**СОДЕРЖАНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc196553120)

[1. ПОНЯТИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ, ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ КАК ФАКТОР ОБНОВЛЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ](#_Toc196553121)

[1.1. Понятие и сущность журналистики](#_Toc196553122)

[1.2. Трансформация медиаиндустрии как фактор обновления концепция образования](#_Toc196553123)

[2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ](#_Toc196553124)

[2.1. Состояние журналистского образования](#_Toc196553125)

[2.2. Направления развития журналистского образования](#_Toc196553126)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc196553127)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc196553128)

ВВЕДЕНИЕ

Журналистика – один из самых динамичных общественных институтов, ее концепции и опыт находятся в прямой зависимос­ти от изменчивой социальной реальности, что особенно важно учитывать в сегодняшней России. Кроме того, она необычайно многообразна по формам индивидуальной творческой деятельно­сти, а это влечет за собой различия во взглядах на ее задачи, принципы, эффективность.

Отно­шения журналистики с целым рядом наук строятся как отношения частного, специального с общим, универсальным. Это можно сказать о философии, социологии, истории, филологии, кибер­нетике. В известном смысле теория журналистики является как бы мостом, соединяющим систему научного знания с редакционным производством.

Дискуссии о том, кому и как готовить журналистов, идут на протяжении десятков, если не сотен лет. Сменилось уже несколько поколений участников этих споров, но проблемы вряд ли будут когда-нибудь разрешены. Журналистика – явление для сферы образования особенное. С одной стороны, она занимает равноправное положение в семействе вузовских специальностей, и на нее распространяются общие стандарты и правила преподавания. С другой стороны, как вид деятельности она отличается публичностью, доступностью для всех активных граждан, плюралистичностью содержания, форм организации, стилей и т. п. Соответственно и мнений о том, кому и как готовить журналистов, в обществе гораздо больше, чем об обучении профессиям, которые не столь широко открыты миру.

Поэтому человек, задумавший охватить данную проблематику, сталкивается с немалыми сложностями. По мере погружения в нее он оказывается перед гигантским массивом разнородной информации, которая с трудом поддается систематизации. Но таких людей не единицы. К ним относятся и штатные преподаватели высшей школы, которым по долгу службы приходится разбираться в концепциях, проблемах и методике преподавания журналистики. И будущие работники вузов из числа аспирантов и соискателей. И организаторы популярного медиаобразования, рассчитанного на массовые слои населения. И руководители всякого рода школ журналистского мастерства при редакциях. Идут споры о том, чему и как надо учить человека, чтобы можно было считать его журналистом. Во многом это происходит из-за того, что у журналистики как вида деятельности нет своего специфического предмета. На практике те, кто называют себя журналистами, изучают огромный круг явлений культуры. Это чаще всего ловкие общительные люди, «переносчики информации».

Для создания качественно новой системы высшего журналистского образования нам следует творчески использовать принципы рыночного мышления при организации подготовки специалистов вообще и журналистских кадров, в частности.

Выбор и актуальность темы исследования продиктованы глубоким кризисом современного журналистского образования, на который указывают подавляющее большинство специалистов в этой области.

Объект исследования – отношения в сфере журналистского образования.

Предмет исследования – системный кризис журналистского образования и пути его преодоления.

1. ПОНЯТИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ, ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ КАК ФАКТОР ОБНОВЛЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

1.1. Понятие и сущность журналистики

Журналистика (от фр. journal – дневник, jour – день; восходит к лат. diurna – ежедневный) – одно из важнейших социальных явлений современной жизни, вид массово-информационной деятельности, обеспечивающей бесперебойное взаимодействие между личностью, группой людей и обществом в целом, а также между различными общественными сферами и даже между поколениями. Процесс журналистской деятельности состоит из сбора, обработки, хранения и периодического распространения актуальной общественно-значимой информации.

Синонимы к слову «журналистика» – «средства массовой коммуникации» (СМК) и «средства массовой информации» (СМИ).

Однако понятие «журналистика» не следует смешивать с понятием «средства массовой информации» (СМИ). Так принято называть журналистику в социологии, политологии, правоведе­нии, где не рассматриваются ее профессионально-творческие со­ставляющие, а внимание сосредоточено на общественном значе­нии тиражируемых сведений. В Законе Российской Федерации «О средствах массовой информации» под СМИ понимается пери­одическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, ки­нохроникальная программа, иная форма распространения массо­вой информации. Сама массовая информация трактуется как пред­назначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. Таким образом, массовая информация выступает как носитель содержания журна­листики, ее тексты.

Тексты, в свою очередь, служат целям связи и общения между людьми, или массовой коммуникации. Журналистика как средство массовой коммуникации (СМК) – посредник в общении, и в этом качестве она изучается социально-психологической наукой. Одна­ко коммуникация не заменяет собой собственно общение, взаи­модействие людей, более того – она может быть построена таким образом, что станет препятствием к общению. По этому поводу нам надо ясно договориться, чтобы в дальнейшем не подменять содержание коллективной практики процессом передачи данных.

Журналистика отражает общественное сознание и формирует его, служит обществу и одновременно является инструментом социального управления. Именно вследствие этого СМИ называют четвертой властью (вслед за представительной, исполнительной и судебной).

Работа журналиста есть акт опосредованного общения с читателями, радиослушателями, телезрителями. Это коммуникативный акт, который в самом простом виде состоит из трех компонентов:

Рис. 1. Процесс коммуникации в журналистике[[1]](#footnote-1)

Журналистская информация имеет характерные особенности.

Во-первых, это, как правило, новость. Поиск нового во всех сферах общественной жизни – в политике, экономике, науке, культуре, спорте – главное для журналиста. Впрочем, журналистика не замыкается в социальной тематике, хотя и отдает ей предпочтение. Малоизученные явления природы, открытия на земле, в небесах, в Мировом океане и космосе, в макромире и микромире, в поведении людей и животных – безграничный духовный и материальный мир, нас окружающий, ежечасно преподносит множество сюрпризов, которые журналисты должны зафиксировать и сообщить о них своей аудитории.

Во-вторых, журналистская информация должна быть оригинальной. Когда пресса изо дня в день твердит одно и то же, аудитория утрачивает интерес и к информации, и к ее источнику. Общественная значимость делает информацию интересной, причем в достаточно значительной части аудитории.

В-третьих, журналистская информация должна быть полезной. К сожалению, нередко работники СМИ в погоне за сенсационностью забывают об этом. Хрестоматийный пример: собака укусила человека – это не сенсация; сенсация – если человек укусил собаку. Однако во второй части данного парадокса речь идет о клиническом случае, представляющем интерес разве для психиатров; общество же в целом вряд ли извлечет сколько-нибудь полезную информацию из такого сообщения.

Таким образом, предметом журналистской деятельности является реальная действительность во всем ее многообразии. Журналист выступает субъектом, а массовая аудитория становится объектом, на который направлена деятельность журналиста. Понятно, что речь здесь идет об опосредованном воздействии. На аудиторию оказывают влияние различные журналистские произведения – заметки, репортажи, радио- и телепрограммы, фильмы, – являющиеся конечным результатом журналистского труда.

Распространяются эти произведения при помощи разнообразных каналов информации: газет, радиостанций, телестудий. Каждый из этих каналов обладает достаточно сложной материально-технической базой: типографиями, электронной техникой от компьютеров до спутников связи.

Таков в общих чертах механизм общественно-информационной деятельности.

Понятие «журналистика» раскрывается перед нами в целом ряде взаимосвязанных, обладающих специфическими особенностями, сторон и проявлений. Назовем шесть важнейших аспектов целостного явления.

Журналистика – это:

1. система соответствующих идеологических учреждений – редакций газет, телерадиокомпаний, информационных агентств, пресс-служб министерств и ведомств и других подразделений, необходимых для функционирования СМИ (от рекламных агентств до отделов по распространению печати, издательств, технических телецентров, ретрансляторов, радиорелейных линий и т.д.);
2. система видов деятельности по сбору, переработке и хранению информации, созданию и периодическому распространению журналистских произведений;
3. совокупность профессий, требующихся для обеспечения полноценной деятельности системы СМИ (редакторы и корреспонденты, очеркисты и сценаристы, интервьюеры и шоумены – журналистским профессиям мы посвятим отдельную главу);
4. система произведений, созданных для СМИ, опубликованных на страницах газет и журналов, включенных в радио- и телепрограммы. Это те самые репортажи и очерки, развлекательные шоу и проблемные видеофильмы, ставшие результатом творчества журналистов, – своеобразная «летопись современности», документы эпохи, отражение времени. Сюда же относятся и невербальные результаты журналистского труда: макеты газетных полос, вещательные сетки, расписания передач ТВ и радио;
5. комплекс каналов распространения информации: печать, радио, телевидение. Этот аспект отличается от первого: если первый аспект акцентирует внимание на редакционных коллективах, которыми осуществляется сбор и обработка информации, то данный аспект – о способах и средствах ее доставки массовой аудитории;
6. совокупность учебных дисциплин, изучаемых будущими журналистами, а также разделы филологической, исторической и политологической наук, исследующих различные виды практической журналистики.

Результаты опросов общественного мнения показывают, что подавляющее большинство россиян ожидает от журналис­тов и СМИ прежде всего актуальную информацию в сочета­нии с анализом происходящего. Недавний опрос группы РОМИР показал, что россияне хотят получать от СМИ прежде всего информацию о стране и мире (64 %)  
и анализ этих событий (41 %).[[2]](#footnote-2) Ни один из институтов со­временного общества не может сравниться с журналистикой – непрерывной «летописью современности» с её способнос­тью поспевать за жизнью, за «злобой дня», не упуская при этом из поля зрения ни историческую ретроспективу, ни перспек­тивное видение общественного развития. А потому приори­тетной обязанностью журналистики является информирова­ние, предоставление массовой аудитории актуальной, обще­ственно значимой информации, необходимой гражданам для ориентации в социуме и практической деятельности. Но роль института журналистики не сводится к оперативному само­описанию социума – вместе с другими общественными ин­ститутами она обязана обеспечивать его непрерывное само­познание, что не исключает другие присущие ей социальные роли. Издавна журналистика, соответствующая своему обще­ственному предназначению, была не только и не столько по­лем творческого самовыражения, публичного сообщения ин­формации и формирования общественного мнения, но облас­тью непрерывного «текущего» исследования социальной действительности.

Журналистика относится к числу так называемых открытых профессий, для работы на этом поприще не требуется лицензии, диплома или других официальных сертификатов. В редакционных кабинетах дипломированные репортеры соседствуют с людьми, которые являются специалистами других отраслей знания, а в нынешней прессе без труда можно найти и такие издания, где нет ни одного работника с профильным образованием.

Обобщая сказанное, можно дать определение понятия «журналистика»: это органичная составная часть современного общества, важный компонент социальной системы, вид творческой деятельности человека, где основой профессии является постижение жизни, объективное освещение любых сторон реальной действительности, осмысление многообразия человеческого бытия, а также специфическая форма внеличностного общения.

Являясь сложным диалектическим явлением современной жизни, журналистика – одно из важнейших орудий общественного прогресса, ибо без всестороннего развития журналистики невозможно развитие общества и человеческой цивилизации.

1.2. Трансформация медиаиндустрии как фактор обновления концепция образования

Начало XXI века ознаменовалось новыми переменами в процессе развития информационных и коммуникационных структур, оказывающими огромное влияние на медиасистемы. Беспроводной доступ к интернету и мобильная телефонная связь – ключевые элементы в новых тенденциях, наблюдаемых в медиасистемах в первые годы нового столетия.

Наиболее важными аспектами, определявшими пути развития СМИ в конце XX в., были оцифровка, глобализация и конвергенция с интернетом, ставшим основным интегрирующим фактором. Сегодня заявили о себе важные нововведения: мобильные телефоны начали демонстрировать свой интегрирующий и конвергенционный потенциал, благодаря которому они, вероятно, смогут стать новым важным элементом информационного пространства – в противовес или в дополнение к интернету. Глобальное телевидение открыло возможности для конкуренции в освещении новостей и международных отношений, особенно в сфере экономики и финансов.

История коммуникационных систем зависит как минимум от шести основных факторов – информационных потребностей, стратегии и технологий коммуникации, потребностей общества, политики, экономики и культуры.

Технологические реалии создали возможности для дальнейшего развития СМИ, в то время как политические и экономические условия, культура, социальные и коммуникационные потребности диктовали, каким должно быть содержание журналистской продукции – новости, комментарии, реклама, развлечения, спорт.

Наиболее существенный вызов для объединенной вокруг интернета коммуникационной структуры исходит от мобильных телефонов, чьим преимуществом является возможность предоставления двух коммуникационных услуг сразу – это и доступ к содержанию СМИ, и его передача, что приводит к их настоящей интерактивности. В ходе второй войны в Ираке мобильные телефоны доказали свою исключительную эффективность. Благодаря им появился очень удобный в использовании способ доступа к информации

Другим вызовом оказывается демонополизация глобальных телевизионных сетей. Арабская глобальная телесеть «Аль-Джазира» попыталась конкурировать с Си-эн-эн в освещении второй иракской войны. Благодаря таким сетям, как «Евроньюс», «Дойче велле», Би-би-си и TВ-5, глобальное телевидение стало более плюралистичным, подрывая монополию Си-эн-эн. Демонополизация глобального телевидения открыла новые пути для развития плюралистичных и ориентированных на общественный интерес медиаструктур. Взаимоотношения между глобальными, региональными и общенациональными медиасистемами стали еще одним важным фактором развития новых путей к плюрализму в медиаструктурах, базирующихся на новых технологиях, и это поднимает ключевую проблему современного развития новых СМИ: речь идет о доступе к интернету, новым средствам информации и мобильным телефонам.

С Олимпиады в Токио начался новой этап развития международного информационного пространства. Глобальное освещение Олимпиады средствами спутникового телевидения позволило жителям всех континентов одновременно наблюдать за различными соревнованиями – и это означало создание глобального информационного пространства, главным элементом которого явились глобальные телесети. Составными частями глобального информационного пространства стали не только глобальные телевизионные компании, но также и вещающие на весь мир глобальные радиостанции и газеты.

Интегрирующим стержнем глобальной информационно–коммуникационной системы на основе цифровых структур печати, радио и телевидения стал интернет. Легкий доступ к глобальной паутине и быстрое развитие ее национальных сегментов сделали интернет необходимой составляющей и международного глобального пространства, и информационных систем, и национального глобального пространства и медиаструктур.

Интернет интегрирует шесть каналов СМИ – прессу, кино, радио, телевидение, телефонию и онлайновые медиа. Это вторая ступень развития глобальной информационной системы. В интернете развивается сложная единая глобальная и одновременно национально фрагментированная информационно–коммуникационная система, которая даже может включать индивидуальные сайты, доступные во всем мире.

Структура средств массовой информации рубежа ХХ и XXI столетий, имеющая в своей основе интернет, открывает путь информационному обществу, где доступ ко всем видам информации упрощен в зависимости от наличия компьютера и возможности выхода в Сеть. Цифровой раскол становится барьером, преградой на пути реализации возможностей новых информационных технологий.

Новые и старые провайдеры содержания для новых и старых средств информации не могут удовлетворить стремительно растущий спрос, который стимулируется разнообразием СМИ и скоростью доставки информации пользователям. Тексты онлайновых версий традиционных СМИ – газет, журналов, радио и телевидения составляют значительную часть содержания в интернете. Эту же функцию в еще большей степени осуществляют информационные агентства, которые подверглись большим изменениям: в дополнение к новостному обеспечению аналитических данных они удовлетворяют спрос на обеспечение ряда видов содержания: статистические данные, графики, индексы фондовых бирж, финансовая, экономическая, техническая и научная информация, сведения о культуре, литературе, музыке, театре, кино и спорте. В результате агентства серьезно увеличили свои объемы и доли в удовлетворении общественного интереса, стали важным элементом индустрии содержания. Но еще более важную роль сыграла конвергенция, которая позволила рекламным и пиар-компаниям, сейчас тесно взаимодействующим, приспосабливать свои многочисленные услуги к новым носителям; более того, конвергенция вовлекает в качестве ресурсов содержания интернет-сайты исследовательских институтов, программных компаний, консультантов и специализированных банков данных. Конвергенция сегодня – сердцевина наиболее важных преобразований индустрии содержания, а интернет, в свою очередь, – основное его хранилище.[[3]](#footnote-3)

Реалии наших дней предъявляют к современному журналисту все более жесткие требования в профессиональных навыках и технических знаниях. Лавинообразная трансформация медиаиндустрии в последнее десятилетие диктует необходимость применения новых подходов к журналистскому образованию.

2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

2.1. Состояние журналистского образования

Сегодня журнали­стика переживает нелегкие времена. Хотя, казалось бы, коли­чество российских СМИ перманентно растет: только печат­ных периодических изданий зарегистрировано в стране око­ло 50 тысяч. Правда, фактически в свет выходит меньше половины; газеты и журналы читает всего лишь треть населе­ния.

Качественной, независимой прессы мало, зависимость от владельцев, учредителей, издателей велика. Подавляющее число журналистов вынуждено заниматься «информационным сервисом» по обслуживанию власти, бизнеса или политичес­кой элиты. Корреспонденты и репортеры, получающие ми­зерные зарплаты (особенно в провинции), вынуждены писать «на заказ», подрабатывать в качестве рекламистов или пиар-менов.

Уровень журналистики резко снизился, в результате упало доверие аудитории к СМИ.

Журналистика сегодня относится к одной из наиболее дина­мично развивающихся профессий. Чуть ли не ежегодно меняют­ся не только техника и технология производства информации, но и требования к ее форме и содержанию, а, следовательно, меняется представление о современном журналисте. Ситуация в журналистском образовании, регламентируемом стандартом, сегодня такова, что к пятому курсу знания, полученные студентом на первом, частично успевают устареть.[[4]](#footnote-4)

Сегодня вы, пожалуй, не найдете ни одного облас­тного центра, где бы специальность «Журналистика» не пре­подавалась в местном вузе (причем новоявленные кафедры стремительно преобразуются в факультеты).

Дискредитация журналистского образования началась именно с этого. Новые отделения и даже факультеты журналистики испытывают острую нехватку квалифицированных преподавательских кадров, учебно-методической литературы. Не каждый практик пожелает и сможет работать в аудитории. Не каждый дипломированный специалист, аспирант, молодой кандидат сможет сразу грамотно выстроить лекционный курс, методически верно проводить практические, лабораторные занятия и семинары – на это порой уходят годы.

Прежде, чтобы открыть новую специальность, в вузе за­являли соответствующую специализацию, готовили кадры, за­купали литературу, оборудование, постепенно осваивали спец­курсы, методику преподавания и т.д. На это уходили годы, и, когда руководство факультета (как правило, филологическо­го, в рамках которого реализовывалась, а кое-где реализуется и поныне специальность «Журналистика») приходило к выво­ду: все – или почти все – готово, принималось решение об открытии отдельной кафедры. Набор же студентов осуществ­лялся лишь после рекомендации научно-методического сове­та учебно-методического объединения университетов России и приказа Минвуза. Нередко сначала на заочное отделение, а затем – через несколько лет! – и на дневное. Сегодня этот процесс иногда занимает год-два, а то и месяцы. Неудивитель­но, что у практиков все больше претензий к выпускникам та­ких «скоропалительных» отделений и факультетов журналис­тики. Не хватает квалифицированных преподавателей, учеб­ников и учебных пособий, не хватает техники (ведь наша специальность очень затратная, если реально оснащать теле­студию, радиостудию, типографическую и фотографическую лаборатории, компьютерные классы, Интернет-центр совре­менным оборудованием).[[5]](#footnote-5)

Еще одна проблема – несовершенство учебных планов. Учебный план не должен зависеть от подбора преподавателей (хотя может и должен учитывать специфику преподавательских кадров, традиции вуза, особенности региона, рынка СМИ) – он должен составляться с учетом потребности профессии.

На взгляд А.П. Короченского, современная российская вузовская систе­ма подготовки журналистов не уделяет должного внимания психологической составляющей этого важнейшего компонен­та журналистской деятельности. Смежные с журналистикой области социальной коммуникации (реклама, пиар) в после­дние годы вступили в этап насыщения своей практики новей­шими психологическими технологиями воздействия, зачастую манипулятивными – как на уровне межличностного, так и мас­сового общения. В итоге журналисты, незнакомые с этими технологиями, нередко становятся жертвами манипулятивных влияний со стороны рекламистов и специалистов по свя­зям с общественностью.

На этом фоне особенно очевидна недостаточность неко­торых теоретических курсов, в частности, курса «Психоло­гия журналистского творчества». Они дают очень мало прак­тических знаний и навыков, необходимых журналистам для психологически грамотного общения с источниками инфор­мации, распознавания манипулятивных воздействий и адек­ватной реакции на них. Конечно, изучение теоретических аспектов психологии журналистского творчества улучшает понимание его психологических механизмов (включая когни­тивные). Но не добавляет будущему журналисту ни креатив­ности (творческого воображения и способности к практичес­кому творчеству в профессиональной сфере), ни прагмати­ческой умелости, определяемой степенью владения психологическими технологиями познавательной деятельно­сти.

Очевидна необходимость ориентированного на практику спецкурса «Психология познавательной деятельности журна­листа», вооружающего будущих профессионалов навыками пси­хологически грамотного общения с источниками информации. Речь идёт не о психологии общения как таковой, а об обучении технологиям добывания информации в разнообразных комму­никационных ситуациях: ведь главной целью общения журна­листа с источниками информации является получение необхо­димых сведений, требующее определённой психологической культуры, владения практическими приемами преодоления когнитивных барьеров, антистрессовыми техниками.[[6]](#footnote-6)

Перечислим еще несколько факторов, отмечаемых специалистами в области журналистского образования, определяющих современный кризис в этой отрасли:

* настоящих профессионалов в отрасли СМИ и массовых коммуникаций катастрофически не хватает;
* отсутствует мониторинг потребности индустрии СМИ в специалистах, нет госзаказа;
* нет системы в трудоустройстве выпускников;
* имеет место разрыв между образовательными учреждениями и средствами массовой информации;
* система профессионального журналистского образования отстает от требований бурно растущего рынка СМИ;
* нет системы в организации повышения квалификации журналистов.

2.2. Направления развития журналистского образования

Журналистика сегодня – открытая профессия, вмещающая специалистов самых разных профилей. Журналисту нужен комплекс особых профессиональных знаний, включающий особый подбор гуманитарных, социально-политических и даже естественно-научных дисциплин. Помимо умения писать тексты, современному журналисту совершенно необходимы навыки в использовании технологий. Но ещё ему нужна та профессионально-этическая подготовка, которая делает его не просто репортёром, но профессионалом, отдающим себе отчёт в возможных последствиях своей деятельности. При широком распространении современных технологий сбора и обработки информации, которые дают в руки простого пользователя всё те же технологические инструменты, что есть и у журналистов, особую важность приобретает освоение аналитического инструментария профессии.

Кроме учебников студенты должны обращаться к широкому кругу источ­ников: к произведениям выдающихся мыслителей, занимавшихся проблемами духовной жизни, и в частности прессы, к государ­ственным документам, в первую очередь к нормативно-правовым актам, к трудам исследователей журналистики

Изучение теоретического материала не даст должных результатов, если оно не будет дополняться собственной журналистской практикой.

При таком подходе к журналистской деятельности уже во время обучения профессии студент, прежде всего, должен сам овладеть определенным уровнем культуры. Первым шагом на этом пути, несомненно, станет овладение культурой филологической. Главными признаками филологической культуры мы считаем целостное постижение филологического знания и приобретение навыков пользования многообразием средств филологических наук, интерпретации художественного и публицистического текстов, готовность к постоянному совершенствованию в области филологии, потребность в развитии творческого потенциала. Формировать эту культуру возможно при взаимосвязанном изучении предметов гуманитарного цикла: русского и иностранного языков, русской и всемирной литературы, практической стилистики и литературного редактирования, основ творческой деятельности журналиста, культуры речи, поэтики словесного искусства, мировой художественной культуры и др.

Деятельностным фундаментом обучаемых является категория успешности, под которой мы понимаем совокупность социально-значимых профессиональных результатов. Результат обеспечивается той совокупностью мер, которая должна содержать в себе как минимум три очевидные цели. Необходимо знать: что делать, как делать, что необходимо иметь, чтобы это сделать. Отсюда и составляющие филологической культуры – три равновеликие пространства, каждое из которых важно для специалиста-профессионала:

– информационное (совокупность сведений о решаемой проблеме), представляемое нами триединством духовно-нравственного, общеобразовательного и собственно филологического уровня, достигнутого в результате профессиональной подготовки в процессе учебы;

– практическое (наличие конкретного опыта и навыков его пополнения), заключающее в себе триединство творческого, коммуникативного и культурологического уровней. Энергетическое пространство представляет собой изначально заложенную в человеке потребность к самореализации, саморазвитию и воплощению творческого потенциала;

– материальное (наличие некой ресурсной базы: интеллектуальной, предпринимательской, технологической), которое представляет собой триединство личностного уровня, уровня деловой активности и технологического знания. Материальное пространство являет собой пошаговое, четко структурированное и спланированное конкретно-чувственное воплощение поставленных задач.

Что же собой представляют уровни триединых пространств?

1. Духовно-нравственный уровень: психические функции и свойства личности, лежащие в основе духовных качеств, находящиеся на определенном уровне развития, чистота «экологии души», знание и сформированность норм поведения, выбор нравственного идеала. Личность отличает гуманистическое поведение, эмпатия.
2. Общеобразовательный уровень: ярко выражены познавательные потребности и гуманитарные интересы, есть мотивация к учению, прилежность в учебе, овладение сложными учебными умениями. Личность обладает универсальными интеллектуальными навыками формулировать определения, классифицировать, выявлять причинно-следственные связи, навыками самостоятельной работы.
3. Филологический уровень: представление о филологических профессиях, требованиях к ним. Субъект соотносит свои способности с ними, обладает специальными предметно-ориентированными умениями, способствующими успешному самообразованию в области филологии и дальнейшей профессиональному росту и самореализации, критически мыслит.
4. Творческий уровень: потребности к творческому труду и способность к творчеству, проявления в этом виде деятельности, развитие «специализированной» креативности. Личность имеет творческий стиль в одном или нескольких видах деятельности, оригинальна, неповторима в продуктах творчества.
5. Коммуникативный уровень: свободное участие в дискуссиях и ведении диалога, аргументации своей точки зрения. С одной стороны, личность владеет культурой общения с людьми любого возраста, с другой стороны, обладает навыками работы со средствами массовой коммуникации, умеет адекватно воспринимать и анализировать получаемую информацию.
6. Культурологический уровень: способность к эстетическому восприятию мира и себя в нем, увлеченность художественной литературой, музыкой, живописью, театром, киноискусством, различными видами народного творчества. Личность обладание культурой умственного труда, имеет представление о вкусе и моде, имеет увлечение (хобби) в одном из видов социально-значимой деятельности.
7. Личностный уровень: составная часть «Я – концепции» человека, когда можно говорить о взаимовлиянии и взаимообогащении данной подсистемы (филологического «Я») с другими структурами и подсистемами «Я – концепции». Личность обладает сформированной «Я – концепцией» (имеет адекватное представление о самом себе, включающее осознание своих интеллектуальных, физических и других способностей и качеств, самооценку и ярко выраженную индивидуальность). Имеет филологическое «Я» – совокупность представлений человека, специализирующегося в области филологии, о своих профессиональных способностях, возможностях, установках, навыках и умениях.
8. Уровень деловой активности: предприимчивость. Личность умеет применять приобретенные филологические знания, умения, навыки в жизни с целью стать профессионально и социально успешным (защищенным) человеком, научиться решать проблемы, быть инициативным, гибким, добиваться своего, уметь работать в команде.
9. Технологический уровень: потребность сделать любую работу качественно. Личность обладают сведениями о современных гуманитарных, информационно-коммуникативных и личностно-ориентированных технологиях, умеют их использовать на практике.

Достижение цели возможно только при синкретичном (гр. synkretismos – соединение, слитность) подходе, обеспечивающем тесную взаимосвязь всех вышеописанных пространств и, в свою очередь, уровней.

Кроме того, в связи с ростом объема и интенсивности входящих информационных потоков, необходимостью оценки, обработки и систематизации поступающей документированной инфор­мации будущие журналисты обязаны изучать экспертные ме­тодики, выработанные специалистами по документоведению. Речь идёт о методах анализа входящей документации с целью выявления и оценки реальной компетенции их продуцентов, определения достоверности и действительной социально-информационной ценности их содержания. В условиях, когда в редакционной практике всё более широкое распростране­ние получает использование вторичной информации, всё бо­лее насущным становится владение методиками изучения и оценки достоверности такой информации, репрезентатив­ности её источников (преимущественно сетевых). Немало­важным является и практическое умение создавать в редак­циях электронные базы данных и архивы: в наши дни грамотная организация внутриредакционных информационных ре­сурсов – обязательное условие успешности познавательной деятельности журналистов.

Использование богатейших информационных возможнос­тей Интернета открывает новые перспективы в познаватель­ной деятельности журналиста. Интернет как качественно иной способ организации коммуникации в сравнении с «традицион­ными» СМИ, с одной стороны, открывает новые грани дей­ствительности, и, с другой стороны, стимулирует выработку новых когнитивных стратегий журналистской деятельности. Необходимость организации интернет-информации с исполь­зованием гипертекста, мультимедиа, внедрением элементов интерактивности побуждает журналиста перестраивать когни­тивную деятельность, вырабатывая новые семиотические коды. Усвоение новых дискурсивных практик, возникающих под вли­янием Интернета, является одновременно расширением ин­струментария когнитивной деятельности журналиста. Это пред­полагает изучение интернет-текста как лингвистического фе­номена в сопоставлении с традиционным текстом.

В связи с этим программа курса «Интернет-журналистика» не должна ограничиваться изучением технологических возмож­ностей глобальной Сети, знакомством с сетевыми информаци­онными ресурсами и основами сайтостроения. Не меньшее внимание должно уделяться анализу интернет-текстов на пред­мет их содержательной, структурной и эстетической организа­ции. Формирование навыков такого анализа будет способство­вать развитию новых познавательных практик в журналистс­кой деятельности, позволяющих изучить действительность в её интеллектуально-духовных проявлениях.

Важным условием эффективности усилий журналистов по непрерывному изучению социальной реальности является их основательная обществоведческая подготовка. Но предусмот­ренный учебным планом набор общественных дисциплин не вполне соответствует современным требованиям. Так, курс политологии концентрируется на изучении основ политичес­кой теории, которая во многих отношениях так же далека от политической практики, как давний догматический курс на­учного коммунизма был далёк от реалий «развитого социализ­ма». Наряду с политической теорией будущие журналисты уже на университетской скамье обязаны изучать политическую практику своей страны. Включая роль таких существенных «несущих элементов» политической конструкции постсовет­ской России, как олигархи, региональные элиты, разнообраз­ные группы влияния, организованная преступность. Таким образом, курс политологии должен быть дополнен новым кур­сом «Политическая система современной России».

Итак, журналист, это не только тот, кто пишет тексты, но и тот, кто организует информационное производство. Исходя из этой посылки, можно представить и обоснование двухступенчатой системы подготовки журналистских кадров.

Общериторическая подготовка – первая ступень журналистского образования.

Общериторическая подготовка для журналиста есть главная, осевая линия.

Концепция риторической школы фактически сейчас господствующая. Журналиста рассматривают именно как ритора (писателя), то есть человека, способного собирать информацию, составлять тексты разной степени сложности, владеть общепринятой устной и письменной речью, уметь пользоваться техническими средствами производства текстов, выступать перед народом. Новая тенденция здесь – поворот к универсализации подготовки журналиста, и этот универсализм позволяет дать широкое системное представление о деятельности средств массовой коммуникации, знакомит с навыками работы в разнообразных технических средствах массовой коммуникации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Структура профессиональной подготовки журналистов на сегодняшний день выглядит следующим образом (по возрастанию):

* школьное образование (довузовское – спецклассы, кружки, студии юнкоров);
* корпоративное образование (курсы, студии при Союзе журналистов, при редакциях, информационных агентствах, других медиасообществах);
* высшее образование (в университетах, государственных и коммерческих вузах по программам специалистов, бакалавров и магистров);
* постдипломное образование (второе высшее; курсы переподготовки, повышения квалификации)

Настоящая перестройка государственной системы журналистского образования должна в условиях рынка ориентироваться на широкомасштабные маркетинговые исследования.

Журналистика есть вид сложного труда, который в редакциях разделяется между работниками. Текст, как правило, готовят: исследователь (разведчик, кто только собирает информацию), дежурный редактор (принимает корреспондентские сообщения), выпускающий редактор (компонующий тексты в единую программу, приглаживающий стиль), служба технической подготовки текста (машинистка, контрольные редакторы, корректоры, типографские службы и т.п.) и, наконец, исполнитель (чтец, комментатор, диктор).

Поэтому первый шаг подготовки предполагает интенсивное и вместе с тем глубокое изучение типов источников информации, способов ее получения, средств ее записи и передачи. Например, библиотечный поиск, накопление базы данных (обычное и при помощи компьютера), умение составлять стратегию и тактику исследования, вести беседы, наблюдать, составлять анкеты для социологических исследований, пользоваться разнообразной записывающей техникой и т.п.

Второй шаг - подготовка выпускающего редактора. Это предполагает углубленное интенсивное обучение технологии составления номера газеты, выпуска радио или теленовостей, подбора информации и ее обогащения из текущего досье, работу по подбору изобразительно-выразительных средств, написание кратких комментариев к сюжетам, выработку навыков составления заголовков, аннотирования текстов, их редактирования. По итогам курса после сдачи зачетной работы и экзаменов выпускник получает квалификацию» выпускающего редактора».

Третий шаг обучения – подготовка ведущих комментаторов для радио и телестудий. Студент овладевает основами устного выступления в кадре и перед микрофоном, ведения программ, учится брать интервью в кадре, председательствовать в дискуссиях.

Эти три шага обучения вместе можно рассматривать как первую стадию, подготавливающую студента к переходу на второй – качественно иной уровень образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аграновский, В.А. Вторая Древнейшая: беседы о журналистике. – М.: Вагриус, 1999
2. Гелис, А.И. Журналистика: призвание или ремесло? – Самара: Парус-принт, 2003
3. Данилов, А.П. Журналистское образование на современном этапе // Известия Российской Академии образования. – 2001. – № 3. – С. 69-72.
4. Журналистское образование в ХХ1 веке: указ. лит. 1997–2005 гг. / сост.: Э.В. Исхакова, И.В. Машанова. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2006
5. Засурский, Я.Н. Журналистское образование в МГУ // Вестник Московского университета. – Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 2. – С. 4-11.
6. Засурский, Я.Н. Медиасистемы XXI века и новая философия журналистского образования // Информационное общество. – 2005. – № 1. – С. 19-22.
7. Ильичев Г. Свободы слова стало больше. //Известия. – 22 сентября 2005 г.
8. Киричек П.Н. Журналистская наука как отрасль обществознания // Информационная политика в регионе: между прошлым и будущим. – Саранск, 2003. – С. 20-29
9. Образование: система федеральных образовательных порталов / <http://www.auditorium.ru/aud/p/index.php?a=presdir&c=getForm&r=resDesc&id_res=268&rows_on_page=20>
10. Огородников, Ю.А. Философские подходы к подготовке журналистов (Электронный ресурс) // Российское Образование: система федеральных образовательных порталов / <http://www.auditorium.ru/aud/p/index.php?a=presdir&c=getForm&r=resDesc&id_res=268&rows_on_page=20>
11. Прохоров, Е.П. История преподавания и разработки теории журналистики (Электронный ресурс) // Медиаскоп: портал научных исследований СМИ / <http://www.mediascope.ru/?id_menu=2&id_menu_item=3&id_object=4&id_item=109>
12. Рощин, Ю.Р. Социально-правовые аспекты журналистского образования (постановка проблемы) (Электронный ресурс) // Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов (Под ред. С.Г. Корконосенко). – М.: Аспект Пресс, 2004.
13. Тулупов, В. В. Мифы и проблемы журналистского образования // Журналист. – 2004. – № 9. – С. 66-67.
14. УМО\_регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. – Выпуск 5. – Воронеж, 2005
15. Цвик В.Л. Введение в журналистику. Учебно-методическое пособие. – МНЭПУ, 2004
16. Шеремет, П.Г. Журналистика: введение в профессию / П.Г. Шеремет. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2004

1. Цвик В. Л. Введение в журналистику. Учебно-методическое пособие. – МНЭПУ, 2004. – С. 6 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ильичев Г. Свободы слова стало больше. //Известия. – 22 сентября 2005 г. [↑](#footnote-ref-2)
3. Засурский Я.Н. Медиасистемы XXI века и новая философия журналистского образования (Электронный документ) // <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/0766bbe71d5fae64c325719400318c9b> [↑](#footnote-ref-3)
4. Шестерина A.M. К вопросу о модернизации государственного стандарта по специальности «журналистика» // УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. – Выпуск 5. – Воронеж, 2005. – С.10 [↑](#footnote-ref-4)
5. Тулупов В.В. Где и как учат журналистов... // УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. – Выпуск 5. – Воронеж, 2005. – С.32 [↑](#footnote-ref-5)
6. Короченский А.П., Ушакова С.В. Проблемы развития профессиональной познавательной деятельности будущих журналистов // УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. – Выпуск 5. – Воронеж, 2005. – С.24 [↑](#footnote-ref-6)