ценят возможность структурировать собственный опыт и получить признание. Так, респондент П-4 гордится тем, что «они [студенты] в резюме присылают уже строчку, пишут – прошел курс репутационного менеджмента у (имя опущено)».

Мотивация и инициация сотрудничества с университетом медиаспециалистов. Здесь важно отметить, что именно ценностные координаты выступают ключевым фильтром, определяющим дальнейшую траекторию сотрудничества медиаспециалистов и академической среды: приглашенные преподаватели, столкнувшиеся с противоречиями в оценках качества работы

или в понимании миссии образования, как правило, завершали работу на программе на ранних этапах. Этим объясняется отсутствие в выборке случаев отказа от преподавания после получения опыта – срабатывает механизм предварительного ценностного самоотбора. Практики, продолжающие работу в программе, демонстрируют либо высокую изначальную лояльность к университетам и совместимость с академической средой, либо выработанные стратегии адаптации. Респондентами чаще всего указывалась взаимная выгода как основная мотивация, выделялось обоюдное желание, отсутствие рамок, саму ценность делиться опытом, а некоторые подчеркивали свое желание оставаться в *alma mater*.

Организационно-административные аспекты взаимодействия медиаспециалистов с университетом. Традиционно представители индустрии единодушно указывают на бюрократические барьеры. Среди них выделяют сложность получения доступов к корпоративным ресурсам, сервисам. Однако все отмечают, что неформальные связи помогают преодолевать эти барьеры.

Профессиональная идентичность и самовосприятие в академической среде медиаспециалистов. Многие практики ощущают себя «между двух миров» (П-1 «застрял между социологами и практиками»; П-5 – «у меня двойная жизнь»), что порождает внутренний конфликт, но и открывает возможности.

Передача неформального опыта (медиаспециалисты). Приглашенные представители индустрии настаивают, что ключевые компетенции невозможно передать аудиторно, лекционно, теоретически и абстрактно. Участник П-2 подтверждает: «Есть вещи, которым практически невозможно научить в лекционном формате, и можно только показать на пальцах, объяснить на кейсах». Респондент П-1 заявляет: «Мы просто умеем». Эта фраза становится маркером неявного знания, которое может передаваться только путем совместной работы со студентами.

Об автономии и функции университетов. В процессе работы над интерпретацией результатов интервью было замечено, что группа академических преподавателей однозначно защищает автономию университета. Например, один из респондентов А-1 обозначил прямо: «Высшее образование должно быть элитарным. Оно доступно не всем». Все респонденты оказались едины в том, что университет не должен становиться «фабрикой кадров», но должен формировать стратегически мыслящих лидеров креативной отрасли.

Проведенный качественный контент-анализ позволил доказать устойчивый паттерн: представители академической среды и индустрии исходят из разных ценностных, эпистемологических и организационных логик, что порождает как конфликты, так и комплементарность. Университетские преподаватели стремятся сохранить автономию университета, защитить глубину мышления, кругозора, мировосприятия и обеспечить методологическую строгость. Медиаспециалисты, напротив, ориентированы на актуальность, результат и передачу неявного опыта, сталкиваясь при этом с некоторыми административными барьерами и чувствуя себя Другими в академической среде. Тем не менее мы можем фиксировать, что обе группы признают ценность друг

друга и стремятся к балансу, хотя и понимают его по-разному. Выявленные различия не являются непреодолимыми, но требуют определенной координации, взаимного уважения, признания и общего понимания образовательной миссии университета и конкретной программы, на основе которой они работают.

Респонденты подтверждают различия между автономией академического поля и давлением медиаиндустрии. Участник А-1 определяет миссию вуза как формирование «широкой картины мира», а не «навыков на завтра», противопоставляя университет колледжу и онлайн-курсам. Остальные «академики поддерживают» эту позицию: «Мы не ПТУ, где учат делать что-то руками».

Столкновение логик двух групп респондентов проявляется в разном понимании функций образования. Академическое поле ориентировано на рефлексию, системность и стратегическое мышление, тогда как поле медиаиндустрии – на «скорость, виральность, коммерческий успех и прагматическую эффективность». Это порождает конфликт легитимностей: для медиаспециалистов ценность академического знания, если оно не применимо здесь и сейчас, вторична.

Формы символической власти также различаются. Академические преподаватели легитимируют знание через методологическую строгость, рефлексивность и объяснительный потенциал. Медиаспециалисты, напротив, видят свою власть через профессиональную авторитетность и индустриальную признанность. Здесь символическая власть основана не на научной легитимности, а на социальных взаимосвязях и профессиональном влиянии.

Различные типы капитала мобилизуются обеими сторонами для утверждения своей позиции. Символический капитал преподавателей университета связан с престижем учреждения образования (респондент А-1: «Вышка... один из самых сильных университетов в стране») и научным статусом. Однако этот капитал теряет вес в глазах студентов, когда сталкивается с корпоративным брендом практиков: респондент А-3 замечает, что студенты реагируют на приход практика из крупного медиахолдинга достаточно восторженно, в то время как на приход доктора наук – гораздо сдержаннее. Преподаватели-медиаспециалисты, в свою очередь, опираются на профессиональный символический капитал, накопленный в индустрии. Это свидетельствует о перераспределении капитала: рыночная релевантность начинает конкурировать с академическим авторитетом. Административный капитал оказывается ключевым ресурсом для практиков, лишенных штатного статуса. Вся группа респондентов описывает необходимость обхода бюрократических барьеров через неформальные связи.

Габитус практикующих преподавателей формируется как гибридный, возникающий на границе двух полей. Среди опрошенных медиаспециалистов не оказалось представителей с ученой степенью. Это обстоятельство подчеркивает специфику их гибридного габитуса: отсутствие формального академического капитала компенсируется высоким индустриальным авторитетом, опо-

рой на опыт и разным опытом взаимодействия с университетом в период собственного обучения и получения образования. Это напряжение между идентичностями напрямую влияет на педагогические стратегии, которые выбирают приглашенные преподаватели-медиаспециалисты. Гибридный габитус позволяет практикам выступать в роли «переводчиков» между языками полей: респондент П-1 говорит, что пытается «переводить с языка большой академической науки на конкретные инструменты и на принципы реальной работы». Так, мы видим, что некоторыми преподавателями из индустрии образовательные цели переосмысливаются: вместо передачи готовых решений – формирование мышления.

Заключение

Респонденты отмечают невербализуемость опыта, который передается через проекты, кейсы, экскурсии и обратную связь – методы, частично вербализующие неявное знание. Представители индустрии обосновывают ценность своего знания через его реальную применимость. Отметим, что академическая среда не отвергает практическое знание, но требует его рефлексивной обработки. Таким образом, получается, что неявное знание по возможности должно быть аргументировано и обобщено, чтобы стать легитимным (явным) в академическом поле.

Через призму концепции полей в социальном пространстве Пьера Бурдьё и концепции неявного знания Майкла Полани взаимодействие академического поля и поля медиаиндустрии предстает как пространство, где сталкиваются разные логики производства знания, распределения капитала и формирования габитуса. Синтез и эффективная работа возможна не через уравнивание, а через иерархическую интеграцию: академическое знание задает рефлексивную рамку и мышление, практическое – актуальное содержание. Успех зависит от способности акторов конвертировать опыт так, чтобы он признавался обоими полями, а также от готовности университетов к гибкости.

Ограничение данного исследования связано с его локальным эмпирическим фокусом: анализ опирается исключительно на опыт одной программы. Это сужает поле генерализации результатов и требует осторожной экстраполяции выявленных паттернов. Дальнейшие исследования целесообразно направить на кросс-институциональное сравнение, что позволит проверить устойчивость полученных выводов в иных вузовских и региональных условиях.

Список литературы

- Базикян С.А. Журналистские образовательные практики: проектно-ориентированный подход // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2024. № 4. С. 78–81. EDN: OARNJK
- Будник М.В. Журналистское образование: вызовы новой реальности // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2023. № 10-2. С. 157–163. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2023-10-157-163>

- Бурдье П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой ; отв. ред., предисл. Н. Шматко. М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
- Бурдье П. Социология социального пространства / пер. с фр., общ. ред. Н.А. Шматко. М. : Ин-т эксперим. социологии ; СПб. : Алетейя, 2005. 288 с.
- Волкова И.И., Уразова С.Л., Писарева М.Н. Критерии формирования коммуникативного пространства в студенческой среде: погружение в творчество // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2020. Т. 15. № 1. С. 75–81. <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2020-15-1-75-81> EDN: EVZBSP
- Евдокимов В.А. Взаимовлияние социального и информационного пространств // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2025. № 3. С. 103–107.
- Куманева И.П. К вопросу о подготовке медиаспециалистов в Дальневосточном федеральном университете: есть ли региональная специфика, проблемы и точки роста? // Государственное управление и развитие России: цивилизационные вызовы и национальные интересы : сб. статей Конференц-сессии ИГСУ РАНХиГС, Москва, 15–20 мая 2024 г. М. : Научный консультант, 2024. С. 793–797. EDN: KOWAJL
- Лекторский В.А. Предисловие // Полани М. Личностное знание. М. : Прогресс, 1985. С. 5–12.
- Новикова Т.Е., Макарова Л.С., Буреев А.А., Жуковская Л.И. Актуальные тенденции подготовки журналистов в соответствии с требованиями профессиональных стандартов и запросами медиаиндустрии // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 3. С. 558–572. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10\(3\).558-572](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(3).558-572) EDN: GATGMQ
- Орлова М.В. Проективные инструменты как средство формирования творческого и критического мышления у студентов направления «Журналистика» // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2025. Т. 20. № 3. С. 24–33. <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2025-20-3-24-33>
- Орлова М.В., Курпьянова А.В. Практика применения коучингового подхода в системе высшего образования при подготовке журналистов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 1(55). С. 51–58. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-55-1-51-58>
- Полани М. Личностное знание / пер. с англ. М.Б. Гнедовского, Б.А. Старостиной, Н.М. Смирнова ; под общ. ред. В.А. Лекторского, В.И. Аршинова. М. : Прогресс, 1985. 344 с.
- Распопова С.С. Подходы к развитию аксиологического потенциала личности будущего журналиста // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2011. Т. 2. № 8. С. 27–36.
- Тулупов В.В. Творческая специальность в классическом университете // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2021. № 2. С. 123–128. EDN: WXOKAO
- Фатеева И.А. Профессиональная подготовка журналистов 20–30-х годов в системе формального образования: формы существования и взаимодействия с социальными институтами // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2007. Т. 1. № 1. С. 27–38. EDN: OXKIAO
- Hesmondhalgh D. Bourdieu, the media and cultural production // *Media, Culture & Society*. 2006. Vol. 28. No. 2. P. 211–231. <https://doi.org/10.1177/01634437060061682>
- Mæhre K.S., Hvitsten B.I.B., Halås C.T. Cause for concern? The value of practical knowledge in professional education // *Policy Futures in Education*. 2024. Vol. 22. No. 5. P. 810–825. <https://doi.org/10.1177/14782103231184653>
- Maniou T.A., Stark A., Touwen C.J. Journalism training beyond journalism schools // *Journalism & Mass Communication Educator*. 2020. Vol. 75. No. 1. P. 33–39. <https://doi.org/10.1177/1077695820904979>

- Waligóra A., Górski M. Competences of the future – how to educate the iGen generation // Education Sciences. 2025. Vol. 15. No. 5. Article. 621. <https://doi.org/10.3390/educsci15050621>
- Wang Li. The gap between university studies and labour market in journalism: opening educational community example in China // Heliyon. 2022. Vol. 8. No. 3. Article e11973. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11973>

References

- Bazikyan, S.A. (2024). Journalistic educational practices: a project-oriented approach. *Proceedings of Voronezh State University Series: Philology. Journalism*, (4), 78–81. (In Russ.) EDN: OARHJK
- Budnik, M.V. (2023). Journalism education. Challenges of the new reality. *RSUH/RGGU Bulletin, "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, (10-2), 157–163. (In Russ.) <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2023-10-157-163>
- Bourdieu, P. (2002). *On Television and Journalism* (T. Anisimova, Y. Markova, Trans., N.A. Shmatko, Ed.). Foundation for Scientific Research *Pragmatics of Culture*; Institute of Experimental Sociology Publ. (Original work published 1996) (In Russ.)
- Bourdieu, P. (2005). *The Sociology of Social Space* (N.A. Shmatko, Trans., Ed.). Institute of Experimental Sociology, Aletaya Publ. (Original work published 1985) (In Russ.)
- Evdokimov, V.A. (2025). Interrelation between social and information spaces. *B Proceedings of Voronezh State University Series: Philology. Journalism*, (3), 103–107. (In Russ.)
- Fateeva, I.A. (2007). Professional journalism training in the 1920s–1930s within the formal education system: forms of existence and interaction with social institutions. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, 1(1), 27–38. (In Russ.) EDN: OXKIAO
- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211–231. <https://doi.org/10.1177/0163443706061682>
- Kumaneva, I.P. (2024). On the training of media professionals at Far Eastern Federal University: Is there regional specificity, challenges, and growth points? In *State Governance and Development of Russia: Civilizational Challenges and National Interests: Conference Sessions of the Institute of Public Administration and Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, May 15–20, 2023, Moscow* (pp. 793–797). Nauchnyi Konsul'tant Publ. (In Russ.) EDN: KOWAJL
- Lektorsky, V.A. (1985). Foreword. In M. Polanyi, *Personal Knowledge* (pp. 5–12). Moscow: Progress Publ. (In Russ.)
- Mæhre, K.S., Hvitsten, B.I.B., & Halås, C.T. (2024). Cause for concern? The value of practical knowledge in professional education. *Policy Futures in Education*, 22(5), 810–825. <https://doi.org/10.1177/14782103231184653>
- Maniou, T.A., Stark, A., & Touwen, C.J. (2020). Journalism training beyond journalism schools. *Journalism & Mass Communication Educator*, 75(1), 33–39. <https://doi.org/10.1177/1077695820904979>
- Novikova, T.E., Makarova, L.S., Bureev, A.A., & Zhukovskaya, L.I. (2021). Current trends in journalism education as responding to professional journalistic standards and demands of media industry. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 10(3), 558–572. (In Russ.) [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10\(3\).558-572](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(3).558-572) EDN: GATGMQ
- Orlova, M.V. (2025). Projective tools as a means of developing creative and critical thinking in students majoring in journalism. *Scholarly Notes of Transbaikal State University*, 20(3), 24–33. (In Russ.) <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2025-20-3-24-33>
- Orlova, M.V., & Kupriyanova, A.V. (2025). Application of the coaching approach in the higher education system in the training of journalists. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, (55), 51–58. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-55-1-51-58>

- Polanyi, M. (1985). *Personal Knowledge*. (M.B. Gnedovsky, B.A. Starostina, N.M. Smirnov, Trans., V.A. Lektorsky, V.I. Arshinov, Eds.). Moscow: Progress Publ. (Original work published 1958) (In Russ.)
- Raspopova, S.S. (2011). Approaches to developing the axiological potential of future journalists. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, 2(8), 27–36. (In Russ.)
- Tulupov, V.V. (2021). Creative specialty at the classical university. *Proceedings of Voronezh State University Series: Philology. Journalism*, (2), 123–128. (In Russ.) EDN: WXOKAO
- Volkova, I.I., Urazova, S.L., & Pisareva, M.N. (2020). Criteria for the formation of communicative space in the student environment: immersion in creativity. *Scholarly Notes of Transbaikalian State University*, 15(1), 75–81. (In Russ.) <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2020-15-1-75-81> EDN: EVZBSP
- Waligóra, A., & Górski, M. (2025). Competences of the future – how to educate the iGen generation. *Education Sciences*, 15(5), 621. <https://doi.org/10.3390/educsci15050621>
- Wang, L. (2022). The gap between university studies and labour market in journalism: opening educational community example in China. *Heliyon*, 8(3), e11973. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11973>

Сведения об авторе:

Куманева Ирина Петровна, кандидат исторических наук, доцент Института медиа, факультет креативных индустрий, академический руководитель образовательной программы бакалавриата «Медиакоммуникации», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. ORCID: 0000-0003-2103-0391; SPIN-код: 7887-3757. E-mail: ikumaneva@hse.ru

Bio note:

Irina P. Kumaneva, PhD in History, Associate Professor at the Institute of Media, Faculty of Creative Industries, Academic Supervisor of the Bachelor's Degree Program in Media Communications, HSE University, 20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-2103-0391; SPIN-code: 7887-3757. E-mail: ikumaneva@hse.ru