

ЖУРНАЛИСТ СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

№ 1 (13) 2014

Редакционный совет журнала

Председатель — **Мальцев Геннадий Петрович**,
член-корреспондент РАЕН, профессор, генеральный директор Издательского дома
«Журналист», главный редактор журнала «Журналист»

Главный редактор — **Михайлов Николай Николаевич**,
доктор философских наук

Зам. главного редактора — **Речицкий Леонид Антонович**,
кандидат исторических наук

Ананич Лилия Станиславовна,
кандидат исторических наук, главный редактор журнала «Журналист» (Белорус-
сия), первый заместитель министра информации Республики Белоруссия

Андреева Марианна Валентиновна,
кандидат психологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с обществен-
ностью Института коммуникаций и медиабизнеса Московского государственного
университета печати им. Ивана Федорова

Бакшин Валерий Викторович,
кандидат филологических наук, профессор, директор Высшей школы телевидения
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, предсе-
датель приморского филиала ВГТРК

Вартанов Анри Суренович,
доктор филологических наук, профессор, заведующий сектором медийных ис-
кусств Государственного института искусствознания

Вартанова Елена Леонидовна,
доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики МГУ
им. М.В. Ломоносова

Владиминова Мария Борисовна,
кандидат философских наук, шеф-редактор журнала «Журналист»

Дзялошинский Иосиф Михайлович,
доктор филологических наук, профессор НИУ «Высшая школа экономики»

Денчев Стоян,
доктор экономических наук, ректор Университета библиотекознания и информа-
ционных технологий (София, Болгария)

Дубовик Сергей Валентинович,
кандидат филологических наук, профессор, директор Института журналистики
Белорусского госуниверситета (Белоруссия)

Ибраева Галлия Джумсудовна,

доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Казахского национального педуниверситета им. Абая (Казахстан)

Киршин Борис Николаевич,

кандидат филологических наук, зав. кафедрой теории массовых коммуникаций института гуманитарного образования Челябинского госуниверситета, главный редактор газеты «Челябинский рабочий»

Козенкова Татьяна Андреевна,

доктор экономических наук, генеральный директор ЗАО Издательский дом «Экономическая газета», академик Международной Академии менеджмента

Ленский Борис Владимирович,

доктор филологических наук, профессор кафедры издательского дела и книговедения Московского государственного университета печати им. Ивана Федорова

Лозовский Борис Николаевич,

доктор филологических наук, профессор, директор департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Маркин Валерий Васильевич,

доктор социологических наук, профессор, руководитель Центра региональной социологии и конфликтологии ФГБУН Института социологии РАН

Непомнящи Кэтрин,

профессор Барнард Колледжа Колумбийского университета (США)

Ненашев Михаил Федорович,

доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики и массовых коммуникаций Института издательского дела и журналистики Московского государственного университета печати им. Ивана Федорова

Огнев Константин Кириллович,

доктор искусствоведения, профессор, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиainдустрии»

Пую Анатолий Степанович,

доктор социологических наук, профессор, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ

Ризун Владимир Владимирович,

доктор филологических наук, профессор, директор Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко (Украина)

Тертычный Александр Алексеевич,

доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Тулупов Владимир Васильевич,

доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета

Федоров Виктор Васильевич,

кандидат экономических наук, президент Российской государственной библиотеки

Федотов Михаил Александрович,

доктор юридических наук, профессор, директор Научно-методического центра «Кафедра ЮНЕСКО по авторскому праву и другим правам интеллектуальной собственности» НИУ «Высшая школа экономики»

Филиппов Альберт Владимирович,

доктор психологических наук, профессор, директор Института социологии и управления персоналом Государственного университета управления

Черняк Александр Викентьевич,

доктор исторических наук, профессор кафедры печатных СМИ ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

Чумиков Александр Николаевич,

доктор политических наук, профессор, генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг»

Шапиро Брюс,

профессор коммуникации Йельского университета (США)

Шкондин Михаил Васильевич,

доктор филологических наук, профессор факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Якутин Юрий Васильевич,

доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, президент Университета менеджмента и бизнес-администрирования, научный руководитель ИД «Экономическая газета»

Содержание

Медиаобразование

Дискуссия: чему и как учить будущих журналистов?.....	5
<i>Тулупов В.В.</i>	
Какое будущее ждет журналистское образование?.....	6
<i>Исхаков Р.Л.</i>	
Матрица журналистского образования.....	19
<i>Яновская Г.В.</i>	
Журналистское образование: взгляд из зазеркалья.....	27
<i>Зорин К.А.</i>	
Отсутствие воли журналистского сообщества как одна из проблем журналистского образования.....	40
<i>Бакишин В.В.</i>	
Подготовка журналистов уходит все дальше и дальше от журналистики.....	49
<i>Шестеркина Л.П.</i>	
Экспериментальная специфика обучения студентов-журналистов в условиях конвергенции университетских СМИ.....	58
<i>Коханова Л.В.</i>	
Нужен ребрендинг профессии.....	80
<i>Перевалов В.В.</i>	
Социальная асинхрония и проблемы журналистского образования.....	91

Теория и практика современных СМИ

<i>Лазутина Г.В., Распопова С.С.</i>	
Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров.....	98
<i>Лазутина Г.В., Распопова С.С.</i>	
Интерактивная журналистика как особая жанровая группа.....	114
История журналистики	
<i>Перевалова Е.В.</i>	
М.Н. Катков - возможный редактор «Санкт-Петербургских ведомостей».....	134

Научная жизнь

К 100-летию журнала «Журналист»: региональная журналистика проблемы и тенденции.....	145
Аннотации к статьям номера (на английском языке).....	156

Дискуссия: чему и как учить будущих журналистов?

Уважаемые коллеги!

Научно-практический журнал «Журналист. Социальные коммуникации» начинает в этом номере дискуссию «Чему и как учить будущих журналистов?»

Предлагаемая к обсуждению тема не нова. Споры вокруг нее ведутся с тех пор, как в наших вузах началась профессиональная подготовка журналистских кадров. Но, пожалуй, еще никогда она не стояла так остро, как сегодня. Причины хорошо известны. Произошедшая в стране смена общественного строя и включение массмедиа в рыночные отношения, информационная революция, повлекшая за собой кардинальные изменения в производстве, сборе и распространении контента печатной и электронной прессы, массовое интерактивное вмешательство в эти процессы через социальные сети различных категорий населения, конвергенция СМИ – эти и другие современные реалии предъявляют к журналистике и журналистам новые требования.

Что должно измениться в обучении будущих журналистов? Чему и как их учить?

Продолжить начавшуюся в этом номере дискуссию мы приглашаем как практических работников (издателей, редакторов, журналистов), так и преподавателей, аспирантов и студентов факультетов журналистики.

К печати принимаются неопубликованные материалы научно-исследовательского характера.

Статьи объемом до 1 п. л. просим высылать в электронном виде по адресу **journalist-vak@yandex.ru**.

Присылаемую статью необходимо сопроводить:

- сведениями об авторе – фамилия, имя и отчество, место работы, учебы, e-mail;
- аннотацией (не более 10 строк);
- ключевыми словами на русском и английском языках (не более 5 слов);

Текст статьи должен быть создан в формате doc, набран шрифтом Times New Roman 14 кеглем с полуторным межстрочным пробелом. Сноски даются в конце каждой страницы, список использованной литературы - в конце статьи.

Принятые к печати статьи публикуются бесплатно.

Контактный телефон: (499) 152-88-71, доб.421. (Антоновская Юлия Николаевна)

Какое будущее ждет журналистское образование?

Тулупов В.В., доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

В статье рассказывается о дискуссиях последних лет, посвященных журналистскому образованию в России, о перспективах университетского журналистского образования, о компетентностном и личностном подходах, а также о традиционных и новых средствах и методах преподавания.

Ключевые слова: образование, журналистика, средства массовой информации, методы и средства преподавания.

Приглашение к дискуссии о дискуссии

За последние десять лет много раз оказывался и свидетелем, и участником многочисленных дискуссий о журналистском образовании, но – возможно, в силу нашей национальной специфики – «воз и ныне там»... Почему? Для себя-то я ответ сформулировал, но все ли согласятся с ним?..

Итак, споры о журналистском образовании не утихают и не утихнут, на мой взгляд, по одной простой причине: в журналистике, как в футболе и в воспитании детей, разбираются почти все. Действительно, она ведь всегда на виду, и СМИ входят в нашу жизнь почти с пеленок. Кто не просыпался со звуками гимна, передаваемого по местному радио, кто не отправлялся в кровать после телевизионной передачи «Спокойной ночи, малыши!», у кого дружба с прессой не начиналась с журнала «Веселые картинки» или с газеты «Золотой ключик»?.. Немало и тех, кто, взрослея, отваживался написать «письмо в редакцию» или даже позвонить в «прямой эфир», а сегодня – в «эпоху домашних персональных компьютеров» – смело вступающих в публичную сетевую переписку и даже заявляющих о себе *Urbi et orbi* в блоге или в ЖЖ. Это раньше журналисты имели монополию на распространение информации в массах, а сегодня чуть ли не каждый – сам себе СМИ...

Второе: чаще всего о журналистском образовании размышляют сами журналисты, которые являются активнейшими пользователями Интернета. В какой еще отрасли так жарко спорят о своей профессии и подготовке к ней? Хотя у населения масса претензий и к врачам, и к юристам, и к экологам... Видимо, как любой солдат мечтает быть генералом, так и любой корреспондент мнит себя стратегом. Российский журналист знает, как мир переделать, что уж говорить о реформе учебного процесса на местном журфаке!..

Советчиков можно даже классифицировать:

- «отличники-доброжелатели» действительно стремятся помочь альма-матер, видя проблемы со стороны;
- «активисты-неофиты» также желают внести в спор свои «пять копеек», хотя зачастую глубоко не представляют ни специфики отрасли, ни специфики вузовского образования;
- «критики-троечники» педалируют «затеоретизированность» как главный недостаток обучения, при этом, как правило, ведут полемику в агрессивной манере.

Замечено, что студенты, понимающие, для чего поступают на факультет, стремятся брать от него самое лучшее и затем, как правило, вспоминают о журфаке с теплотой. И именно они – благодарные и благодарные люди! – обычно успешны в нашей профессии.

Агрессия медиасреды – отдельная тема, но, попутно касаясь ее, все же приведу мнение эксперта, профессора МГУ Акопа Назаретяна, сказавшего следующее: «...И античные, и средневековые, и российские философы, начиная с Сократа, учили, что зло проистекает не от злых намерений – а от неумения, беспомощности, незнания. <...> Человек по натуре своей очень глубоко стремится к отрицательным эмоциям. Во всем мире эмоционально отрицательная информация ценится выше – даже чисто финансово, – чем информация эмоционально позитивная. Журналисты ищут отрицательную информацию. Если сравнить общество с экологической системой, то журналист – нормальный журналист демократического общества – выполняет в ней роль стервятника. Стервятника, который питается падалью, скандалами, кровью и т.д. Журналисту это надо. Опасность журналиста состоит в том, когда он поддается соблазну из стервятника превращаться в хищника; когда он начинает не просто искать скандалы, а провоцировать их, создавать и т.д.»¹.

Даже в чем-то соглашаясь с психологом, я все же уверен, что профессиональный и ответственный журналист не имеет права на агрессию. Особенно в наше суперстремительное время, когда информация распространяется мгновенно и сразу по всему миру. Особенно, если ты не глубоко «в теме» и не имеешь возможности проверять, перепроверять факты, которыми оперируешь.

В-третьих, любая дискуссия продуктивна, если ее участники играют «по общим правилам», верно трактуя ключевые понятия и термины. В нашем случае этот ряд таков: «образование» – «российское образование» – «журналистика» – «журналистское образование».

Мир переживает изменения общественно-экономических формаций; понятие «переходная страна», видимо, относится и к России, что от-

¹ Межнациональные отношения и средства массовой информации. – <http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html>.

ражается практически на всех социальных сферах, в том числе на сфере образования. Отсюда – проблема выбора пути. Либо качественное образование для избранных, для элиты и массовое облегченное – для большинства; либо всеобщее системное обучение, ступени которого (школа – училище – техникум – вуз – послевузовская подготовка) так тесно взаимосвязаны, что позволяют поднять уровень образования в целом, реально ориентируя его на потребности науки и производства.

Стройность прежней системы образования проявлялась в том, что, например, после восьмого (позднее после девятого) класса часть учащихся оставалась в школе (в 9-10, затем в 10-11 классах), часть шла на производство, либо в профтехучилища или в техникумы. После окончания школы наиболее способные ученики поступали в вузы или в техникумы, остальные шли на работу (юноши – в армию). Эта система была увязана с системой экономики, которой нужны были и те, и другие, и третьи... В 1990-е годы массу выпускников школ стали «перемалывать» коммерческие вузы (если в советское время в студенческом городе Воронеже насчитывалось 13 вузов, то сегодня их около 40), было разрешено обучение на платной основе и в государственных вузах. В результате мы, можно сказать, пришли к «всеобщему высшему образованию». И даже если учесть, что высшая школа в данном случае по отношению к молодежи взяла на себя реализацию социальной функции, качество подготовки специалистов, естественно, снизилось.

Если проводить реальную реформу высшего образования, то, на мой взгляд, необходимо прежде всего определиться с философией образовательной парадигмы высшей школы, с ее генеральной задачей. Кого мы будем готовить: культурного, широко образованного человека, способного легко адаптироваться в специализированной среде (сочетание фундаментального и прикладного подходов), или человека, получившего набор сведений о будущей – достаточно узкой – профессиональной отрасли (сугубо прикладной подход)? С кем легче будет работодателю – с выпускником, обладающим широким кругозором и мировоззрением, обладающим базовыми знаниями, первыми навыками, умениями, которые фирма будет развивать с учетом специфики своей деятельности, или с выпускником, подготовленным для деятельности в достаточно узком профессиональном коридоре?

Не буду акцентировать внимание на таких проблемах, осложняющих нашу работу, как слабая гуманитарная подготовка абитуриентов (мы счастливы, что сочинение возвращается в школу!), инфантилизм студенческой массы, выделю лишь одну – возможность конфликта с работодателями. Он возникает по разным причинам, но нередко и потому, что последние видят в журналистике лишь средство получения прибыли или исполнения политического заказа. Сегодня, когда качественных, общественно-правовых СМИ становится все меньше, нередко именно работодатели и главные редакторы поощряют журналистов, нарушаю-

щих профессиональные и этические стандарты, призывая их организовывать заказные, платные статьи, публиковать надуманно-сенсационные материалы и т.д. Намеренное смешивание редакционной и рекламной частей, совмещение журналистской и агентской деятельности – повседневная редакционная практика. Все это оправдывается необходимостью укрепить финансовое положение СМИ, повысить заработную плату сотрудникам. Новоявленные владельцы и учредители СМИ сознательно отказываются от серьезных тем, от аналитики, считая, что массовая аудитория не воспринимает подобную информацию, а потому отказывается от подписки и розницы. Но если нет предложения, не будет и спроса... Снижение уровня подготовленности читательской аудитории также осложняет журналистскую деятельность, и, главное, приводит к информационному дисбалансу. Между тем общество объективно заинтересовано в том, чтобы журналистика последовательно реализовывала и прогностическую функцию, оперативно и квалифицированно комментируя все важнейшие события, происходящие в мире и стране, предлагая выход из тех или иных ситуаций. Мы уже не говорим о регулирующей функции – подлинное гражданское общество не возможно без серьезной социально-ответственной общественной прессы, контролирующей действия властей, предлагающей варианты позитивного развития социума.

Творческие факультеты, каковыми, по сути, и являются факультеты журналистики, заинтересованы в привлечении к учебному процессу практиков. Но заинтересованы ли в этом сами практики? Журналисты перегружены, им некогда заниматься с практикантами в редакции, им трудно выделить свободное время для почасовой работы, особенно с учетом проведения занятий по утвержденному расписанию. Бывают, конечно, редкие случаи бескорыстного сотрудничества – когда профессионал испытывает потребность в том, чтобы поделиться накопленным опытом, когда и в редакции понимают, что связь с журфаком – это постоянный приток новых идей, «свежей крови» в лице сначала практикантов, а затем и молодых специалистов... Молодых журналистов можно привлечь перспективой подготовки диссертации, опытные, возможно, думают о подработке, о трудоустройстве после выхода на пенсию. Но достаточно ли этого? Что мешает активизации процесса привлечения практиков к процессу образования? В провинции – это, прежде всего, низкая оплата труда. Большинство практиков, естественно, не имеют ученых степеней, что отражается на сумме окладов или почасовой оплаты (не спасают и внебюджетные средства). Выход – в повышении размера начальной ставки и в том, чтобы предусмотреть возможность повышения статуса практиков (старший преподаватель, доцент, профессор) с учетом их профессиональных достижений (многолетнее членство в Союзе журналистов, звания заслуженных работников культуры и т.п.).

Что там, за горизонтом?..

Каковы перспективы российского журналистского образования, что ожидает нас в будущем? Это не дежурные вопросы, потому что есть реальные противники журналистского образования в университетах.

Например, еще 20 лет назад эту идею провозгласил диакон Андрей Кураев, который напомнил о ней на встрече со студентами воронежского журфака 29 октября 2004 г.: «... Да, действительно, это моя мечта, оформившаяся еще в году 1992-93-м. Ситуация была следующая. М.С. Горбачев, будучи уже, к счастью, президентом только фонда своего имени, а отнюдь не страны, собрал у себя в фонде... ну, он, наверно, считал, что собрал цвет русской интеллигенции... для того, чтобы обсудить тему «Как нам спасти Россию». Почему-то в число этого узкого круга был включен и я. Хотя, надо заметить, что «цвет русской интеллигенции» был еще тот – рядом со мной сидел Слава Зайцев, соответственно, на пару с ним мы должны были спасать Россию. Но были там и порядочные люди, тем не менее. Свои рецепты были у академика Мелехова, свои предложения – у Марка Захарова. Ну и когда дело дошло до меня, то я предложил: «Вы знаете, Михаил Сергеевич, у меня есть рецепт спасения, по крайней мере, русской культуры. Он очень дешевый – в смысле финансового обеспечения. Я считаю, что необходимо закрыть все факультеты журналистики в стране»¹.

Совсем недавно, 20 марта 2013 г. (и опять же на встрече со студентами ВГУ), к мнению известного священника присоединился его идейный противник «телеакадемик», телеведущий Владимир Познер, который к тому же считает, что в России журналистики не было и нет. Приведу и слова выпускницы журфака ВГУ, написавшей мне: «Смотрите, в какой ситуации оказалась система журналистского образования: введение бакалавриата не только скажется на качестве образования (профессиональная подготовка за четыре года бывших школьников для работы в нынешних конвергентных СМИ с их формирующимися в режиме «онлайн» функциональными задачами – задача заранее обреченная на «троечку»), но – что катастрофичнее – приведет через несколько лет к перенасыщению рынка журналистскими кадрами. Особенно в условиях, когда специальность «Журналистика» есть в вузах каждого региона. Утрирую, но через несколько лет людей с дипломами журналиста будет столько же, сколько с дипломами юристов и экономистов. Сами понимаете, что дальше министерство при оценке эффективности специальности получит показатель низкой трудоустроенности. Что дальше – мы знаем. То есть ситуация прогнозируемая и очевидная. Где оставит министерство специальность? Ответ прост – в федеральных вузах. Может

¹ Беседа с диаконом Андреем Кураевым на Факультет журналистики ВГУ, Воронеж, 29 октября 2004 г. - http://www.reshma.nov.ru/texts/kuraev_beseda_zhurnal.htm

быть, я что-то не так просчитываю. НО! Думаю, что жизнь дала нашему факультету уникальный шанс – надо уходить на рынок частного образования и создавать Институт журналистики. И делать это надо именно сейчас.

Извините, если что-то не так. Просто очень хочется, чтобы уникальная воронежская школа журналистики не просто сохранилась, но и развивалась. Я благодарна судьбе, что училась у Льва Ефремовича Кройчика, Маргариты Ивановны Стюфляевой, Татьяны Васильевны Лебедевой. Думаю, что и жизнь огромного количества людей в нашей стране (и не только в нашей) была бы без воронежского журфака не такой социально-ответственной».

Вот такие мнения, такие непростые вопросы... Конечно, можно было бы отшутиться, и как в известном анекдоте на вопрос «Вам вина или водки?» ответить «И пива!...» Но на самом деле проблема требует серьезного изучения.

Сегодня «учиться на журналиста» можно по-разному – например, за 4 года получить диплом бакалавра, а еще через два – диплом магистра журналистики (кстати, есть еще трехгодичная аспирантура, которая отныне является третьей ступенью профессионального образования). Существует возможность освоить журналистскую специализацию в рамках родственной гуманитарной специальности или поступить на магистерскую журналистскую программу, имея диплом бакалавра физика или юриста, математика или экономиста и др. Существует и активно реализуется в университетах годичная – на базе высшего образования – программа профессиональной переподготовки «Журналистика». Наконец, в редакцию можно прийти, не имея специального образования, и со временем стать профессионалом. В последнем случае важно иметь определенные природные данные (дар писать – прежде всего) и способности к самообразованию. А есть еще курсы, школы, семинары, учебники, специальные журналы, научные монографии... Если хочешь стать Мастером, то внимательно слушай, читай, анализируй, делай выводы, одним словом – учись!

То есть все варианты приемлемы, но везде есть и плюсы, и минусы. Чем привлекательно университетское журналистское образование? Тем, что человек получает классическое системное образование, мощную базу знаний. Для нашей журналистики это особенно важно: ведь в ней всегда ценилось не только ремесло, но и искусство публицистики. Другие варианты тоже неплохи: ведь человек – не формула, он может менять планы, пристрастия, и приход в СМИ с неким профессиональным и жизненным опытом – благо для любой редакции (при условии, что этот человек имеет явную склонность к журналистской деятельности).

Тот, кто говорит, что «сделал себя сам», возможно, и прав, но лишь отчасти. Никто не обходится без учителей, и первые из них, конечно

же, – родители. Большое счастье, когда семья уделяет огромное внимание воспитанию ребенка, стремясь вырастить его не только здоровым, но и неравнодушным, любознательным человеком. Именно дома начинается формирование социально ответственной личности, что для будущего журналиста крайне важно. Если к тому же в семье царит атмосфера творчества, есть шанс, что человек и во взрослой жизни будет нацелен на созидание, на поиск нового.

Детский сад, начальная и средняя школы – следующие ступени обучения. Уже здесь фундамент знаний о жизни приобретает все более монолитный характер. В это время среда общения малыша, подростка, юноши заметно расширяется – «обучение жизни» продолжается в уличных компаниях, в клубах по интересам и др.¹

Прежде под «и др.» понимались библиотеки, музеи, театры, кинотеатры – сегодня нередко все это замещается телевидением и Интернетом. Пришла пора всерьез говорить о телевизионном и интернет-факторах, влияющих на образовательный процесс, и не просто говорить, а использовать эти каналы так, чтобы воспитание подрастающего поколения не было уж совсем стихийным, а имело направление, в котором заинтересовано общество. Речь – о просветительских и учебных каналах вещания, порталах, сайтах, о введении специальной школьной дисциплины «Медиаобразование».

На мой взгляд, журналистское образование в вузе – наиболее правильный путь получения профессии: ведь ГОС ВПО по журналистике, поддержанный и профессиональным экспертным сообществом суть основной документ в системе сертификации профессии. Как известно, сертификация – это механизм, определяющий соответствие специалистов требованиям профессиональных стандартов, современная система оценки на основании единых, общепринятых, объективных критериев. Это процесс присвоения статуса специалистам согласно их знаниям, доказанным при прохождении теста. Думается, такую систему необходимо предусмотреть для всех редакторов регистрируемых СМИ, не имеющих специального журналистского образования².

¹ Согласно теории поколений, разработанной в 1991 году американскими социологами Н. Хоувом и У. Штраусом, «важнейшими факторами, определяющими мышление, действия поколений, являются не возраст, а два других параметра: первое – среда, в которой человек рос до 10-12 лет. Все, что происходит вокруг, человек в таком возрасте оценивает не в категориях «хорошее или плохое», «правильное или неправильное», а как нормальное. Второй параметр – нормы воспитания в семье, которые ребенок тоже воспринимает как нормальные. Так у человека формируются базовые ценности. Они неосознанно проявляются в течение всей последующей жизни как отдельного человека, так и целого поколения, влияют на наше поведение» (Архангельский А. Generation П (пенсионеров) // Огонек, 2005, № 3. – С. 22).

² См.: «Сдача экзамена на получение сертификата – это возможность упорядочить и расширить свой запас знаний и навыков, определить программу дальнейшего развития. Ведь получению сертификата обычно предшествует этап подготовки, в процессе которого структурируются и закрепляются имеющиеся знания и появляются новые. Сертификаты

В вузе важно сохранить фундаментальность подготовки журналистов и одновременно окончательно утвердить творческий статус специальности «Журналистика». Имеется в виду и сохранение творческого конкурса как обязательного профильного вступительного испытания, и новые возможности по привлечению к образовательной деятельности наиболее опытных практиков, не имеющих ученых степеней.

Поскольку никакое творчество невозможно без опоры на фундаментальные представления о мире, учебный процесс должен сохранить два уровня: на первом – предложить освоение цикла фундаментальных (базовых) дисциплин: философия, социология, лингвистика, теория литературы, экономика, основы практической деятельности журналистов и др.; на втором – технологическое освоение азов профессии, приобретение профессиональных навыков, узкая специализация по избранным профилям.

Такой подход к подготовке специалистов базируется на: выполнении студентами творческих курсовых и дипломных работ; выпуске собственных СМИ; организации круглогодичных учебно-производственных и производственных практик; проведении публичных защит студентами материалов практик; активном участии студентов в работе творческих мастерских; введении в расписание занятий так называемых «творческих дней»; широком привлечении к обучению студентов журналистов-практиков.

Творческая составляющая остается одной из существенных особенностей учебных планов соответствующих факультетов и отделений. То есть учебные планы факультетов и отделений журналистики должны быть сориентированы на стимулирование творчества студентов, инициировать самостоятельный поиск решения творческих задач будущими специалистами, ставить при этом во главу угла индивидуальную работу со студентами. Очень важно, чтобы при допуске в заключительному государственному экзамену и защите выпускной квалификационной работы учитывалось творческое досье выпускника.

Конечно, диплом об окончании университета лишь первый шаг к тому, чтобы называться специалистом, ведь теоретические знания не-

способствуют росту конкурентоспособности специалиста на рынке труда, являются дополнительным плюсом в глазах потенциальных работодателей, гарантией профессионального уровня кандидата. Статус сертифицированного специалиста помогает заявить о себе на рынке труда как о компетентном профессионале. В любой сфере статус сертифицированного специалиста, удостоверенный профессиональной ассоциацией, влияет на авторитет среди коллег. Официальное подтверждение квалификации повышает самооценку, придает дополнительную уверенность в собственных силах. Наличие сертификата упрощает процесс оценки специалиста при приеме на работу, дает представление о его квалификации. Сертификат позволяет работодателю сразу увидеть уровень общих профессиональных знаний, умений и навыков кандидата. При продуманной, детально разработанной и объективной системе, а также при грамотно организованном процессе получения сертификата он становится одним из наиболее авторитетных знаков доверия к специалисту» – <http://standards.kadrovik.ru>

обходимо будет поверить практикой, которая к тому же крайне разнообразна (речь – о видах, типах СМИ, отраслевой, тематической, проблемной специализациях и т.д.). Журналисту всю последующую жизнь необходимо будет подтверждать свой профессиональный статус – своеобразное тестирование он будет проходить на планерках, летучках, производственных совещаниях; аудитория будет оценивать его труд в письмах и на форумах; профессиональное сообщество – на различных конкурсах, фестивалях. Своеобразным сертификатом качества является и членский билет Союза журналистов России: ведь прием в эту общественно-профессиональную организацию проводится на основе представленных творческих работ соискателя и рекомендаций действующих членов СЖ России.

Преподаватель журналистики – это особая профессия, и не каждый успешный практик может проявить себя в ней. Неслучайно, аспиранты, помимо сдачи кандидатского минимума по философии, иностранному языку и специальности, обязательно сдают экзамены по педагогике и психологии высшей школы, а за время обучения в аспирантуре проходят педагогическую практику объемом минимум 50 часов. Существует особая методика преподавания журналистских дисциплин, есть принцип постепенности обучения, развития и закрепления усвоенного материала.

Поскольку факультеты журналистики осуществляют подготовку работников СМИ, крайне желательно, чтобы преподаватель журналистики имел опыт штатного или активного нештатного сотрудничества с редакциями. Более того, важно, чтобы это сотрудничество имело перманентный характер – только тогда преподаватель со знанием дела будет рассказывать об основах журналистского мастерства, секретах публицистических жанров и др., пользуясь авторитетом у сегодняшних будущих практиков. Этому может способствовать организация и участие в учебных – печатных и электронных – СМИ, соответствующих самым высоким профессиональным требованиям. Преподаватели здесь могут проявлять себя не только в качестве медиакритиков, но и репортеров, интервьюеров, очеркистов...

Как бы не заиграться...

Сегодня в качестве нового подхода к методике журналистского образования декларируется переориентация задачи по передаче знаний на задачу воспитания личности, а также *компетентностный* подход (готовность студентов к решению проблем).

Под *личностным* подходом понимается ориентация обучающихся на самостоятельность в принятии решений, готовность отвечать за свои решения, способность нести ответственность за себя и близких, готовность к действиям в нестандартных ситуациях, обладание набором компетенций, умение работать в команде.

Существует мнение, что слабость традиционной педагогики, основанной на передаче знаний, построенной на классно-урочной и зачетно-экзаменационной системе, – в том, что это достаточно пассивный процесс. А современная педагогика, ориентированная на развитие личности, предпочитающая обычным аудиторным занятиям тренинги, зачетам и экзаменам – творческие проекты, суть активный процесс.

Акцент на самоактуализацию личности предполагает активность студентов в процессе занятий, моделирование реальных ситуаций журналистской практики, сотрудничество, персональную ответственность, практичность мышления, конструктивизм. Всему этому соответствуют такие актуальные методы, как *деловые и ролевые игры, брейнсторминг, ситуационный анализ, проектирование, тренинги, презентации, работа в микрогруппах*. Преподаватель становится тренером.

Подготовка творческих проектов (выпуск учебной газеты, проектная зачетная работа, итоговая аттестационная работа) – это уход от традиционных форм контроля и оценки, актуализация полученных знаний, комплексное решение профессиональных задач. Задачи и возможности студийного обучения, по мнению педагогов-новаторов, широки: профессиональное самоопределение, выбор специализации, углубление знаний в конкретной области, развитие аналитического мышления. Виды и формы обучения: *лекции экспертов, кейс-стади, мастер-классы, спецпроекты* и др. Применяется и дистанционное обучение: *работа с текстовыми модулями (гипертекст), форумы, онлайн-семинары, анкетирование, творческие проекты*.

Действительно, система российской прессы претерпела кардинальную трансформацию. Это объясняется сменой общественно-экономического строя, возникновением и развитием медиарынка, заметным расширением типологии СМИ и их количественным ростом, изменением контента. Появилось большое количество центров подготовки журналистов – факультетов, отделений, школ, семинаров и др., в которых обучается большое количество слушателей. Все это, естественно, требует новых методических подходов, современных приемов. Перед высшей школой встают поистине наисерьезнейшие задачи. Тем более, работодатели все чаще выражают недовольство уровнем подготовки молодых специалистов, вчерашних выпускников.

Да, современность требует современных образовательных технологий. Но следует ли из этого, что возможности традиционного высшего журналистского образования исчерпаны? Российская школа высшего профессионального образования журналистов достаточно молода (даже наш первенец – факультет журналистики Уральского госуниверситета – начал подготовку работников СМИ чуть более семидесяти лет назад). Действительно ли лекции, семинары, практические и лабораторные занятия, коллоквиумы, зачеты, экзамены как формы преподавания и оценки (в том числе специальных предметов) отжили свое? А

ведь есть еще подготовка рефератов, курсовых и дипломных сочинений, практика в СМИ, самостоятельная работа...

Специфика нашего комплексного образования всегда заключалась в сочетании фундаментальной и прикладной подготовки. Напомним о нескольких константах государственного стандарта и учебных планов.

Общегуманитарная компонента – история, мировая культура, философия, психология, социология, политология – важна как в теоретическом, так и в прикладном аспектах (например, проведение конкретных социологических и психологических исследований – важнейшее направление деятельности современной редакции; владение таким инструментарием – гарантия высокого уровня подготовки аналитических материалов журналистом).

«Естественная» составляющая важна для всех студентов, а не только для тех, которые впоследствии свяжут свою судьбу, например, с научной, специализированной журналистикой: ведь школьные знания в университете дополняются общими знаниями более высокого уровня.

Филологическая составляющая призвана для того, чтобы обогатить память студента достижениями классиков художественной и публицистической литературы, научить грамотно писать и говорить.

Тенденция сокращать аудиторные, и прежде всего лекционные занятия, – опасная тенденция (увы, уже не тенденция, а факт!). Конечно, и лекторы бывают скучные, компилирующие содержание лекции из разных источников и не дающие авторского, оригинального взгляда на предмет. Но это – проблема кафедр, факультетов, но не системы преподавания как таковой. Настоящая университетская лекция, точнее, лекционный курс, – это всегда концепция, личность оратора. *Лекция* – эффективнейшая форма обучения, которая, кстати, не отменяет использования современных приемов обучения (использование диапроекторов, компьютеров для перенесения иллюстраций на экраны и др.).

На *семинарских занятиях* студенты отрабатывают наиболее сложные вопросы лекционного курса, учатся объяснять, как они поняли научный, литературно-художественный или публицистический текст (роль преподавателя – роль комментатора, толкователя).

Лабораторные и практические занятия необходимы для закрепления теоретических знаний, их «привязке» к практике. Кроме закрепления навыков, могут ставиться цели, связанные с развитием творческих способностей обучающихся (создание публицистических произведений, разработка оригинальных проектов и др.).

На *коллоквиуме* обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы, выходящие за пределы семинарских или практических занятий в рамках изучаемого курса (обсуждаются и рефераты, творческие работы студентов). Коллоквиумы являются формой контроля самостоятельной работы студентов и обычно не включаются в регулярное расписание.

Самостоятельная работа требуют особой организации, и прежде всего подготовки комплекса методических материалов на основе системы бумажных и электронных источников. К великому сожалению, часы, отведенные на самостоятельную работу, не входят в нагрузку преподавателя. И при мизерном количестве аудиторных часов, выделяемых на дисциплины, при плановой учебной нагрузке около 900 часов вузовский преподаватель должен становиться «многостаночником». И если прежде он разрабатывал и ежегодно совершенствовал рабочие программы 3-5 предметов, то теперь их количество должно увеличиться в несколько раз, что приведет к профанации...

Деловые игры, создание проблемных ситуаций и сегодня применяются в рамках творческих лабораторий, при выпуске учебных газет, теле- и радиопередач. Более того: они – обязательное дополнение, позволяющее теоретические знания превратить в навыки и умения. Но в вузе важно придерживаться постепенности образования. Хорошо проводить тренинги с подготовленной аудиторией – с теми же преподавателями и практиками на выездных семинарах и в школах: слушатели, что называется, «в теме», им достаточно 90 минут для разработки темы. Студенты же порой еще не имеют ни базовых, ни фоновых знаний. Им надо, элементарно, больше слушать и читать. И – много читать, потому что сегодняшний культурный уровень абитуриентов заметно снижен. Это объясняется и сокращением часов на литературу в средней школе, отменой экзаменационного сочинения, а также тем, что подрастающее поколение все больше «дружит» с телевизором, видео, Интернетом и все меньше – с книгой. Чтение же – серьезный и нелегкий труд (о качестве того, что прочитывается сегодня, умолчим).

Тренинги хороши в небольших группах. Специфика преподавания сегодня такова (особенно в провинциальных вузах, где ставки формируются исходя из соотношения 1 преподаватель – 10 студентов), что занятия приходится проводить в многочисленных группах.

Привлечение экспертов не всегда оправдывается. Хороший практик не означает автоматически – хороший преподаватель. Его порой не хватает и на пол-урока – не спасает и присутствие преподавателя-модератора.

Порой молодые педагоги жертвуют содержанием в угоду форме. Используются проекторы, компьютеры, экраны и т.п., но содержание остается скудным. Важно обновлять, развивать, углублять именно контент занятия. Новые методики необходимы, новые методы преподнесения информации важны, но как бы «не выплеснуть с водой ребенка»...

Литература:

- Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. – СПб., 2004.
- Тулупов В.В. Журналистское и медиаобразование // Современная

журналистика: тенденции и особенности развития. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М., 2010. – С. 25-27.

- *Тулупов В.В.* Журналистское образование в мире // Акценты. Новое в журналистике и литературе. Воронеж, 1996, № 2-3, с. 86-91.
- *Тулупов В.В.* Журналистское образование: дискуссии продолжаются // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2006, № 5-6, с. 3-9.
- *Тулупов В.В.* Журналистское образование: взгляд «теоретика» // Четвертая власть. – М., 2002, № 1-2, с. 72-77.
- *Тулупов В.В.* Журналистское образование: опыт Воронежского госуниверситета // УМО-регион/ Сборник информационных и учебно-методических материалов. – Воронеж, 2006, с. 55-61.
- *Тулупов В.В.* Журналистское образование: творчество и ремесло // Преподаем журналистику: взгляды и опыт. – СПб, 2006, с. 122-141.

Матрица журналистского образования

Исхаков Р.Л., кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Предлагается матричный подход к анализу исторического пути журналистского образования на Урале, на основе которого строится компетентностная система «пороговых уровней» подготовки журналиста. В основу современного медиаобразования положена идея LLL (Life Long Learning) - образования, которое соразмерно со всей протяженностью жизни.

Ключевые слова: матрица образования, пороговые уровни, LLL, кластер.

Разворачивается второе десятилетие нового миллениума... Летом 2014 года в Екатеринбурге диплом специалиста получают «последние из могикан», подготовка журналистов в департаменте «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета отныне проводится в два этапа – в бакалавриате и магистратуре. Еще в марте 2004 г. в Екатеринбурге прошла межвузовская конференция «Какой журналистике учить? Методология и методика преподавания профессиональных дисциплин в современных общественно-политических условиях». Конференция представляла собой первую оглядку на пути к современному медиазнанию.

В России подготовку журналистов осуществляют более 100 вузов, в то время как во всем Советском Союзе насчитывалось только 25 факультетов. Согласно общепринятой у нас линейной системе обучения, журналистская подготовка обычно соотносилась с курсами и программами обучения специалиста (specialitat). Но одних предметных знаний уже недостаточно. Сегодня от журналистов всё чаще требуются способности и умения, которые до сих пор редко упоминались. Их называют также «ключевые качества» или «ключевые квалификации» - «*soft skills*». Данное понятие включает в себя компетентность в сфере методики применения знаний, что подразумевает умение комбинировать и дополнять полученные знания, принимать решения и решать проблемы, а также компетентность в сфере социальных отношений и в сфере новых средств информации. Новые федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС) третьего поколения уже исходят из компетентностного подхода.

Журналистское образование должно по-своему ответить на вызовы медиапрактики, необходимо постоянно адаптироваться к быстро меня-

ющимся условиям. В основу концепции современного медиаобразования нами предлагается идея LLL (Life Long Learning) - образования, которое соразмерно со всей протяженностью жизни. Не один месяц я размышлял над вопросами подготовки и переподготовки журналистских кадров для российских СМИ. С отдельными фрагментами найденных на них ответов выступал на международной научной конференции «СМИ – общество – образование: модели взаимодействия» в Челябинске в декабре 2007 года, предлагал ее участникам всероссийской конференции «Информационное общество и журналистское образование: социокультурные парадигмы XXI века» в Саранске (ноябрь 2009). Окончательно систематизировал к маю 2010 года, когда в Уральском университете проходила Всероссийская конференция «Обучение в течение всей жизни – “Life Long Learning” как фактор модернизации социально-экономического пространства региона», перед конференцией в Екатеринбурге. Идеи, которые были высказаны мною, на мой взгляд, заслуживают более широкого, чем академическая среда, обсуждения, поэтому предлагаю ее читателям профессионального журнала.

Life long leaning - концепция, суть которой можно выразить одной фразой: «Учиться – это никогда не рано и никогда не поздно». Постоянное увеличение продолжительности начального, среднего и высшего образования (14 - 18 лет) выдвигает на передний план в качестве основной, краеугольной способности и характеристики личности – способность постоянно учиться. Определение термина «Обучение в течение всей жизни» сформулировано лапидарно как всякая целенаправленная учебная деятельность, осуществляемая на постоянной основе с целью совершенствования знаний, умений и компетенции.

Концепция обучения в течение всей жизни (LLL) возникла в Европейском Союзе в 1970-х годах. Сегодня она окончательно оформилась в новую парадигму. К концу 1990-х годов идеи «Обучения в течение всей жизни» были широко признаны и постепенно приобрели приоритетное общеполитическое значение. В марте 2000 г. в Лиссабонском Меморандуме Евросоюз провозгласил, что цель заключается в инициировании во всей Европе обсуждения всеобъемлющей стратегии реализации LLL на индивидуальном и институциональном уровнях и во всех сферах общественной и личной жизни.

Практически во всех странах ЕС, а также в Австралии, Республике Корея, Японии активно реализуется концепция LLL. Она предусматривает различные формы обучения. На самом деле, обучение в течение всей жизни в современном мире - это больше, чем концепция. Это философия, которая предполагает, что человек может и должен быть открытым для новых идей, решений, навыков или отношений и отвергает аксиому, что «Невозможно научить старую собаку новым трюкам». В Германии, Франции, Финляндии, Швеции, Бельгии, Великобритании, Италии реализуются специальные правительственные программы,

предусматривающие целевое инвестирование в непрерывное профессиональное образование. В настоящее время 60% европейцев в возрасте 5–29 лет участвуют в различных образовательных программах. Этот показатель соизмерим с показателем США и на 18% выше, чем в Японии. Постоянно растет время, затраченное молодыми гражданами ЕС на образование и повышение квалификации.

Обучение в течение всей жизни предполагает разнообразные формы обучения, начиная дистанционным обучением, онлайн-обучением, традиционным непрерывным образованием и заочными курсами и заканчивая обучением, осуществляемым самим человеком (самообразование). Согласно концепции LLL, классическое образование и обучение должны быть расширены до такой степени, чтобы включать в себя: *все возрастные группы; все навыки и области знаний; и использовать: все возможные способы, для того чтобы: все и каждый имели возможность развиваться.*

Болонская система в свою очередь также требует развитие системы LLL. Так, в российском журналистском образовании до сих пор не получила широкого распространения концепция «пороговых уровней» и деление как в языковом образовании на уровни Beginning, Pre-Intermediate, Intermediate, Upper Intermediate, Advanced, Professional, etc. Концепция портфолио (языкового портфеля) и его технологии может быть заимствована медиаобразованием из обучения иностранным языкам. В сфере журналистики наличие портфолио рассматриваю как средство, которое позволяет создать целостный портрет личности на основании личностных характеристик, и показывает, что его обладатель самостоятельно оценивает и отражает в этом документе.

Алгоритм LLL для профессиональных журналистов в условиях России включает: довузовскую подготовку, профессиональное образование в вузе, постградуальное (послевузовское) обучение.

Довузовская подготовка имеет своей целью профессиональную ориентацию детей и юношества. Организованными формами детского движения в России охвачено более 5,5 млн. подростков [2002], которые являются членами более 20 тыс. объединений. Причем более 80% — это детские организации, не зарегистрированные в органах юстиции.

Лига юных журналистов России существует с августа 1992 года, является ассоциированным членом Союза журналистов России и входит в Федеральный реестр Общероссийских общественных организаций. Она объединяет более 20 тыс. юных журналистов из 42-х регионов России. Это более 2000 региональных и школьных изданий (суммарный тираж более 1.500.000 экземпляров), около 30 редакций региональных детских телепрограмм и 12 радиопрограмм.

В Свердловской области, как и в стране, развита система школ юных корреспондентов. Не менее двух третей зачисленных на 1-й курс обучения на факультет журналистики Уральского университета студентов

составляют выпускники школ юных корреспондентов при редакциях, Домах детского творчества, «Воскресной школы» при факультете, в т.ч 36% - с подготовительных курсов. Введение в 2009 г. Единого государственного экзамена (ЕГЭ) заметно повысило роль творческого конкурса на факультеты журналистики, а, следовательно, и довузовской подготовки. Одновременно потребовало включения в программу обучения на начальном этапе некоего профессионально-пропедевтического, ориентирующего курса, который у нас называется – профессионально-творческий практикум.

Для **профессионального вузовского обучения** принцип LLL является важнейшим элементом создания единого образовательного пространства, началом которого явилось подписание Болонской декларации. Переход высшего профессионального образования на факультетах журналистики на Болонскую систему, как мы говорили в Челябинске на юбилейной научной сессии, посвященной 20-летию высшего журналистского образования на Южном Урале (2008), также ставит дополнительные вопросы подготовки журналиста.

Исторический опыт и современные требования показывают, что и сегодня профессиональная подготовка может иметь свою уровневую дифференциацию: во-первых, начальное профессиональное образование (НПО) и, во-вторых, среднее профессиональное образование (СПО). В Свердловской области была широко распространена практика подготовки журналистов разного уровня квалификации – в 1920-30-е гг. на курсах хроникеров при УралРОСТА (1920), в средних учебных заведениях, таких как Свердловская областная газетная партийная школа (1936–1938), Уральские курсы коммунистов-журналистов (1932-1935), редакторское отделение Урало-Сибирского коммунистического университета им. В.И. Ленина (комвуза, 1931-1932), и, наконец, в высшем учебном заведении - Свердловском коммунистическом институте журналистики (1936-1941).

Существуют «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих», который является для работодателя нормативным документом, и Единый тарифно-квалификационный справочник ряда специальностей, который определяет уровень образования для ряда редакционных работников.

Сегодняшний опыт уральской школы журналистики интегрирует как опыт факультета журналистики Уральского государственного университета им. А.М. Горького, так и предшествовавших ему учебных заведений Екатеринбурга-Свердловска.

Матрица журналистского образования

Уровни компетенций	Форма образования	
	Исторические формы	Современные формы LLL

Begining, начальный		- Профессиональная ориентация - Школы юных корреспондентов
Pre-Intermediate	Курсы хроникеров УралРОСТА (1920)	- Пресс-центры при СМИ
Intermediate, промежуточный	*[Школа газетного ученичества, (Газетучи)]	- «Воскресная школа» при факультете журналистики
Upper Intermediate, выше промежуточного	Свердловские областные курсы коммунистов- журналистов (1932 - 1935)	* [Лицей журналистики] на базе основного среднего образования
Advanced, продвинутый	- Свердловская областная газетная партийная школа (1936 - 1938)	* [Колледж журналистики] среднее специальное образование
Professional, профессиональный	- редакторское отделение Урало-Сибирского коммунистического университета (1931 - 1932) - Коммунистический институт журналистики (1936-1941) -факультет журналистики СГУ/ УрГУ (1941-2011)	- Бакалавриат ИГНИ УрФУ - Магистратура ИГНИ УрФУ
Постградуальный, Etc., проч.	Курсы переподготовки и повышения квалификации	*[Интернатура]: тьюторская подготовка: - « <i>learning by doing</i> » («делай, как я») - «case studies» (тематические исследования) * [Ординатура] курсы повышения квалификации LLL

* Квадратные скобки [] показывают отсутствие на Среднем Урале данного организационного уровня образования.

Исторический опыт, судя по таблице, показывает, что на Урале был выбран свой путь, в конце которого появился широкий спектр предметов изучения – от традиционного газетоведения до современного медиазнания.

Первая теоретико-журналистская школа в России называлась газетоведением. Она возникла на рубеже первого и второго десятилетий XX века. «Газетоведение», считает Ирина Анатольевна Фатеева (Челябинск), было первой коммуникативистской школой в России, и многие научные «находки» представителей данного направления навсегда

вошли в актив науки о журналистике и массовых коммуникациях. На профессиональных курсах, организованных Российским телеграфным агентством (РОСТА), в т.ч. Екатеринбурге (УралРОСТА, 1920), читали лекции по газетоведению.

Медиазнание сегодня – это совокупность рыночных представлений о массмедиа, концепции, в которых информация превращается в основную товарную категорию. Творчество понимается как технология производства этого товара, а распространение информации становится медиаполитикой. В условиях конкуренции на смену классической технологии журналистики по формуле «сбор – интерпретация – распространение информации» приходит утилитарно-рыночное «производство – распределение – перераспределение товара». Общество предстает как информационная среда (media).

Разработанная нами систематическая таблица журналистского образования в УрФУ, вместе с тем, показывает и обнаружившиеся лакуны.

Во-первых, не организована форма журналистского образования на базе основного среднего образования в специальных лицеях журналистики. Необходимо подумать об использовании возможностей лицея Уральского федерального университета, в стенах СУНЦ возможно организовать профильные классы для подготовки к обучению в департаменте «Факультет журналистики».

Во-вторых, в сфере журналистики также нет форм среднего специального образования, которые могли бы давать колледжи журналистики. В профессии есть работы, для которых не нужна вузовская квалификация, не для всех редакционных специальностей нужно высшее образование. Письмо Департамента государственной политики Министерства образования и науки РФ от 5 ноября 2009 г., № 927/09 содержат проекты Федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС) начального профессионального образования, в частности специальностей «рекламный агент» (код - 031601.01), «фотограф» (100118.01). То же письмо Министерства содержит ФГОС среднего профессионального образования, в частности специальностей «реклама» (031601), «издательское дело» (035002), «техника и искусство фотографии» (100118), «полиграфическое производство» (261701). В области издательского дела специалист готовится к следующим видам деятельности: корректура, художественно-техническое редактирование изданий. Редактор же готовится к следующим видам деятельности: корректура, художественно-издательское редактирование изданий, редакторская подготовка изданий, управление и организация деятельности подразделения. Техник-технолог полиграфического производства готовится к следующим видам деятельности: участие в разработке технологических процессов в полиграфическом производстве, технологический контроль в полиграфическом производстве, контроль качества материалов и готовой продукции. По специальности «техника и искус-

ство фотографии» готовятся фототехник и фотохудожник. Фототехник готовится к следующим видам деятельности: фотосъемка различных жанров, фотохудожник – создает произведения фотографического искусства, создает фоторекламу.

Кроме того, получение дипломов/ лицензий на профессиональную деятельность можно осуществлять после интернатуры. В послевоенные годы дипломы выдавали не ранее, чем через год по окончании вуза по предъявлении характеристики из редакции (журналистского цеха). Практика послевузовского профессионального лицензирования принята во Франции. В России привычна интернатура в медицинском образовании.

Воссоздание этих уровней позволит наладить систематическое медиаобразование всех компетенций и смоделировать прообраз Института журналистики и массовых коммуникаций. Он видится как некий образовательный кластер - объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами. Так, наш Уральский федеральный университет, в состав которого включен департамент «Факультет журналистики», в соответствии с Указом Президента России от 21 октября 2009 г., № 1172 создается как научно-инновационное ядро Уральского региона. О журналистском кластере Уральского региона мы говорили на дискуссионной площадке VIII окружного форума «Информационный мир Югры» (Ханты-Мансийск, 24 ноября 2012 г.). Кластер предполагает организацию крупных образовательных групп, которые образуют «технологическую» основу кластера - начального медиаобразования, основного среднего образования, среднего специального образования, бакалавриата, магистратуры, интернатуры.

Литература:

- Абозина, Н.М., Гуль, Н.В., Васильева, Н.А. опыт работы с европейским языковым портфелем // Иностранные языки в экономических вузах России. Всероссийский научно-информационный альманах, 2005, № 4.
- Информационное общество и журналистское образование: социокультурные парадигмы XXI века: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием, посвящ. 30-летию журналист. образов. в Мордовском гос. ун-те им. Н.П. Огарева (27-28 ноября 2008 г.) / отв. ред. П.Ф. Потапов. – Саранск: Изд-во Мордов ун-та, 2010.
- Исхаков Р.Л., Ситникова М.В. Прикосновение к харизме. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006.
- Кому и как учить сегодня журналистов? Дискуссионная площадка VIII окружного форума “Информационный мир Югры”: сб. статей и учебно-методических материалов / под редакцией В.Ф.

- Олешко, Л.А. Третьяковой. – Ханты-Мансийск: УИП ЮГУ, 2013.
- «Обучение в течение всей жизни» – «Life Long Learning» как фактор модернизации социально-экономического пространства региона [текст]: мат-лы Всерос. научн.-практ. конф. Екатеринбург, 13-14 мая 2010 г. Вып. 3 / под ред. Е.С. Черепановой. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010.
 - Олешко, В.Ф. Кризис на кончике пера // Журналист. – 2009. - № 8.
 - СМИ – общество – образование: модели взаимодействия: мат. Междунар. науч.-практ. конф., посвященной 20-летию высш. журналист. образования на Южном Урале, Челябинск, 30 ноября – 2 декабря 2007 г.: в 2 ч. Ч. 1. / отв. ред. И.А. Фатеева. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007.
 - Шариков, А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М.: НИИ СО и УК АПН СССР, 1990.
 - Progress towards the Lissabon objectives and training Indicators and benchmarks. 2008.

Журналистское образование: взгляд из зазеркалья

Яновская Г.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры политики, социальных технологий и массовых коммуникаций Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта.

В статье представлен широкий взгляд на проблемы образования вообще и журналистского образования в частности. Предпринята попытка выявить глубинные причины деградации современного образования как системного, многоуровневого, взаимосвязанного процесса. Рассмотрены механизмы блокировки интеллектуального развития: социокультурная среда, эгоцентричное целеполагание и шаблонизация мышления.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистское образование, социокультурная среда, эгоцентричное целеполагание и шаблонизация мышления.

Социокультурная среда как генератор симулякров

В последние годы стало правилом хорошего тона использовать обвинительную риторику в отношении высшего образования в целом и журналистского образования в частности. Студенты костерят преподавателей, преподаватели – среднюю школу и студентов, работодатели – преподавателей, студентов и выпускников, выпускники – работодателей, а конечный потребитель – общество – продажных журналюг, аккумулируя в суффиксе с принижающей оценкой неприятие всех одновременно.

Общество предъявляет особые требования к тем, кто в силу своей профессии непосредственно работает с его сознанием, интеллектом, мировоззрением, ментальностью. Конечному потребителю информационной продукции всё равно, по каким стандартам обучался тот, кто создал тот или иной материал, какие дисциплины изучил, сколько часов эксплуатировал фотокамеру, прежде чем научился выстраивать композицию кадра. Зрителя, читателя, слушателя интересует конечный результат, а не технология его достижения. Работодателя интересует то же самое: выпускник как конечный продукт системы образования, умеющий создать тот самый конечный информационный продукт. Следовательно, на тех, кто обучает будущего журналиста в стенах высшего учебного заведения, ложится двойная ответственность: за качество самого выпускника и за качество той продукции, которую он будет производить. Так рассуждает потребитель. Образовательное сообще-

ство мыслит в том же ключе.

Можно долго обсуждать богатый российский и зарубежный опыт подготовки журналистских кадров и эффективность той или иной национальной системы образования; дискутировать о проблеме сбалансированности теоретической и прикладной составляющих учебного процесса; искать пути оптимального соотношения «теоретиков» и «практиков» в составе педагогического коллектива – об этом написано достаточно полно и убедительно¹.

Но когда конкретный преподаватель заходит в аудиторию, перед ним располагаются не учебные планы и матрицы компетенций, а живые Кати, Маши, Саши, имеющие свои представления о цели пребывания в учебном заведении и разные стартовые возможности. Именно здесь, в аудитории, концентрируются и обостряются проблемы, выходящие далеко за рамки отдельно взятой специальности или кафедры. На них и будет сосредоточено наше внимание.

В силу объективных факторов любому преподавателю приходится работать с тем человеческим материалом, который сформировала семья, средняя школа и социокультурная среда, а значит, часть ответственности за качество «исходного материала» лежит и на них. Любой здравомыслящий человек знает, что можно мастерски слепить самолёт из пластилина, но летать он не будет. И дело не в том, что пластилин как материал сам по себе плох и поэтому из него нельзя лепить самолётики, – просто он не подходит для самолётостроения. Можно ли из негодного материала слепить дипломированного журналиста? Да, но работать в профессии он не будет. И чаще всего не потому, что учился спустя рукава или его учили не тому, чему надо, бездарные преподаватели, а потому, что изначально не хотел работать в этой сфере или вообще где бы то ни было.

Современное социокультурное пространство настойчиво внедряет в массовое сознание целую систему псевдоценностей, демотиваторов, симулякров, направленных на разрушение интеллектуальной, эмоциональной и волевой сферы личности. Подлинные ценности высмеиваются, а затем маркируются знаком «–» (см. табл. 1), и наоборот: антиценности навязчиво легитимируются, а затем маркируются знаком «+» (см. табл. 2)². Настоящая деятельность подменяется симуляцией

¹ См., в частности: *Фатымина В.Д.* Журналистское образование в Германии в XXI веке: проблемы и перспективы развития. Сетевой ресурс edu.of.ru; Геруля М. Проблемы журналистского образования в Польше. Сетевой ресурс relga.ru № 16 (161) 15.11.2007; Кукса И.Ю. «Experior», то есть «испытываю» // Аккредитация в образовании. 2006. № 4; Кукса И.Ю. Журналистика: гадкий утенок или прекрасный лебедь? // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2006. № 8; Кукса И.Ю. Профессиональное образование журналиста: истоки, проблемы и перспективы // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. 2011. № 4; Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: Монография / Под ред. проф. Л.П. Шестеркиной. Челябинск, 2012.

² В таблицах обобщены результаты бесед со студентами специальности «Журналистика»

– развитие личности блокируется, а затем переходит в вялотекущую деградацию. Схематично этот процесс можно представить следующим образом:



Рис.1. Механизм трансформации ценностей в симулякры

Трансформация происходит в соответствии с механизмом убеждения¹: сначала из сферы сознания вытесняются имеющиеся коннотации, затем образовавшееся пустое место замещается другими, обычно противоположными по смыслу. В результате масштабного воздействия механизма убеждения на сознание студентов давление социокультурных симулякров оказывается столь сильным, что отдельно взятый преподаватель и даже весь педагогический коллектив не в состоянии изменить деформированную ими концептосферу.

Таблица 1

Трансформация ценностей в антиценности

№ п/п	Ценность +		Антиценность –
1	Личность, стремящаяся к получению знаний	это	ботаник
2	Образованность	это	умничанье
3	Стремление к самосовершенствованию, саморазвитию	это	перфекционизм
4	Воспитанность	это	закрепощённость, закомплексованность
5	Самоанализ, рефлексия	это	бред, заморочки, самобичевание
6	Ответственное отношение к работе, трудолюбие	это	трудоголизм
7	Альтруизм, энтузиазм, жертвенность (готовность бескорыстно действовать на пользу другим, не считаясь со своими личными интересами)	это	лузерство

во время лекционных и практических занятий по дисциплине «Риторика» за несколько лет, использованы материалы словарных статей, в частности: Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 1998.

¹ См. о механизме убеждения: Зарецкая Е.Н. Деловое общение: Учебник: В 2 т. М., 2002. Т. 1. С. 608.

8	Героизм, подвиг, защита Отечества	это	абсурд, отсутствие инстинкта самосохранения
9	Патриотизм	это	дикость, отсталость
10	Личная ответственность (я должен)	это	ответственность других (все должны мне)
11	Семейственность, детность	это	ограничение личной свободы
12	Коллективизм	это	стадное чувство

Как видно из содержания обеих таблиц, социокультурным пространством навязчиво формируется определённый тип личности – убогий цинично-амбициозный индивидуалист, кредо которого сводится к примитивному рекламному слогану: «И пусть весь мир подождёт», а система отношений строится по эгоцентричной модели: «Я» и «Мне».

Таблица 2
Трансформация антиценностей в симулякры

№ п/п	Антиценность –		Симулякр +
1	Бахвальство, хвастовство	это	самопрезентация, самореклама
2	Распушенность, невоспитанность	это	раскованность, самовыражение, индивидуальность, оригинальность
3	Амбиция – тщеславие, обострённое самолюбие, спесивость, чванство; необоснованные притязания на что-либо (неодобр.)	это	амбициозность как положительное качество личности, синонимичное целеустремлённости
4	Карьеризм (неодобр.) – погоня за карьерой, стремление к личному благополучию, продвижение по службе в личных интересах	это	карьерный рост, успешность
5	Вещизм, мещанство, накопительство	это	стремление к материальному благополучию, успешность
6	Жадность	это	бережливость, экономность
7	Нарциссизм, любование своей красотой, чрезмерное внимание к своей внешности, самолюбование	это	любовь к себе, забота о своей внешности, убаживание своего тела
8	Напористость, наглость, хамство	это	отстаивание своих интересов и законных прав любыми средствами и способами
9	Гедонизм – праздный образ жизни, где цель и высшее благо – наслаждение	это	жизнелюбие, жизнерадостность, развлечение, отдых, оптимизм, позитив

10	Эгоизм – себялюбие, предпочтение своих, личных интересов интересам других, общественным интересам, пренебрежение ими; эгоцентризм – крайняя степень индивидуализма и эгоизма, воззрение, ставящее в центр всего мироздания индивидуальное Я человека	это	самоуважение, самооценочность личности; «не надо прогибаться под изменчивый мир, пусть лучше он прогнётся под нас»; «Я в этом фильме – главный актёр, Я – сценарист в нём, Я – режиссёр»
11	Спекуляция, ростовщичество – скупка и перепродажа имущества, ценностей, продуктов, бытовых товаров с целью получения прибыли (обычно с использованием разных цен); основанный на чём-нибудь расчёт, умысел, направленный на использование чего-нибудь в своих корыстных целях	это	бизнес, предпринимательство, маркетинговые и рекламные стратегии, успешность, эффективность
12	Леность как один из 7 смертных грехов	это	двигатель прогресса, природное качество человека, следствие ослабленного иммунитета
13	Паразитизм, тунеядство	это	поиск себя, маргинальность, фрилансерство
14	Цинизм – наглость, бесстыдное поведение и отношение к чему-нибудь, проникнутое пренебрежением к нормам общественной морали, нравственности	это	политическая активность, оппозиционность по отношению к власти, государству, официальным институтам и традиционным ценностям как признак «продвинутой» и «европейскости»

Усугубляет проблему укоренившееся в общественном сознании и закреплённое на законодательном уровне представление об образовании как о сфере услуг. Разрушительные последствия такого понимания очевидны. Дело в том, что отглагольное существительное «услуга»¹ в своём семантическом ядре имплицитно содержит сему активности субъекта – того, кто оказывает / предоставляет услугу, и предполагает пассивность объекта – того, кто её получает. Применительно к сфере образования это означает закрепление пассивно-потребительского отношения к учебному процессу со стороны студентов: «объясните – покажите – дайте». Иллюзия активности поддерживается симулякрот отрицательного выбора: «нам это не надо».

Подобная позиция приводит к нежеланию самостоятельно и при этом добросовестно готовиться к практическим занятиям, вырабатывать необходимые для профессии навыки, переделывать наспех состряпанные материалы. При таком подходе худо-бедно может усвоиться знаниевая

¹ Определение см. в толковых словарях, в частности: Ожегов И.С., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. Электронный ресурс gword.org.

компонента, но не уровень умений и тем более навыков, для формирования которого требуется систематическое многократное повторение одних и тех же операций в изменяющихся условиях. Подавляющее большинство студентов, к сожалению, не видят в этом необходимости: потребителям услуг, пусть даже образовательных, по определению негоже напрягаться. С учётом неоправданного сокращения аудиторных часов и увеличения доли самостоятельной работы студентов всё в совокупности приводит к коллапсу учебного процесса.

Эгоцентричная цель как демотиватор развития

Любой преподаватель может обучить требуемым навыкам даже самого нерадивого студента. Но для этого необходимы два условия, зависящие от самого студента: 1) преследуемая им цель – стать мастером своего дела, состояться именно в этой профессии; 2) определённый запас базовых знаний и мыслительных навыков. Рассмотрим типичные целевые установки студентов специальности «Журналистика», выявленные в результате опроса в 2011 году.

Из 19 студентов 5 курса очной формы обучения только 1 (5%) определённо назвал цель своего обучения – «собираюсь работать журналистом», ещё 2 (11%) косвенно сформулировали примерно эту же цель, но наряду с другими. Подавляющее большинство опрошенных – 12 чел. (63%) в качестве цели своего обучения указали получение высшего образования (или просто диплома) наряду с целью общего личностного развития – развитие творческих способностей, коммуникативных навыков, мышления, изучение языков, получение базы для второго высшего образования, обширных знаний в области гуманитарных дисциплин. У 2 респондентов (11%) за время учёбы цель изменилась – от желания работать «скандально известным журналистом, взять интервью у Майкла Джексона» до получения качественного высшего образования и красного диплома, так что их тоже можно присовокупить к большинству, понимающему цель образования ради образования, «корочки» и разностороннего развития собственной личности (итого около 74%). Из всех опрошенных только 1 (5%) никак не сформулировал цель своего 5-летнего пребывания в университете, а формулировку ещё 1 «предвыпускника» (5%) – «понимание работы разных сегментов медиасферы» – пришлось отнести к разряду неопределённых.

Итоги опроса студентов 3 и 4 курсов подтвердили выявленную закономерность, поэтому отдельно рассматривать их не будем. В целом из генеральной совокупности опрошенных студентов 3 – 5 курсов (60 чел.) только 11 (18%) целью своего обучения видят дальнейшую профессиональную деятельность в сфере журналистики, а 41 чел. (68%) – получение высшего образования и диплома наряду с саморазвитием; у 4 чел. (7%) формулировка цели отсутствует и ещё 4 чел. (7%) смутно представляют цель своего обучения: «заниматься делом, которое тре-

бует творческих способностей», «работать на нескучной работе, быть в курсе событий», «мечта, чтобы у меня когда-нибудь спросили, а как вы этого достигли».

Интерпретация результатов опроса, как известно, зависит от цели и позиции интерпретатора. С точки зрения преподавателей дисциплин гуманитарного цикла результат превосходный, с позиции преподавателей прикладных дисциплин – неопределённый, а со стороны работодателей – неудовлетворительный, поскольку только 3 – 4 студента из каждого курса (в среднем 18%) рассматривают образование адекватно – в качестве не цели, а средства для дальнейшей трудовой деятельности в сфере журналистики.

Как ни странно, целеполагание большинства студентов совпадает с целями образования, сформулированными государством в соответствующих законах. Достаточно взглянуть на Закон РФ «Об образовании», действовавший на момент проведения опроса: «Под образованием в настоящем Законе понимается целенаправленный процесс воспитания и обучения *в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)*. Под получением гражданином (обучающимся) образования понимается достижение и подтверждение им определенного образовательного ценза, которое удостоверяется *соответствующим документом (здесь и далее курсив мой. – Г.Я.)*»¹. Как видим, на первом месте находятся интересы *человека*, на втором – *общества* и только на третьем – *государства*, а имплицитно заявленная цель образования – получение документа о нём самом, то есть на уровне высшего образования – диплома.

В Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации», несмотря на отсутствие явно прагматичной цели – получение соответствующего документа, основной смысл тот же: «Образование – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый *в интересах человека, семьи, общества и государства*, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности *в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов*» (ст. 2)². Как видим, принцип ранжирования заинтересованных сторон тот же: человек и его семья, затем

¹ Закон РФ «Об образовании» от 10.07.1992 г. № 3266-1 с последующими редакциями. Сетевой ресурс <http://минобрнауки.рф>.

² Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ. Сетевой ресурс <http://минобрнауки.рф>.

общество и в последнюю очередь – государство; обобщённая цель образования – всестороннее развитие человека, удовлетворение его образовательных запросов (при этом примечательно, что *профессиональное* развитие занимает последнее место).

В этом контексте не такой уж по-детски наивной и примитивной выглядит цель получения образования, сформулированная студенткой 4 курса: «испытать себя, порадовать маму и папу», – поскольку интересы отдельного человека и его семьи являются приоритетными для государства и закрепляются на законодательном уровне. Вместе с тем законодатель, отводя обществу и государству второстепенное и даже третьестепенное значение, не мог не знать двух прописных истин: 1) интересы отдельного человека далеко не всегда совпадают с интересами общества и государства, а иногда, наоборот, даже вступают с ними в конфликт; 2) если какая-либо цель, даже самая благородная, не выходит за рамки отдельно взятого человека, его личностное развитие прекращается по её достижении.

Применительно к учебному процессу законодательный нонсенс порождает целый шлейф проблем. Эгоцентричная цель, спроецированная на конкретную специальность (направление подготовки), входит в противоречие с государственными же требованиями, закреплёнными в ГОС и ФГОС всех поколений, а именно по ним осуществляется обучение. Целеполагание студента, ограниченное пределами его драгоценной личности, препятствует формированию компетенций, требующих ответственного отношения к обобщённому адресату журналистской деятельности – обществу. Поэтому самая сложная, а иногда и невыполнимая для преподавателя задача – выманить студента из застенка его собственной, подчас весьма ограниченной, личности и поставить на сторону целевой аудитории. Парадокс в том, что такая привычная для развитой личности транспозиция – поставить себя на место другого, а применительно к журналисту – поставить себя на место персонифицированной аудитории – вызывает неосознанное сопротивление со стороны студентов. Почему? Да именно потому, что вынуждает выйти за пределы того самого, как попало образованного, но горячо любимого Я, которое, как выяснилось ранее, и является конечной целью образования.

По этой же причине, правда, более жёсткое сопротивление со стороны студентов вызывает стандартное требование быть объективными – для начала хотя бы осветить в материале *разные* точки зрения на ту или иную проблему. Как правило, студенты ограничиваются констатацией одной и той же позиции, высказанной разными респондентами и совпадающей с авторским пониманием, – противоположная позиция игнорируется. Убедить студента в её необходимости крайне проблематично, поскольку эгоцентричная установка блокирует не только понимание, но и восприятие любой другой точки зрения кроме собственной.

Другое мнение попросту не распознаётся, так как для эгоцентрика это всего-навсего шум, досадная помеха в его стройной, непротиворечиво-одноцветной картинке мира – либо чёрной, либо белой. Излишне напоминая, что такой подход противоречит предназначению и самому духу журналистики как общественно значимой сферы деятельности.

Дрессировка ЕГЭ как блокиратор мышления

Как упоминалось ранее, одним из условий, необходимых для успешного обучения основам профессии и зависящих от самого студента, кроме цели стать мастером своего дела, является определённый запас базовых знаний и мыслительных навыков, сформированных на уровне средней школы. В последние годы только ленивый не прокричал о катастрофически низком качестве среднего образования и не бросил камень в сторону ЕГЭ. Кажется логичным, что информационное пространство взрывается егэшной истерией в экзаменационный период и разом затихает на целый учебный год. Это значит, что у общества нет претензий к самому учебному процессу – протест вызывает только форма проверки его результатов.

Вместе с тем любой преподаватель подтвердит, что результаты обучения могут быть проверены в любой форме и независимо от неё могут выявить одни и те же устойчивые показатели в пределах статистической погрешности, не влияющей на общую оценку. Проблема кроется не в форме проверки знаний, а в содержании и методах обучения – в самом учебном процессе. Именно с его результатами, а не с баллами ЕГЭ сталкивается преподаватель высшей школы и с сожалением обнаруживает, что фундамента либо нет, либо на его основе нельзя построить здание прочнее временки.

Проиллюстрируем масштабы разрушения интеллектуальной и духовной сферы старшеклассников ссылкой на опыт репетитора ЕГЭ по истории: «...в основном у меня были хорошисты и отличники. С географией были проблемы у всех, кроме одного. Ни что такое Восточно-Европейская равнина, ни что такое Скандинавия и Византия, они не знали. Где все это расположено – тоже. <...>Все поголовно считали, что Ленин сверг царя. Никто не был в курсе, кто такой Керенский и что вообще была февральская революция. Никто не читал «Слово о полку Игореве»... Дома ни у кого не было ни глобуса, ни атласа.

Одна ученица была из элитной, французской школы. Отличница из обеспеченной семьи. Так как школа западного образца, то там дети вольны выбирать нужные себе предметы. Таким образом, у нее никогда не было географии. Поэтому Китай для нее находился в Европе, чем отличается остров от полуострова, она не знала. Где Дунай, где Днепр – тоже. Казахи и узбеки – это славянские народы. А еще есть такой народ – хохлы. Одно из первых славянских племен – крестьяне. На ЕГЭшный вопрос «Почему древние русские города располагались у рек?», она, поразмыслив, ответила: «В реке можно купаться»...

Точно такая же барышня была из лица милиции. Эта еще на пороге заявила мне, что историю она не понимает и ненавидит... Ей хватит тройки, все равно в Академию МВД поступит. Только начнешь что-либо рассказывать, тебя прерывают вопросом: «А это будет на ЕГЭ?». Каждый урок был мукой для обоих, потому как даже свой минимум она учить не хотела («Да мне насрать на ваших половцев, че там для ЕГЭ надо?»)¹. В приведённых фрагментах представлены не какие-то экстраординарные случаи, как хотелось бы думать, и старшеклассники не маргиналы – они дети единого социокультурного пространства, стремящиеся покончить со средним образованием и как-нибудь поступить в вуз. В связи с этим подчеркнём: подобная уродливая картина мира является господствующей в массовом сознании и при этом не вызывает у её носителей когнитивного диссонанса². По сути, картины мира как таковой нет – есть разрозненные осколки смутно идентифицируемых имён и событий с неопределёнными контурами и значениями – мировая культурно-историческая свалка. Разгребать её на уровне высшего образования, с одной стороны, уже поздно, а с другой – жизненно необходимо, так как без надлежащего фундамента невозможно приступить к строительству какого бы то ни было здания. В результате вынужденного возвращения к школьным азам страдает учебный процесс, скукоживается собственно вузовская программа, изнывают хорошо образованные студенты (пусть их единицы, в среднем 3 – 4 на курсе, но от азов они хотят двигаться дальше).

В то же время преподаватель не всегда догадывается о том, что именно из школьной программы искажено или изуродовано в сознании большинства студентов и на каком этапе занятия очередной образовательный монстр вылезет наружу. Простой хрестоматийный пример из школьной программы: «Вечор, ты помнишь, вьюга злилась» – может распахнуть бездны невежества, несмотря на высокие егэшные баллы по литературе у большинства студентов. И полбеда, если автор и название произведения идентифицируются в лучшем случае только одним вундеркиндом из всего курса, – это уже не удивляет, но когда в интерпретации студентов «вечор» становится обращением да ещё и именем собственным типа Егор – впору аннулировать аттестаты о среднем образовании и обязать недоучек в течение 10 лет заново осва-

¹ См. подробнее опыт подготовки старшеклассников из г. Перми к ЕГЭ по истории: Конин М. О современном образовании. Часть вторая: опыт учителя // Однако: Информационно-аналитический проект. Электронный ресурс odnako.org.

² См., например, цикл интервью в программе «Вечерний Герасимец с Романом Романовичем» на телеканале «Дождь»: За что Булгаков расстрелял Лермонтова из автомата: <http://www.youtube.com/watch?v=XVOyeRuSGhA>; Как отмечают день рождения Ленина в Москве, и можно ли похоронить его дочь Лену Ленину рядом с ним: <http://www.youtube.com/watch?v=e5mSjHOiqqQ>; Какая битва стала решающей во Второй мировой войне – на Чудском озере или Куликовская: <http://www.youtube.com/watch?v=e42tS2-sW1Y>; интервью в программе «Имя Россия» на телеканале «Россия»: Россияне не знают историю страны: <http://www.youtube.com/watch?v=oiuWoN-MQdc> и др..

ивать школьную программу. Это, конечно, утопия. Но вот реальность, порождённая творческим энтузиазмом будущей журналистки: «Ещё недавно мы пили чай из самовара при свете лампы под песни Битлз из граммофона»¹.

Это не сатирический текст, не пародия и не стилизация – в общем контексте работы всё совершенно серьёзно. С точки зрения орфографии, пунктуации и грамматики всё безупречно – претензий к учителю русского языка и к ЕГЭ нет, а по смыслу – несъедобный культурно-исторический винегрет. При этом ситуативный ликбез, проведённый отдельным преподавателем в качестве гуманитарной помощи интеллектуально нищим студентам, общую отсталость не преодолевает: на месте одного монстра с лёгкостью вырастает другой.

Ещё раз подчеркнём: причины массового интеллектуального обнищания молодёжи коренятся не в ЕГЭ как форме проверки школьных знаний. Дьявол кроется в деталях – в самом учебном процессе, превращённом в тупую дрессировку школьников к ЕГЭ. Именно последствия школьной дрессуры становятся подчас непреодолимым барьером в обучении журналистике как творческой сфере деятельности. Дело в том, что львиная доля тестовых заданий содержит готовые формулировки, поэтому мышление экзаменуемого ограничивается выбором приемлемого ответа из списка уже имеющихся вариантов. Если в течение трёх лет (как правило, с 9 по 11 классы) ежедневно на каждой дисциплине учиться выбирать ответы из предложенного кем-то ряда, необходимость самостоятельно мыслить отпадёт за ненадобностью.

Кто-то резонно возразит, что в ЕГЭ, например, по русскому языку предусмотрена часть С – традиционное сочинение, где выпускник может продемонстрировать навыки самостоятельного текстопорождения, а следовательно, и мышления. Да, но чадолюбивая индустрия штамповки болванчиков эту досадную проблему уже решила: написаны учебные пособия, содержащие исчерпывающие перечни стандартных формулировок – от введения до заключения, включая клише проблем, аргументов и авторских позиций². Обучение сочинению сводится сначала к примитивному зазубриванию кем-то написанных фраз, а затем – к подгонке заученных формулировок под конкретный текст. Обвинять учителей в профанации не поднимается рука: их зарплата зависит от стимулирующих надбавок, а они в свою очередь – в том числе и от баллов, полученных выпускниками на ЕГЭ.

Последствия школьной дрессуры для обучения такой интеллектуаль-

¹ Пример из письменной работы студентки предоставлен Куксой И.Ю., к.ф.н., доцентом кафедры политики, социальных технологий и массовых коммуникаций БФУ им. И. Канта.

² См., в частности: *Узрватова Т.Ю.* Учебно-тренировочные тесты и другие материалы для подготовки к единому государственному экзамену (ЕГЭ) по русскому языку. Калининград, 2008. С. 15 – 24.

но-творческой и общественно значимой профессии, как журналистика, сложно переоценить. Творческий конкурс проблеме тоже не решает: подавляющее большинство студентов (как показал опрос, 73 %) нацелены на простое воспроизведение готового лекционного материала или следование конкретному шаблону. Вот типичные ответы на вопрос, что *со стороны преподавателей* способствует успешной и своевременной подготовке студентов к практическим занятиям, зачётам, экзаменам и их сдаче:

- 1) полный объём лекций, построенных по принципу «лекция = ответ на вопрос билета»;
- 2) подробные инструкции к выполнению каждого задания, включая творческие работы;
- 3) образцы уже выполненных кем-то заданий, в том числе творческих работ и презентаций;
- 4) исчерпывающие ответы преподавателя на все без исключения вопросы студентов;
- 5) отсутствие тем, вынесенных на самостоятельное изучение;
- 6) бонусы и получение зачёта или экзамена «автоматом».

Самый распространённый ответ на вопрос, что *со стороны студентов* препятствует успешной и своевременной подготовке к практическим занятиям, зачётам, экзаменам и их сдаче, помимо страха (91 %) и неумения планировать своё время (84 %), – лень (92 %).

Шаблонизация мышления и массовая умственная лень приводят к тому, что на всех видах занятий независимо от дисциплины студенты впадают в ступор от вопросов, направленных на выявление причин (почему?) и целей (зачем?) того или иного события или явления. Гробовое молчание прерывается тогда, когда преподаватель даёт «наводку» или предлагает ряд ответов на выбор студентов. Не менее парализующее воздействие на студенческий мозг оказывает стандартное требование аргументировать свою позицию более весомыми доводами, нежели «Вы сами это сказали на лекции», «Так написано в Интернете» и «Я считаю так, потому что это так». Распространённый ответ на просьбу подумать – «Ой, это очень тяжело. Я всё понимаю, но сказать не могу». Самостоятельно выразить целостную мысль способны единицы. При решении сложных проблем обычная студенческая тактика – отвечать всем курсом, по одному слову каждый, чтобы преподаватель, ухватившись за ключевое слово, с помощью наводящих вопросов сам выстроил логические связи и полноценное высказывание. Сверхсложная задача – выделить в тексте основные мысли и ключевые слова. А ведь это стандартные навыки, которые должны быть сформированы в школе.

Неумение и нежелание мыслить – признак профнепригодности для любой сферы деятельности за исключением работы на конвейере. Таков, к сожалению, типичный интеллектуальный портрет современного студента, стремящегося получить элементарные, стандартизированные, конвейерные навыки. Исключение составляют единицы. Но

именно на них преподаватель вынужден ориентироваться меньше всего. Почему? Потому что большинство таково, как представлено выше, и если оно взбунтуется, преподавателю несдобровать.

Кого винить в вялотекущей деградации студенчества? Всех сразу: государство, общество, семью, СМИ, кинематограф, рекламу, моду, школу, вуз, самих студентов. Что делать? Честно и ответственно работать на своём месте: государству, обществу, семье, СМИ, кинематографу, индустрии рекламы и моды, школе, вузу, самим студентам. Всем миром соорудили свалку – всем миром её и разгрести. И нечего на зеркало пенять...

Литература:

- Геруля М. Проблемы журналистского образования в Польше. Сетевой ресурс relga.ru № 16 (161) 15.11.2007.
- Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: Монография / Под ред. проф. Л.П. Шестеркиной. Челябинск, 2012.
- Зарецкая Е.Н. Деловое общение: Учебник: В 2 т. М., 2002.
- Конин М. О современном образовании. Часть вторая: опыт учителя // Однако: Информационно-аналитический проект. Электронный ресурс odnako.org.
- Кукса И.Ю. «Ехрегиог», то есть «испытываю» // Аккредитация в образовании. 2006. № 4.
- Кукса И.Ю. Журналистика: гадкий утенок или прекрасный лебедь? // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2006. № 8.
- Кукса И.Ю. Профессиональное образование журналиста: истоки, проблемы и перспективы // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. 2011. № 4.
- Угроватова Т.Ю. Учебно-тренировочные тесты и другие материалы для подготовки к единому государственному экзамену (ЕГЭ) по русскому языку. Калининград, 2008.
- Фатымина В.Д. Журналистское образование в Германии в XXI веке: проблемы и перспективы развития. Сетевой ресурс edu.of.ru

Отсутствие воли журналистского сообщества как одна из проблем профессионального образования

Зорин К.А., кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики Института филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета.

Одной из главных проблем современного журналистского образования является уклонение профессионального сообщества от решения общих с вузом проблем: формулировка четкой миссии современной журналистики, отсутствие стратегического видения развития отрасли и понимания того, какие работники СМИ будут нужны в будущем, падение престижа профессии. В одиночку вуз не может принять решение, хотя он находится в более благоприятных условиях, чем редакции: уже в среднесрочной перспективе они могут столкнуться с обострением проблемы дефицита квалифицированных кадров.

Ключевые слова: профессиональное журналистское образование, медиаобразование, журналистика.

Один из «вечных» вопросов, который регулярно задают работники СМИ представителям академического сообщества – чему учат на факультетах и отделениях журналистики. Часто следует апелляция к избытку теории и дефициту практики, и даже те вузы, где существуют и развиваются учебно-производственные лаборатории, не избегают критики своей образовательной деятельности. При этом следует констатировать, что журналисты редко стремятся знакомиться с документами, которые регулируют учебный процесс, хотя бы по отдельно взятой специальности, не интересуются причинами возникновения современной ситуации. Хотя понимание того, как и по каким причинам складывалось отечественное обучение журналистов, позволяет лучше понять логику современных учебных планов, стандартов, подходов. И даже обнаружить очевидные плюсы. Например, практико-ориентированный характер журналистского образования, пусть и помещенного в академическую среду в 1950-х годах, позволяет ему сегодня легче адаптироваться к требованию современных госстандартов. А они заставляют не просто давать учащемуся некую сумму знаний, а ориентировать на конкретные трудовые операции. Поэтому историкам, математикам, философам и даже представителями некоторых технических специальностей приходится намного труднее.

Представление многих практиков о том, что на факультете журнали-

стике ничему не учат и научить не могут, настолько аксиоматично, что они не готовы вести конструктивный диалог с вузом. Обычно сталкиваясь с учащимися профильных факультетов и отделений, представители СМИ либо агитируют идти работать и не тратить время на обучение, либо предпочитают брать выпускников иных специальностей. Даже тогда, когда диалог пытается организовать вуз, получить конкретные пожелания трудно. Так, в Красноярском крае кафедра журналистики Сибирского федерального университета с 2010 года регулярно обсуждает с представителями СМИ качество журналистского образования на ежегодном форуме региональных СМИ «Енисей.рф», также имела возможность присутствовать на подобных дискуссиях в соседних регионах. К сожалению, все высказываемые пожелания не идут далее очевидного. Постоянно говорится о том, что выпускник журфака должен уметь грамотно писать и говорить, иметь широкий кругозор, знать современные медиатехнологии.

Однако подобных общих рассуждений для модернизации журналистского образования недостаточно в силу двух причин. Первая: критики журналистского образования должны очень четко понимать, что с тех пор, когда получали вузовский диплом они, коренным образом изменились законодательство, государственные стандарты, условия работы в вузах. То есть вуз вынужден реагировать не только на старые, но и на новые вызовы. Вторая причина: при всем стремлении сделать журналистское образование более эффективным, вуз не может решить эту задачу в одиночку. Не может потому, что многие проблемы связаны не с образовательными методиками, а с концептуальными проблемами журналистского сообщества и за журналистов – при всем своем желании – вузы их не решат. И надо понимать, что откладывать их решение на потом, занимаясь вопросами выживания отдельных СМИ недальновидно: в краткосрочной перспективе кадровые бреши еще могут заполнить, люди «с улицы». В среднесрочной и долгосрочной перспективе такие сотрудники совсем не обязательно будут лучше выпускников профильных кафедр писать тексты, общаться с источниками информации, владеть медиатехнологиями.

Новые вызовы для вузов: учить думать, говорить, читать

Почему у практиков возникла мысль о том, что вуз ничему будущих журналистов научить не может? Потому что в 1990-е годы академическое сообщество оказалось не готово к стремительной трансформации медиасистемы и не могло предложить актуальных знаний, необходимых для создания не просто журналистских произведений, а информационных продуктов, позволяющих СМИ выживать на медиарынке. Приобретение этих знаний на практике было единственным выходом для многих будущих журналистов. При этом необходимо подчеркнуть одну очень важную деталь: советское и «постсоветское» школьное образование позволяло самостоятельно «доучиваться» на производстве.

Умея задавать грамотные вопросы ньюсмейкерам, анализируя информацию из разных источников, студент на практике действительно мог получить больше знаний о современных общественных, экономических, политических процессах, чем на лекциях.

Однако с тех пор школьное образование изменилось существенно. Многие «очевидные» для выпускника школы 1990-х – начала 2000-х вещи для выпускника современной школы могут оказаться сенсацией. И для факультетов журналистики становится все более важным не только формировать определенные технологические навыки по сбору и обработке информации, написанию текстов, а развивать те качества, которые ранее формировались в школе.

Современные выпускники школ (в том числе и обладатели высоких баллов по ЕГЭ), с трудом осваивают логику аналитического мышления, а без такого вида мышления качественная обработка информации невозможна в принципе. Выпускникам ближе логика клипового мышления. Но с ее помощью сложно определить, какие факты и суждения являются достоверными, а какие нет: число «лайков» – не показатель истинности. Выпускники современной школы не имеют навыков «сжатия» чужих мыслей, реферирования. Хотя реферат как форма работы в школе сохранилась, она воспринимается лишь как техническое соединение в один текст абзацев из других текстов.

Отдельный вопрос – качество устной и письменной речи студентов. Впрочем, эту проблему уже отмечают и работодатели. На упомянутом форуме межрегиональных СМИ работодатели высказали претензию о том, что некоторые студенты-практиканты кафедры не умеют общаться по телефону и задавать вопросы. Проблему отвечают и крупные игроки медиарынка, например РИА Новости. В сентябре 2013 года со студентами СФУ встречался редактор поясного вещания агентства Александр Куприянов. Он отметил: несмотря на развитие опосредованных форм коммуникации (Twitter, Facebook и пр.), молодежь не умеет задавать вопросы устно, вести беседу.

Несомненно, что определенную роль в этом играет ЕГЭ по русскому языку и литературе, который заставил отказаться от практики написания сочинений и изложений в старших классах в пользу решения тестов. Радует, что ситуация может измениться и обязательный экзамен в форме сочинения вернется, ведь сегодня, по сути, единственный «тестер» реального качества знаний школьников по русскому языку – творческий конкурс по журналистике. И хотя с помощью его письменной части измеряется лишь небольшая группа абитуриентов (от общего числа поступающих), проблема очевидна. Даже школьники, ориентированные на профессию, связанную с созданием текстов, эти самые тексты умеют создавать с большим трудом. И получение высоких баллов по русскому и литературе не гарантирует высоких баллов за сочинение на творческом конкурсе.

Старые вызовы для журналистов: потребительское отношение к вузам, отсутствие миссии, падение престижа профессии

Практики, особенно руководящий состав медиа, о специфических задачах, стоящих перед профильными кафедрами вузов, обычно не думают, поскольку дистанцируются от участия в разработке и экспертизе образовательных программ по журналистике. И вряд ли эта ситуация кардинально изменится после введения «доработанных» стандартов третьего поколения, которые заставляют вузы максимально ориентироваться на локальный рынок и нужды работодателей. Основные причины: дефицит времени, сложность документации. Но есть и те проблемы, в решении которых практики могли бы и должны принять посильную помощь.

Первая проблема – это некоторое потребительское отношение к вузам со стороны работодателей. Оно заключается в том, что, не желая активно участвовать в решении проблем профильного образования, медиаорганизации ожидают от вуза высококвалифицированные кадры. Очевидно, что такое отношение сформировалось еще в Советском Союзе, где государственные вузы поставляли на государственные предприятия необходимых специалистов. С тех пор ситуация изменилась существенно: подавляющее большинство СМИ – коммерческие предприятия, распределение отсутствует. Основные заказчики образовательных услуг – государство, финансирующее обучение бюджетников (при этом их число бюджетных мест постоянно сокращается), и сами студенты, обучающиеся на договорных условиях.

Участие СМИ в образовательном процессе заключается, как правило, в позволении студентам прийти на практику в редакции. И далеко не везде студентов чему-то действительно учат. Один из аргументов: незачем растить кадры для прямых конкурентов. В то же время, когда необходимо срочно заполнить возникшую брешь, даже критики журналистского образования обращаются в «общую кладовую кадров» – вуз. Предложения о сотрудничестве поступают и тогда, когда нужно найти дешевую или бесплатную рабочую силу для реализации различных проектов. Надеясь на то, что вуз использует административный ресурс и мобилизует студентов, подобные «заказчики» не учитывают тот факт, что заставить студентов делать что-то помимо их воли сегодня практически невозможно. Изменившееся законодательство в сфере образования наделило учащихся множеством прав, и студенты ревностно следят за их соблюдением. То есть предлагаемые студентам вакансии могут оказаться невостребованными, если они «неинтересные». Впрочем, и сами работодатели пока еще за студентов не бьются: поскольку для работы в СМИ профильное образование в России необязательно, недостающие кадры можно укомплектовать даже людьми «с улицы».

Поскольку работодатели не участвуют в подготовке кадров, они мало интересуются и экономической логикой, которая обязательна не только

для редакций, но и для вузов. Ведь при выборе числа программ подготовки, специализаций и даже курсов по выбору, факультеты жестко привязаны к контингенту – числу обучающихся. То есть одновременно готовить по узким программам двух журналистов для работы с культурной тематикой, трех – для работы со спортивной, семь – для работы в желтой газете и пять для работы на государственном телеканале невозможно. Точнее, возможно, но только в случае, если кто-то (а кроме заказчика в лице работодателя некому) оплатит расходы, связанные с обучением по узкой специализации. Так как такое взаимодействие является исключением, а не правилом, вузы и готовят некоего «среднего» выпускника, которого еще предстоит адаптировать к определенной организационной культуре конкретного СМИ. Безусловно, некоторые кафедры находят лазейки и идут навстречу работодателям, но в тех вузах, где учебные управления проводят жесткую политику, это делать крайне трудно.

Вторая проблема – отсутствие четкого понимания журналистским сообществом того, что же есть современные СМИ – социальный институт или медиабизнес. Академическое сообщество данный вопрос обсуждало неоднократно, многими авторами констатирован глубокий кризис отечественной журналистики и даже высказывалось предположение, что СМИ могут стать другими только если вузы возьмут на себя миссию готовить иных – социально ответственных журналистов.

Практики задумались о проблеме относительно недавно. Одной из причин стала высказанная министром связи и массовых коммуникаций идея обучать студентов-журналистов, умеющих «работать на дядю». Несмотря на возмущение, которое вызвали слова министра, нельзя не признать, что такой подход честно отражает социальный заказ собственников и руководителей ряда СМИ. И как верно отметила декан факультета журналистики МГУ Елена Леонидовна Вартанова на одной из научно-практических конференций, вузы не могут вечно жить только внутри мира своих палат, рано или поздно придется реагировать на запросы медиарынка. Поэтому и такой прагматичный подход тоже придется принимать.

Другое дело, что в одиночку решить, кого все-таки готовить – работников социального института или деятелей медиабизнеса – вуз не может, какими бы гуманистическими устремлениями он бы не руководствовался. Не может потому, что от этого зависит не только содержание образовательных программ, но и судьба выпускников. Ведь встречая бывших студентов, которые искренне осуждают цинизм некоторых коллег, способных ради рядового ток-шоу на федеральном канале покалечить жизнь обычным людям, испытываешь двойственные чувства. С одной стороны, радует, что такие выпускники осознают ненормальность подобной практики. С другой стороны, печалит то, что подобным выпускникам будет трудно работать по профессии: излишне ще-

петильные в вопросах этики журналисты большинству работодателей не требуются.

Впрочем, в ближайшее время ожидать решения этого вопроса нельзя. На межрегиональном форуме СМИ «Енисей.рф – 2013» проблема миссии современной журналистики была обозначена как главная тема форума. Но, естественно, никто ее не сформулировал. А на пленарном заседании прозвучало предложение, чтобы эту миссию для СМИ определила власть. Хотя представители власти были против этого, они заявили: данный вопрос должна для себя решить профессиональная корпорация.

Стоит отметить, что эта проблема является актуальной не только для журналистского сообщества: с начала века Запад обсуждает пути развития журналистики, поняв, что либерализм и либертарианская теория прессы не является универсальными, а «свободный рынок идей» не гарантирует решения социальных проблем, равенство доступа различных социальных групп к медиасистеме. И примечательно, что проблема конца журналистики (the end of journalism) начала изучаться именно в странах западного мира. Один из предлагаемых рецептов – переосмысление профессиональной миссии журналистики.

Третья проблема – отсутствие стратегического мышления у руководителей медиа, в том числе и у крупных корпораций, которые достаточно уверенно смотрят в будущее и избавлены от необходимости сиюминутно решать проблему самосохранения СМИ. Даже в таких крупных организациях, как РИА Новости, по признанию их руководителей, вперед смотрят только на три года.

В таких условиях требовать от вуза соответствия выпускников современным требованиям бессмысленно. Вуз готовит сегодняшних студентов, с учетом «вчерашних» условий деятельности СМИ и исключительно «методом тыка» угадывает возможные тенденции. Яркий пример – конвергенция. Еще несколько лет назад редакции были настолько уверены в исчезновении специализации, что эта уверенность нашла отражение даже в государственном образовательном стандарте. Теперь стало очевидно, что, несмотря на технологическую конвергенцию, потребность в отдельных специалистах, понимающих специфику той или иной «платформы», сохраняется.

Вуз мог бы готовить поступающих абитуриентов для тех условий, в которые с наибольшей вероятностью будут работать СМИ завтра. Но для этого необходимо знать, в каких условиях себя видят редакции через 4-5 лет. Эти сроки связаны с тем, что обучение по программе бакалавриата занимает 4 года, еще год необходимо закладывать для подготовки всей нормативной и учебно-методической документации. Причем методики, позволяющие сделать относительно точный прогноз, имеются: так, представители технических специальностей активно применяют форсайт-исследования для того, чтобы заглянуть в будущее. Сами вузы по заказу редакций могли бы и проводить подобные

исследования, учитывающие специфику того или иного региона. Для этого необходима воля руководителей СМИ и органов власти, отвечающих, за информационную политику в регионах.

Четвертая проблема – низкий престиж профессии. И эту проблему вуз самостоятельно тем более решить не может. А ведь она напрямую влияет на то, кто и зачем поступает в вуз. Если еще 10 лет назад журналистика считалась профессией, позволяющей бороться с несправедливостью, реализовать свой потенциал как общественного деятеля. Кроме того, абитуриентов привлекала возможность получать неплохой заработок (по сравнению с представителями многих иных профессий), «выбиться в люди». Сегодня основным мотивом у поступающих становится возможность заниматься самовыражением, творить для самого себя. И мысль о том, что журналист должен думать не о себе, а об аудитории – ради нее он, собственно, и работает – воспринимается студентами весьма болезненно, а некоторых и вовсе разочаровывает в выбранной специальности.

Данный вывод основан на многолетнем наблюдении за абитуриентами. Во-первых, с 2009 года кафедра журналистики СФУ проводит ежегодный конкурс школьных и молодежных СМИ «Журфак. Тест-драйв», и благодаря этому была выявлена одна интересная тенденция. Часть школьников, которые хорошо проявляют себя в качестве юнкоров, ярко пишут, делают интересные видеоматериалы, относится к подобной деятельности исключительно как хобби. Учиться на журналистов многие не планируют. Во-вторых, в 2013 году обязательной частью творческого конкурса по журналистике в Сибирском федеральном университете стало резюме абитуриента, с помощью которого кафедра смогла более детально знакомиться с абитуриентами, мотивами выбора специальности, представлениями о профессии. Оказалось, что практически все абитуриенты в школе посещали вокальные кружки, театральные студии, классы рисования и выбирали журналистику, потому что хотят и дальше творить, ведь «журналистика – творческая специальность». В-третьих, с 2012 года у кафедры журналистики появилась возможность для сравнения своих студентов с учащимися Политехнического института СФУ, где группа энтузиастов создала радио «ПИ.фм». Некоторые преподаватели кафедры безвозмездно работают с этими ребятами, поскольку их воодушевляет тот интерес к журналистике, который не всегда встречается у студентов профильной кафедры. И можно сделать неутешительный вывод: для студентов политехнического института радио – это возможность общаться, находить единомышленников, чувствовать себя в команде, а не будущая профессия. Но они могут оказаться более востребованными на рынке, нежели те, кто идет в вуз, потому что еще в школе чувствуют себя звездами.

Нельзя учитывать и то, что за последние 5-10 лет коренным образом изменилась практика медиапотребления аудитории в возрасте группы 16-25 лет, о чем свидетельствуют статистические данные Фонда

общественного мнения и иных исследовательских центров (например, Internet World Stat и подобных). И это усугубляет падение престижа профессии. Если раньше молодежь смотрела телевизор и, даже переключая каналы, могла видеть не только развлекательные шоу, но и информационные программы, то сегодня все большее число школьников и студентов не только не смотрит телевизор, но и не читает онлайн СМИ. Для них основным источником новостей становится френд-лента в социальных сетях, либо – первая страница поисковых порталов. В этих условиях сформировать адекватное представление о журналистах даже тем, кто выбирает эту профессию, все труднее.

Указанные четыре проблемы – вывод не только для профессионального журналистского сообщества, но и для академического. Однако следует подчеркнуть, что вузы все-таки находятся в более выгодном положении, нежели СМИ.

Почему у вузов больше шансов на выживание? Первая причина – существующий спрос на знание о журналистике и массмедиа. Характерной тенденцией последних лет стало открытие различных школ и кружков журналистики, слушателями которых становятся не только школьники, но и взрослые люди. По-сути, эти курсы являются формой массового медиаобразования аудитории, которое в некоторых странах уже стало обязательной частью школьной программы. В России воспитывать критическое мышление, формировать правильные практики медиапотребления министерство образования не спешит, но потребность в таких знаниях существует. Факультеты журналистики вполне способны переориентироваться на удовлетворение этого общественного запроса.

Еще одна причина – те возможности, которые дают выпускникам вуза дипломы бакалавров и магистров: если региональный вуз уделяет внимание языковой подготовке, даже выпускники кафедры журналистики могут рассчитывать на продолжение дальнейшего образования в столичных вузах или за рубежом. То есть вуз продолжит и далее выполнять функции социального лифта, пусть даже если он будет проезжать мимо регионального медиарынка.

У редакций СМИ, особенно региональных, перспективы туманнее. Даже, несмотря на то, что некоторые из них, не надеясь на высшую школу, пытаются решить кадровую проблему за счет организации «ремесленных курсов» при редакциях. Хотя вряд ли такие курсы помогут ликвидировать проблемы в знаниях у выпускников школ, научить рациональному мышлению, в лучшем случае позволят найти отдельных самородков. Некоторые передовые медиаорганизации, обладающие стратегическим видением, уже понимают: чтобы через 3-4 года не столкнуться с последствиями «демографической ямы» и кадровым голодом, необходимо не просто критиковать вуз, а сотрудничать с ним, с первых курсов заинтересовывать учащихся связывать свою жизнь с определенным медиахолдингом. То есть проявлять ту самую волю, об

отсутствии которой сказано в названии данной публикации.

Литература:

- *Вартанова Е.Л.* О современном понимании СМИ и журналистики // Ежегодник 200. М., 2010
- *Вартанова Е.Л.* Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности // Медиаскоп, 2009. № 1.
- *Жилавская И.В.* Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования. Медиаскоп, 2008. № 8.
- *Корконосенко С.Г.* Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010.
- *Фатеева И.А.* Журналистское образование в России: теория, история, современная практика: Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. Екатеринбург, 2008.
- *Ashton Daniel.* The End of Journalism? // Technology, Education and the Ethic Conference. 2008.
- *Atkins Joseph B.* The Mission: Journalism, Ethics and the World. Iowa State University Press, 2002.
- *Jacobson Susan.* The End of Journalism Education // Technology, Education and the Ethic Conference. 2008. Режим доступа: <http://theendofjournalism.wikidot.com/susanjacobson>
- *McChesney Robert W.* Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Czech Republic, 2009.
- *Perales Cristina.* New Communication: a new concept of Journalism? // Technology, Education and the Ethic Conference. 2008. Режим доступа: <http://theendofjournalism.wikidot.com/cristinaperales>

Подготовка журналистов уходит все дальше и дальше от журналистики

Бакишин В.В., кандидат филологических наук, профессор, директор Высшей школы телевидения Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.

Автор рассматривает проблемы творческого обучения будущих журналистов, привлечения журналистов-практиков к преподавательской работе в вузах, технического оснащения факультетов и кафедр журналистики, а также наличия профессиональных дисциплин в федеральных государственных образовательных стандартах по направлениям «Журналистика» и «Телевидение».

Ключевые слова: журналистика, журналист, образование, стандарт, творческая специальность, техническое оснащение.

Дискуссия о том, как нужно учить будущих журналистов, периодически возникает в околонаучных кругах, так или иначе связанных с журналистским сообществом. При этом, судя по Владивостоку, наиболее агрессивно высказываются коллеги, мало знакомые с современной системой российского высшего журналистского образования. Конечно, можно и нужно говорить о нынешней ситуации в российской журналистике, можно и нужно искать причины её кризиса в социально-политической и экономической системах России. В конце концов, журналистика – неразрывная часть современного общества, один из важнейших его социальных институтов. Но, на мой взгляд, главная проблема российского журналистского образования кроется в самой системе журналистского образования, сложившейся в нашей стране. Я уже писал об этом несколько лет назад¹. К сожалению, ситуация в журналистском образовании лучше не стала, она ухудшилась.

Журналистика – профессия творческая?

Разумеется творческая, скажет любой журналист. Но тогда почему вузовская подготовка журналистов не относится к творческим направлениям? Почему в классических университетах будущих журналистов готовят совсем не так, как готовят будущих актёров, художников, сценаристов, дизайнеров и представителей других творческих профессий? Индивидуальная работа с будущим журналистом практически исключена, так как в классических университетах действуют жёсткие

¹ Бакишин Валерий. «Куда катится обучение журналистов» – «Журналист», 2007, № 6, Бакишин В.В. «О подготовке журналистских кадров» – «Журналист. Социальные коммуникации», 2011, № 2.

нормативы численности студенческих групп: минимум 25 человек, а лучше ещё больше. Да и нормативы учебной нагрузки не согласуются с творческим характером подготовки будущих журналистов: невозможно проанализировать, к примеру, производственную практику студента за 20-30 минут, отводимых обычно для этого вузовскими нормативами. В результате самая эффективная в творческом обучении индивидуальная работа опытного журналиста-мастера с небольшой, в 3-4-5 студентов, группой начинающих журналистов практически исключена.

Несколько лет партнёрство ведущих факультетов журналистики страны, объединившихся вокруг журфака МГУ, пыталось убедить министерство образования и науки в том, что специальность «Журналистика» – специальность творческая. Не удалось. Как не удалось сохранить журналистский специалитет. В результате подготовка квалифицированных журналистов за четыре года бакалавриата стала ещё более проблематичной. Спасибо, что творческий конкурс при поступлении на направление «Журналистика» сохранили. Но творческий конкурс кое-как выполняет свою роль лишь при отборе абитуриентов на бюджетные места, на коммерческие места берут всех подряд. Не случайно некоторые вузы, к примеру Приамурский государственный университет (Биробиджан), вообще отказались от творческого конкурса. И очень часто на журналистских отделениях и факультетах обучаются студенты, поступившие туда из-за юношеской ошибки, из-за магии журналистской профессии, явно не готовые к своей будущей творческой работе. Хорошо, если они сами поймут, что ошиблись в выборе профессии и уйдут, так как отчислить их из-за профессиональной непригодности практически невозможно, особенно если они учатся на коммерческой основе.

Я не могу не согласиться с критикой Владимиром Познером действующей системы поступления на факультеты журналистики: «Для того чтобы стать журналистом, помимо определённых качеств, одно из которых любопытство, у человека должна быть, так сказать, общественная жилка. И ещё нужен жизненный опыт. Когда 18-летний молодой человек идёт на журфак, то ничего не знает ни о себе, ни о жизни. Научить его правильно писать заголовки можно. А дальше-то что?»¹ Увы, уже более 50 лет на журфаки в нашей стране поступают именно 18-летние молодые люди, практически не имеющие жизненного опыта и плохо представляющие все плюсы и минусы, все особенности своей будущей профессии. Можно и нужно критиковать действующую систему отбора абитуриентов, но она действует, и пока приходится говорить лишь об её совершенствовании. Хотя на практике даже столь условное профессиональное сито, как творческий конкурс, всё чаще становится пустой формальностью.

Журналистам вход на журфак строго ограничен

А теперь давайте посмотрим, кто учит будущих журналистов. Так

¹ «Трибуна», 28.05.2012.

как журналистское направление подготовки так и не было признано министерством творческим, для кафедр журналистики действуют те же нормативы остепенённости, что и для других вузовских кафедр: согласно действующему образовательному стандарту по направлению подготовки 031300 «Журналистика» не менее 50 процентов преподавателей должны быть кандидатами наук и не менее 6 процентов – докторами. В проекте нового образовательного стандарта 42.03.02, который планируется ввести в этом году, доля остепенённых преподавателей повышена до 60 процентов. Правда, стандарты, и старый, и новый, разрешают 10 процентов остепенённых преподавателей заменить опытными практиками, но ведь это крохи, практиков должно быть не менее половины или хотя бы 30 процентов, как в стандарте по направлению «Телевидение».

Но будем реалистами: даже если министерство изменит в стандарте норматив преподавателей-практиков, не побегут эти самые журналисты-практики, и без того загруженные своей основной работой, преподавать на факультеты журналистики за ту смешную зарплату, что платят нынче неостепенённым преподавателям. За 200-300 рублей в час работают со студентами только энтузиасты, понимающие, что надо готовить молодую смену журналистов, но таких, к сожалению, немного. Бывают и вообще печальные примеры. К примеру, на кафедре журналистики и издательского бизнеса Гуманитарной школы Дальневосточного федерального университета в прошлом году избавились от большинства преподавателей-практиков, чтобы они не портили показатели остепенённости школы и кафедры. С преподавательской работы были уволены главные редакторы и ведущие журналисты «Новой газеты во Владивостоке», «Дальневосточных ведомостей», «Золотого Рога», ГТРК «Владивосток» и других ведущих приморских средств массовой информации. В результате целый ряд сугубо журналистских курсов в ДВФУ, как, впрочем, и во многих других университетах, читают преподаватели, никогда не работавшие в журналистике и имеющие представления о ней на уровне читателей-зрителей-слушателей.

Пример Гуманитарной школы ДВФУ, это, конечно, нонсенс для журналистского образования, но ведь не секрет, что в вузах становится всё меньше преподавателей, пришедших в высшую школу с опытом практической деятельности. Преподавательская работа в нашей стране уже давно не является престижной. Причин тому много: преподаватель должен готовить огромное количество мало кому нужных планов, моделей, программ и т.п., повысилась учебная нагрузка, больше стало бюрократических барьеров (от медкомиссии, одинаковой и для вузов, и для детских яслей, как будто ты будешь кормить детей с ложечки, а не читать два раза в неделю лекции студентам в университете, до справки об отсутствии судимости, которую надо ждать минимум месяца), но основная всё-таки – финансовая. Это в советский период труд

кандидата или доктора наук оплачивался более или менее достойно. Нынче в провинциальных вузах их доля – 25-50 тысяч рублей в месяц, что совершенно не стимулирует молодых и перспективных учёных к продолжению вузовской карьеры. Да и кто из молодых журналистов пойдет работать ассистентом на кафедру при зарплате 10 тысяч рублей в месяц?

На пальцах современной журналистике не научишь

Много-много лет назад, когда я сам учился на отделении журналистики ДВГУ, в жёстком дефиците были пишущие машинки. Уж не знаю, как и где добывал их заведующий кафедрой журналистики Георгий Левчук. Тогда стояла задача приучить будущих журналистов к машинописному тексту. Сегодня мы уже забыли о пишущих машинках. Чтобы отвечать запросам современной журналистики, факультетам и отделениям журналистики нужны мощные компьютеры с лицензированным программным обеспечением, нужны хорошо оснащённые телевизионные комплексы. Увы, всё это стоит очень и очень больших денег, десятки миллионов рублей. И лишь немногие университеты могут позволить себе иметь современные телевизионные студии.

В 2011 году ректор формируемого тогда Дальневосточного федерального университета Владимир Миклушевский решил по примеру ведущих университетов мира создать в кампусе на острове Русском телевизионный комплекс, отвечающий самым современным техническим требованиям. Был объявлен конкурс. Группа сотрудников существовавшей тогда кафедры массовых коммуникаций Гуманитарной школы ДВФУ (кафедра была создана на основе большей части ликвидированного Института массовых коммуникаций ДВГУ) совместно со специалистами ГТРК «Владивосток» предложила свой вариант телестудии, которая могла бы работать на весь университет, одновременно выполняя функции учебного телецентра. По оценкам разработчиков, создание такой телестудии потребовало бы около 100 млн. рублей. Но в конкурсе победил более скромный в финансовом плане проект, техническая часть которого оценивалась примерно в 20 млн. рублей. Победил проект, получивший разгромную рецензию специалистов Производственно-технологического департамента ВГТРК, проект, далёкий и от учебного процесса, и от запросов современного телевидения, проект, до сих пор не реализованный, но зато понравившийся руководству Гуманитарной школы ДВФУ. К слову, в комиссии Гуманитарной школы, оценивавшей представленные проекты телецентра, был только один специалист-телевизионщик, он единственный и проголосовал за проект кафедры массовых коммуникаций. После этого конкурса не стало в ДВФУ кафедры массовых коммуникаций, а авторов проекта новой телестудии под разными предлогами уволили из ДВФУ. Уже потом мне рассказывали, что Владимир Миклушевский, ставший в 2012 году гу-

бернатором Приморского края, жалел, что в своё время не вмешался в организованный Гуманитарной школой ДВФУ конкурс, в результате чего создаваемый на острове Русском федеральный университет до сих пор лишён современного телецентра.

Увы, только ведущие университеты страны с их миллиардными бюджетами могут позволить себе телецентры в десятки и сотни миллионов рублей, в остальных университетах оборудование телецентров оценивается в несколько миллионов рублей. К примеру, 5 млн. рублей стоит оборудование телестудии факультета журналистики Воронежского университета, по праву считающегося одним из ведущих журфаков страны. Во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса, где выходцы из Института массовых коммуникаций ДВГУ создали в 2013 году Высшую школу телевидения, с трудом удалось убедить ректора выделить около 3 млн. рублей на модернизацию университетского видеоцентра. И такая картина в большинстве вузов страны, где финансовые возможности не позволяют тратить значительные средства на техническое обеспечение учебного процесса будущих журналистов.

Остаётся один путь: использовать техническую базу действующих средств массовой информации, что и делают во многих университетах страны. Так, ВГУЭС заключил договор о сотрудничестве с филиалом ВГТРК «ГТРК «Владивосток», и наши студенты в рамках творческих мастерских работают на техническом оборудовании ГТРК. Но будем откровенны: аппаратно-студийные комплексы даже ведущих региональных телерадиокомпаний не отвечают современным требованиям технического оснащения. Не случайно переход на цифровое теле вещание в нашей стране перенесён уже на 2017 год, а создание в третьем мультиплексе регионального общедоступного телеканала вообще под вопросом. Да и далеко не в каждой телерадиокомпании будут рисковать своим техническим оборудованием ради обучения будущих журналистов.

Конечно, остается Интернет, не требующий столь мощного финансового обеспечения. Уже сейчас многие региональные и местные телекомпании уходят в интернет-вещание и в кабельные сети. Таким же путем вынуждены идти и факультеты журналистики, вводя специализацию (или, по-современному, профиль) «Мультимедийная журналистика». Но и здесь есть свои и финансовые, и технологические проблемы, не всегда решаемые в региональных вузах.

Латинский язык заказывали?

Конечно, очень много в вузовском образовании зависит от образовательного стандарта. Мне в своё время довелось участвовать в разработке ныне действующего стандарта по направлению «Журналистика». Не всё мне в нём нравится, особенно кадровые нормативы, но, увы, все стандарты разрабатываются по лекалам, заданным министерством.

В этом году всем нам предстоит перейти на новые образовательные стандарты. Официально их ещё нет, но почти готовые проекты уже известны, по ним в вузах уже идёт кропотливая работа: составляются учебные планы, готовятся основные образовательные программы, разрабатываются учебные программы. Самое главное: проекты новых образовательных стандартов кардинально меняют содержание учебного процесса. Если в действующих стандартах в их базовых частях были достаточно жёстко прописаны учебные дисциплины (к примеру, в образовательном стандарте по направлению 031300 «Журналистика» к числу обязательных профессиональных дисциплин относятся «Основы теории журналистики», «История отечественной журналистики», «История зарубежной журналистики», «Система СМИ», «Основы журналистской деятельности» и ряд других), то в проекте нового стандарта по направлению 42.03.02 «Журналистика» в базовой части названы только шесть обязательных дисциплин: «Философия», «История», «Иностранный язык», «Безопасность жизнедеятельности», «Физическая культура» и «Прикладная физическая культура», и нет ни одной профессиональной дисциплины (обратите также внимание: нет и дисциплины «Современный русский язык». Я понимаю стремление министерства к овладению всеми преподавателями и студентами английским языком, но почему же мы делаем вторичным великий и могучий, родной между прочим, русский язык?).

С одной стороны, такой короткий перечень обязательных к изучению дисциплин – это хорошо: в вузе смогут составить свой перечень дисциплин как базовой, так и вариативной частей стандарта. Но только в вузе мощном, на кафедрах которого работают преподаватели, хорошо знакомые с современными требованиями к той или иной профессии. Они, уверен, разработают такой перечень дисциплин, который будет отражать и запросы современной практической журналистики, и особенности того или иного региона нашей страны.

Но я уже отметил, что на большинстве кафедр журналистики работают, увы, преподаватели, имеющие весьма туманные представления о той профессии, навыкам которой они обучают студентов. Я, к примеру, достаточно уважительно отношусь к политологу Виктору Бурлакову, который ныне руководит кафедрой журналистики и издательского бизнеса Гуманитарной школы ДВФУ, но меня оторопь берет, когда я вижу, что политолог Бурлаков, ни дня не работавший в журналистике, ведёт у студентов такие дисциплины, как «Аналитическая журналистика», «Экономика и менеджмент СМИ» и «Выпуск учебных СМИ». Но ведь не от хорошей жизни политолог Бурлаков читает журналистские курсы: нужных специалистов на кафедре нет, а он, как заведующий, должен обеспечить чтение всех курсов, заложенных в стандарте и учебном плане.

Ведь посмотрите, какими дисциплинами заполняют сейчас вариативную часть действующего образовательного стандарта.

Вологодский университет: латинский язык.

Тихоокеанский университет (Хабаровск): математика.

Белгородский университет: семиотические аспекты массовой культуры, интегрированные маркетинговые коммуникации, пограничный режим и таможенное регулирование, анализ и перевод иноязычных журналистских текстов.

Саратовский университет: лингвистический анализ текста.

Приамурский университет (Биробиджан): адаптация выпускников к рынку труда ЕАО.

И список таких дисциплин, весьма далёких от запросов современной российской журналистики, но преподающихся на факультетах и отделениях журналистики нашей страны, можно продолжить. И я понимаю заведующих кафедрами, которые ставят подобные дисциплины в учебный план: 240 заложенных в стандарте зачётных единиц надо выполнить, по каким-то дисциплинам эти 240 зачётных единиц расписать, а в наличии только те преподаватели, которые есть. И пусть они мало разбираются в современной журналистике, но зато что-то понимают в других областях научного знания, есть у них определенные научные наработки, даже диссертации, вот и пусть читают учебные курсы по этим самым наработкам и диссертациям. Но в любом случае не могу я понять: зачем будущим журналистам латинский язык или, к примеру, математика?

Но ведь дальше будет ещё интереснее. Сейчас, плохо или хорошо, но кафедры по действующему образовательному стандарту обязаны преподавать дисциплины базовой его части, а это порядка 40 обязательных к изучению дисциплин. Напомню, что в проекте нового стандарта, на который мы должны перейти уже в этом году, перечислены только шесть обязательных к изучению дисциплин, включая две физкультуры. Вот где раздолье для кафедр, далёких от запросов современной практической журналистики! Тут не только латинский язык будут преподавать будущим журналистами, дойдут и до старославянского, объясняя это необходимостью повышать общекультурный уровень будущего выпускника-журналиста.

Открывая во Владивостокском государственном университете экономике и сервиса направление подготовки 035100 «Телевидение», мы исходили не только из-за материкового расположения вуза (кампус ВГУ-ЭС расположен в центре Владивостока, тогда как кампус ДВФУ – на острове Русском, в 20 километрах от центра города и, соответственно, от редакций ведущих СМИ, что существенно затрудняет контакты с ними студентов-журналистов), не только из-за кадровых нормативов образовательного стандарта (напомню: можно привлекать до 30 процентов преподавателей-практиков вместо 10 процентов по журналистскому стандарту), но и из-за довольно интересного наполнения действующего стандарта. В его базовую часть, к примеру, входят «Основы актёрского мастерства», «Основы мастерства телеведущего», «Основы

режиссуры монтажа», «Основы компьютерной графики» и ряд других дисциплин, необходимых для подготовки будущего тележурналиста.

Но не буду скрывать: уже сейчас мы столкнулись с проблемами при обеспечении некоторых обязательных дисциплин, к примеру, «Техники и технологии аудиовизуальных СМИ». Вроде бы и специалисты в ГТРК «Владивосток» есть, и готовы они преподавать в ВШТ ВГУЭС, но рабочий график у них настолько напряжённый, особенно во время трансляции матчей хоккейного клуба «Адмирал», что далеко не всегда кто-нибудь из них может вырваться в университет.

Но впереди и более узкие специальные, но опять-таки обязательные по действующему стандарту дисциплины, по некоторым из которых найти квалифицированных преподавателей даже во Владивостоке, городе с довольно развитым телерадиовещанием, трудно. Так, я до сих пор не могу твёрдо сказать, кто в Высшей школе телевидения ВГУЭС будет через два года преподавать дисциплину «Основы телережиссуры»: высококвалифицированных специалистов этой профессии во Владивостоке, к сожалению, уже нет. Перевод регионального телевидения на преимущественно новостное вещание сделал эту профессию во многих регионах крайне дефицитной. Можно, конечно, пригласить специалиста из Москвы, к примеру, из Академии медиаиндустрии, но финансово это очень затратно, да и вариант-то временный. Я сам в своё время ездил читать профессиональные журналистские курсы в университетах Хабаровска и Биробиджана, но повторять сей опыт что-то не хочется.

Кстати, и в проекте нового стандарта по направлению 42.03.04 «Телевидение» в базовой части перечислены только шесть дисциплин, всё остальное – на усмотрение вузов. Но пока это направление, на мой взгляд, сугубо журналистское, мало распространено в университетах страны, в отличие от направления «Журналистика», которое открыто более чем в 120 вузах. На Дальнем Востоке журналистов сейчас готовят по всем региональным центрам, кроме Магадана и Анадыря, в Хабаровске даже в двух университетах. Но я не исключаю, что вольное наполнение базовой части учебного плана сделает телевизионное направление подготовки бакалавров массовым, что только отрицательно отразится на качестве подготовки будущих журналистов.

Нет, я не против нового стандарта, но повторю: он хорошо работает только на тех факультетах и отделениях журналистики, где есть преподаватели, имеющие практический журналистский опыт, и где налажены тесные контакты с ведущими средствами массовой информации региона, где активно сотрудничают с опытными журналистами-практиками. Увы, таких кафедр журналистики в стране немного. И ведь не вина остальных, а беда. Беда всей системы журналистского образования в нашей стране.

Литература:

- Бакиин В.В. Куда катится обучение журналистов. – Журналист, 2007, № 6.
- Бакиин В.В. О подготовке журналистских кадров. – Журналист. Социальные коммуникации, 2011, № 2.
- Вартанова Е.Л. Болонский процесс и образование российских журналистов. – Журналист. Социальные коммуникации, 2011, № 1.
- Лозовский Б.Н. Смыслы профессионального образования. – Журналист. Социальные коммуникации, 2011, № 4.
- Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- Тулупов В.В. Мифы и проблемы журналистского образования. – Журналист, 2004, № 9.

Экспериментальная специфика обучения студентов-журналистов в условиях конвергенции университетских СМИ

Шестеркина Л.П., доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики, заведующий кафедрой «Средства массовой информации» Южно-Уральского государственного университета (ЮУрГУ).

Статья посвящена анализу результатов многолетнего экспериментального опыта профессиональной подготовки журналистов в Южно-Уральском государственном университете Челябинска в условиях инновационной действующей модели подготовки журналистских кадров с учетом процесса конвергенции СМИ и функционирования конвергентной журналистики.

Ключевые слова: журналистское образование, журналистика, средства массовой информации, конвергенция, универсализация.

Подготовка будущих журналистов в вузе на современном этапе имеет все признаки естественного педагогического эксперимента многомерного типа. В конкретных и особых условиях его проведения можно также говорить о том, что, имея констатирующую составляющую, реализация определенной модели обучения - в нашем случае, инновационной модели подготовки журналистов - имеет все черты эксперимента формирующего (преобразующего, обучающего) типа, организованного на факультете журналистики Южно-Уральского государственного университета в несколько периодов и этапов.

Констатирующий период:

Первый этап (2002–2004 гг.) – подготовка теоретико-методологической, концептуальной и технологической базы, разработка концепции внедрения ТРК «ЮУрГУ-ТВ» в университетское пространство, создание учебного центра «Электронные средства массовой информации»;

Второй этап (2004–2005 гг.) – создание университетской телерадиокомпании «ЮУрГУ-ТВ»; организация Южноуральского центра медиаобразования; исследование состояния журналистского образования среди обучаемых.

Преобразующий период:

Третий этап (2006–2007 гг.) – исследование эффективности инновационных форм и методов модели подготовки журналистов на базе ТРК «ЮУрГУ-ТВ»: анкетирование студентов, устное интервьюирование, опрос обучаемых; создание учебного центра «Современные медиатехнологии» путем слияния Южноуральского центра медиаобразования и

центра «Электронные средства массовой информации», формирование конвергентной редакции «ЮУрГУ-ТВ».

Четвертый этап (2008–2009 гг.) – анализ итогов проведения эксперимента в контрольной и экспериментальной группах; социологическое исследование состояния журналистского образования в ЮУрГУ.

Пятый этап (2010 – по настоящее время) – внедрение и дальнейшее развитие инновационной модели подготовки универсальных журналистов на базе 360-градусного мультимедийного конвергентного ньюсрума ЮУрГУ.

В самом начале организации эксперимента на факультете журналистики ЮУрГУ мы выделили две группы обучающихся: контрольную и экспериментальную. В контрольную группу испытуемых включили студентов первого курса из групп № 104/105 (контрольная группа – К), в экспериментальную (Э) группу вошли студенты первого курса группы № 111. В ходе эксперимента изучались мнения обучающихся о важнейших профессионально-личностных качествах журналистов, их представления о содержательной насыщенности программ обучения, пожелания по организации учебного процесса.

Анкетирование показало, что наиболее важными профессиональными качествами студенты первого курса считают «профессиональные знания» (100% – контрольная и экспериментальная группы), «умение находить источники информации» (81% – экспериментальная группа, 80% – контрольная группа), «умение публично выступать» (90% – экспериментальная группа, 92% – контрольная группа), «владение информационными жанрами журналистики» (75% – экспериментальная группа, 72% – контрольная группа). К наименее важным студенты-первокурсники отнесли такие профессиональные качества, как «владение исследовательскими жанрами журналистики», «умение работать в определенном виде СМИ (ТВ, РВ, печатные СМИ, интернет-СМИ)», «умение структурировать входящую информацию», «умение анализировать информацию», «умение проводить самоанализ и самооценку профессиональной деятельности» (84% – экспериментальная группа, 81% – контрольная группа), «умение накапливать и обновлять профессиональный опыт» (87% – экспериментальная группа, 88% – контрольная группа).

В оценке личностных качеств журналиста студенты первого курса наиболее важными считают «лидерство» (89% – экспериментальная группа, 90% – контрольная группа), «инициативность» (71% – экспериментальная группа, 70% – контрольная группа), «внешнюю привлекательность» (68% – экспериментальная группа, 65% – контрольная группа), «настойчивость» (55% – экспериментальная группа, 58% – контрольная группа), а также «культуру речи», «ответственность».

К наименее важным личностным качествам первокурсники отнесли такие качества, как «обучаемость» (45% – экспериментальная группа, 46% – контрольная группа), «самостоятельность» (55% – эксперимен-

тальная группа, 57% – контрольная группа).

Наиболее противоречиво студенты контрольной и экспериментальной групп оценили такие личностные качества, как «стрессоустойчивость», «корпоративная лояльность», «адаптивность», «самостоятельность», «коммуникабельность», «работоспособность».

В ответе на вопрос, нужно ли студенту овладевать навыками универсального журналиста, подавляющее большинство первокурсников ответили «не знаю» (79% – экспериментальная группа, 78% – контрольная группа), ответ «да» дали по 5% опрошенных в контрольной и экспериментальной группах, остальные (16% в экспериментальной и 17% в контрольной) ответили «нет».

Обе группы имели одинаковые стартовые возможности - в течение пяти лет им предстояло овладеть всем комплексом знаний, навыков и умений, предусмотренных государственным стандартом для получения диплома о высшем образовании по специальности «Журналистика».

Контрольная группа проходила обучение по традиционной учебной программе журналистского образования.

В программу обучения экспериментальной группы был включен особый компонент, состоящий из разработанного на факультете журналистики ЮУрГУ комплекса образовательных специальных дисциплин по телевидению, радиовещанию и конвергентной журналистике в условиях инновационной модели подготовки журналистов. Процесс обучения в экспериментальной группе, с одной стороны, предусматривал раннее начало профессионализации (с первого курса), с другой – выход на универсализацию журналистского образования (на четвертом курсе), организацию непрерывной практической деятельности студентов в условиях университетского телерадиоинтернет-производства и вещания на базе университетской телерадиокомпании «ЮУрГУ-ТВ», а также внедрение инновационных форм и методов обучения в журналистское образование, широкое использование проектных технологий; разработку и реализацию проектов совместного творчества преподавателей и студентов; внедрение в учебный процесс отчетности о творческой деятельности и самостоятельной работе как формы контроля за профессиональным развитием студентов.

Студентам экспериментальной и контрольной групп было предложено ответить на вопросы специально разработанной автором анкеты.

Участники анкетирования на разных этапах обучения выступали не только как авторы материалов для ТРК «ЮУрГУ-ТВ», но и были объектами деятельности студентов-журналистов при создании ими медиапродукта для университетской телерадиокомпании.

Итак, для анкетирования было сформулировано пять вопросов: закрытых (то есть с вариантами ответов) и открытых (на которые нужен развернутый, полноценный ответ учащегося). Первый вопрос носил «сопериовочный» характер и звучал следующим образом: «Приходилось

ли вам быть участником съемок ТРК «ЮУрГУ-ТВ»?» Утвердительно ответившие на данный вопрос продолжали участие в интервью, студенты, давшие отрицательный ответ, автоматически выбыли из участников эксперимента. Ответ «да» дали 28 респондентов, ответ «нет» – 28. В число «отсеянных» вошли 4 студента экспериментальной группы и 24 студента контрольной группы, которые не включались в работу телерадиокомпаний во время учебного процесса.

На второй вопрос: «В каком качестве студент участвовал в съемках?» – 64% респондентов экспериментальной группы ответили, что у них брали интервью студенты-корреспонденты телерадиокомпаний «ЮУрГУ-ТВ»; 20% интервьюируемых выступали экспертами в сюжетах и давали журналистам комментариев происходящих на их глазах событий. По одному человеку из опрошенных в экспериментальной группе приглашались к сотрудничеству в качестве главного героя сюжета, другие участвовали в опросе или постановочных съемках, а также в других формах работы ТРК.

Из контрольной группы один респондент группы ответил, что у него брали интервью, еще один участвовал в съемках на правах комментатора, столько же было задействовано в постановочных съемках, два респондента участвовали в опросе, проводимом корреспондентами телеканала «ЮУрГУ-ТВ».

Вопрос уточняющего и конкретизирующего характера определил круг передач, в съемках которых принимали участие студенты контрольной и экспериментальной групп. Интервью двенадцати из опрошенных студентов экспериментальной группы были включены в событийные сюжеты и репортажи информационной программы «Новости ЮУрГУ». По два респондента приняли участие в создании таких передач, как «Молодежный проспект», «Дневник фестиваля «Весна ЮУрГУ», «АС – астрологический студенческий прогноз», пять респондентов участвовали в создании телепрограммы «Вагон СВ», один студент работал над созданием телеочерка. И пять респондентов контрольной группы принимали участие только в создании новостных сюжетов.

Следующий блок вопросов был посвящен анализу тех профессиональных навыков и умений, которые приобретают студенты в процессе общения с журналистами-сверстниками. Ответы на эти вопросы показывают, замечают ли студенты недочеты и ошибки в работе своих «коллег», принимают ли их к сведению и стараются ли не допускать те же самые ошибки в своей практической деятельности.

Среди недостатков, которые увидели студенты контрольной группы в работе студентов-журналистов ТРК «ЮУрГУ-ТВ», были отмечены: неумение создать атмосферу на съемочной площадке и неорганизованность (5 человек – 100%). Эти ответы были популярными и у опрошенных студентов экспериментальной группы: «неумение создать атмосферу на съемках» – 6 респондентов, «неорганизованность» – 3 человека. Но студентами экспериментальной группы среди недостатков

дополнительно были отмечены неподготовленность (6 респондентов), нелогичность задаваемых вопросов (6 респондентов), незнание темы (4 респондента).

Пятый, заключительный и подводящий итог всему интервьюированию, многокомпонентный вопрос: «Чему вы как журналист научились, находясь «по другую сторону» съемки (записи) – какие выводы для себя делаете как профессионал? Какие личностные и профессиональные качества приобрели? Чего не должен делать журналист и чему надо учиться?» Этот вопрос требовал от респондента формулировки основных выводов, которые сделал для себя студент, анализируя работу студентов в ТРК «ЮУрГУ-ТВ».

Самым популярным в контрольной группе стал ответ: «Корреспонденту следует учиться правильно задавать вопросы и находить контакт с людьми» - такой вариант предложили пять респондентов из контрольной группы. Также отметили (по 1 человеку), что «необходимо создавать атмосферу, быть чутким к героям»; «не задавать неподготовленных, глупых, нелогичных вопросов»; «учиться правильно задавать вопросы и находить контакт с людьми» и «не отталкивать героя своей готовностью поспешить на другую съемку». Все варианты этих ответов относятся к такому профессиональному качеству журналистов, как умение организовывать и планировать свою работу. К ним присоединились 15 респондентов экспериментальной группы, но добавили следующие выводы, которые также были одними из наиболее упоминаемых в экспериментальной группе: «Быть организованным, смелым, интересным и контактным» – 10 респондентов в общей сложности дали этот ответ. Вариант ответа: «Настраивать собеседника на беседу, быть внимательным, уважать его, любить своих героев» - встречается в 23 анкетах. Пункт «Следует стараться организовывать благоприятную атмосферу на съемочной площадке» был упомянут респондентами экспериментальной группы 12 раз, такой же результат у вариантов: «Вникать в тему, искать дополнительную информацию», «Заранее продумывать сценарный план материала, ставить четкую задачу перед собой и оператором». Респонденты экспериментальной группы отметили также, что важными профессиональными качествами журналиста являются умение «создавать профессиональные медиатексты, иметь хорошо поставленный голос, следить за своим внешним видом» и «умение общаться со съемочной группой». По сути это и есть выполнение таких требований к профессиональным и личностным качествам журналиста, как иметь внешнюю привлекательность, уметь работать в команде, владеть информационными жанрами журналистики, культурой речи, быть коммуникабельным и ответственным.

Участниками исследования были высказаны пожелания студентам-корреспондентам ТРК «ЮУрГУ-ТВ». Члены контрольной группы порекомендовали журналистам «ЮУрГУ-ТВ» готовить вопросы интервьюируемым заранее, до начала съемок.

Члены экспериментальной группы сформулировали свои пожелания следующим образом: журналист должен учиться подавать каждый сюжет интересно, не использовать штампы, не делать конвейерной продукции; каждому журналисту следует вникать в предложенную редактором тему, искать дополнительную информацию до начала съемок.

Таким образом, попытка осмыслить теоретические основы журналистского образования в комплексе с практической частью образовательного процесса в условиях модели подготовки журналистов, созданной автором для эффективного обучения и воспитания журналистов, выявляет следующие закономерности: во-первых, процесс обучения, построенный на основе тесной связи обучения с творческой деятельностью обучаемых, определяет общую прикладную направленность учебного процесса, ориентацию на овладение студентами умения применять знания для решения практических задач, взаимосвязь общих целей умственного развития студентов и целей формирования их профессионального мышления; во-вторых, обучаемые одновременно получают, как правило, общеобразовательную и профессиональную подготовку, что обуславливает необходимость осуществлять учебный процесс на основе их тесной взаимосвязи и взаимозависимости; в-третьих, режим учебного процесса таков, что теоретическое обучение чередуется с производственным¹.

Практическая ценность таких форм обучения состоит в том, что студенты за время учебы знакомятся со всеми компонентами редакционного труда, с различными этапами и формами работы, участвуют в производственном процессе выпуска медиапродукции, учатся профессионально и критично оценивать свою практическую деятельность.

В конце преобразующего этапа эксперимента мы провели устное интервьюирование обучаемых с целью анализа их практической деятельности по созданию программ ЮУрГУ-ТВ, различных по жанру и тематике, а также виду профессиональной деятельности.

Контрольная и экспериментальная группы в этот момент заканчивали обучение на третьем курсе. Контрольная группа проходила обучение в ходе традиционного учебного процесса, специализируясь на освоении специфики журналистики периодической печати и компьютерных технологий в СМИ, в экспериментальной группе продолжалась углубленная специализация в области телевидения и радиовещания.

Всем студентам без исключения была предоставлена возможность сотрудничать с ТРК «ЮУрГУ-ТВ».

Студенты контрольной группы работали в ТРК самостоятельно, по своему индивидуальному плану. Экспериментальная группа продолжала обучение в условиях реального университетского телерадиоинтернет-производства и телерадиоинтернет-вещания, когда освоение

¹ Скаун В.А. Организация и методика профессионального обучения : учеб. пособие. М. : ФОРУМ ; ИНФРА-М, 2007. С. 13–14.

теоретических знаний и практических навыков шло одновременно, по плану, предусмотренному учебными программами и планом работы ТРК «ЮУрГУ-ТВ».

За это время в учебную программу обучения экспериментальной группы студентов вошли такие дисциплины, как «Основы и методика телерадиожурналистики»; были введены спецкурсы «Музыка. Живопись. Театр» – для воспитания художественного вкуса, «Постановка голоса» – для развития у студентов голосоречевых данных, воспитания техники словесных действий; «Конвергентная журналистика» и другие.

Кроме того, активно использовались такие формы и виды учебных занятий, как подготовка рефератов по книгам о журналистике и организация конкурсов на лучшие литературные сценарии; профессиональные журналистские конкурсы, производственные «летучки» в ТРК «ЮУрГУ-ТВ» по планированию рабочего дня телерадиокомпании. Журналистские жанры (ток-шоу) использовались преподавателями как форма семинарских занятий, студенты продолжали освоение проектных технологий в процессе создания телерадиопередач ЮУрГУ-ТВ.

Для ответа на вопрос: «В каких передачах телевидения и радио ЮУрГУ вы принимали участие?» были предложены главные студенческие телерадиопрограммы, отмечая которые, респонденты распределились следующим образом:

№	Название передачи	Контроль- ная группа (26)	Доля, %	Эксперимен- тальная группа (26)	Доля, %
1	«Новости ЮУрГУ» (ТВ)	6	23	16	62
2	«Новости Радио ЮУрГУ» (РВ)	7	27	10	38
3	«Молодежный проспект» (ТВ)	0	0	12	46
4	«Здравствуйте!» (РВ)	1	4	8	31
5	«Вагон свободного времени» (ТВ)	0	0	6	23
6	«Истории об истории» (РВ)	0	0	6	23
7	«Астрологический прогноз» (ТВ)	1	4	5	19
8	«Отражение звука» (РВ)	0	0	5	19
9	«Вопрос ребром» (ТВ)	3	12	4	15
10	«Студенческий блокнот» (РВ)	2	8	7	27

Необходимо отметить, что в ответе на этот вопрос обучаемые учиты-

вали тот факт, что в процессе обучения они имели возможность работать в нескольких программах, и такая активность приветствовалась и высоко оценивалась преподавателями.

Второй вопрос уточняющего и конкретизирующего характера определил, какие жанры журналистики обучаемые освоили на базе ЮУрГУ-ТВ. Все десять предложенных респондентам телерадиопрограмм подготовлены для молодежного типа СМИ (университетская ТРК «ЮУрГУ-ТВ»), относятся к разным жанрам журналистики. Ответы распределились следующим образом:

№	Название жанра	Контрольная группа	Доля, %	Экспериментальная группа	Доля, %
1	Видеосюжет	5	19	26	100
2	Репортаж	3	12	26	100
3	Интервью	4	15	26	100
4	Комментарий	0	0	7	27
5	Обозрение	0	0	8	31
6	Очерк	0	0	7	27
7	Фильм	0	0	5	19
8	Зарисовка	0	0	8	31
9	Многокомпонентная телепередача	0	0	15	19

Таким образом, часть студентов контрольной группы освоили различные информационные жанры телерадиожурналистики. В экспериментальной группе освоение информационных жанров составило 100%, и в разной степени в этой же группе произошло освоение аналитических и художественно-публицистических жанров журналистики.

На следующий вопрос – «В каком качестве вы работали в ТРК «ЮУрГУ-ТВ»? – ответы респондентов распределились следующим образом:

№	Наименование функции	Контрольная группа	Доля, %	Экспериментальная группа	Доля, %
1	Корреспондент	13	50	26	100
2	Ведущий программы	0	0	13	50
3	Оператор	0	0	4	15
4	Режиссер	0	0	3	12
5	Монтажер	0	0	26	100
6	Звукорежиссер	0	0	5	19
7	Редактор	0	0	8	31

8	Руководитель программы	0	0	7	27
---	------------------------	---	---	---	----

Итак, в контрольной группе 50% студентов попробовали свои силы только в качестве корреспондентов, поскольку участвовали в основном в создании новостных телерадиопрограмм, в то время как 100% студентов экспериментальной группы поработали в должности корреспондента и, участвуя в подготовке других предложенных в анкете телерадиопрограмм «ЮУрГУ-ТВ», в разной степени предпринимали попытки освоить различные виды деятельности. В этом случае студентам экспериментальной группы приходилось не только выполнять функции отдельных профессиональных специализаций ТВ и РВ, но и в основном эти функции совмещать. Отдельным пунктом был предложен ответ – «В работе над материалом **одновременно** выполнял различные функции»:

№	Наименование функций	Контрольная группа	Доля, %	Экспериментальная группа	Доля, %
1	Корреспондент-оператор	0	0	4	15
2	Корреспондент-оператор-монтажер	0	0	5	19
3	Корреспондент-оператор-монтажер-режиссер-звукорежиссер	0	0	3	12
4	Корреспондент-редактор	0	0	8	31
5	Редактор - руководитель программы	0	0	7	27
6	Корреспондент - ведущий программы	0	0	13	50
7	Ведущий программы - редактор	0	0	8	31
8	Ведущий программы – руководитель программы	0	0	7	27

Последний вопрос был посвящен анализу тех профессиональных знаний, умений и навыков в контексте требований к профессиональной культуре журналиста, которые приобрели обучаемые в процессе практического создания телерадиопередач на базе телерадиокомпаний. Респонденты в свободной форме дали развернутые ответы, среди которых можно выделить характерные позиции:

1. «Научился работать с источниками информации, выделять в информации самое существенное, определять ее место в эфире, оценивать социальную и общественную значимость информации» (84% респондентов в контрольной группе, 100% – в экспериментальной). Эти ответы коррелируются с теми требованиями, которые, по мнению обучаемых, предъявляют работодатели к профессиональным и лич-

ностным качествам журналиста: «умение находить источники информации», «умение структурировать входящую информацию», «умение анализировать информацию».

2. «Освоил все творческие и технологические этапы создания теле- и радиопродукции для различных форматов, приобрел навыки работы монтажера (или оператора) и других специализаций телевидения и радио, научился работать в творческой группе» (0% респондентов в контрольной группе, 91% – в экспериментальной). Данная позиция соотносится с требованиями работодателей уметь работать в определенном СМИ и умением работать в команде.

1. «Почувствовал ответственность за свои материалы (89% респондентов в контрольной группе, 100% – в экспериментальной). Это, очевидно, соответствует такому требованию к личностным качествам журналиста, как «ответственность».

2. «Понял: профессиональный журналист должен быть хорошо образованным, воспитанным человеком, много думать, прежде чем выпустить материал, при этом работать оперативно, уметь быстро принимать решения» (77% респондентов в контрольной группе, 93% – в экспериментальной). На наш взгляд, такие ответы можно рассматривать как интерпретацию таких требований к журналисту, как «профессиональные знания», «умение работать в команде», «культура речи».

3. «Знаю, чтобы быть конкурентоспособным и востребованным на рынке современных СМИ – с чем мы скоро встретимся лицом к лицу, – нужно демонстрировать свою готовность к работе, профессиональную культуру и быть готовым учиться всю оставшуюся жизнь» (88% респондентов в контрольной группе, 95% – в экспериментальной). В этом случае, по нашему мнению, респонденты зафиксировали следующие требования к профессиональным и личностным качествам журналиста: «инициативность», «работоспособность», «обучаемость», «целеустремленность», «культура речи», «профессиональные знания».

Итоги разделения обучаемых в ходе эксперимента на две группы выявили очевидную закономерность в том, что в обоих случаях они сумели овладеть навыками работы с информацией во всей ее многоаспектности. В то же время очевидно, что именно там, где уделялось большее внимание расширению профессиональной компетентности студентов за счет овладения номенклатурой инструментального тезауруса, происходило и коррелирующее повышение уровня ответственности за результаты профессиональной деятельности. Причем оценка данного аспекта деятельности журналистов давалась исходя из лично-субъективного ощущения обучающегося. Перспективной выглядит и более чем положительная оценка обеими группами важности общего корпуса знаний, умений и навыков, получаемых в системе журналистского образования.

Затем участникам эксперимента было предложено поработать в конвергентной редакции, созданной на базе университетской телеради-

окомпании в рамках инновационной модели подготовки журналистов. Для конвергентной редакции на данном этапе становления определена только информационная деятельность и обучение студентов универсальной журналистике в конвергентной редакции носит ярко выраженный экспериментальный характер.

Первые итоги работы конвергентной редакции говорят о том, что к четвертому курсу обучаемые уже владеют необходимыми теоретическими знаниями, практическими навыками в области информационной журналистики. В рамках таких дисциплин, как «Журналистика и Интернет», «Современные компьютерные технологии», «Профессия - репортер», «Конвергентная журналистика», студенты изучают теорию и осуществляют практику создания собственных новостных материалов.

Первые выводы мы делаем на основании проведенного устного опроса обучаемых, работающих в конвергентной редакции и такая практика предусмотрена программой обучения только в экспериментальной группе.

Мы предложили обучаемым ответить на блок вопросов, посвященных анализу профессиональных навыков и умений, которые они получили в ходе работы в условиях конвергенции.

Участники отвечали на вопросы по принципу сопоставления: первая группа вопросов – «не знал – узнал». Вариантов ответов на первую часть вопроса было несколько. Оказалось, что все 25 человек (100%) имели недостаточное представление, что такое конвергенция в СМИ. 10 (40%) из них также не знали, зачем, кроме телевизионной и радиоспецифики, им нужны навыки владения печатной и интернет-журналистикой, какова специфика универсальной журналистики и для чего нужно быть универсальным журналистом. Объясняется это тем, что конвергенция в СМИ для студентов по-прежнему еще явление новое.

Отвечая на вторую часть вопроса - «Узнал», 100% респондентов отметили, что теперь знают принципы организации конвергентной редакции, а 25% получили еще и представление о том, зачем надо быть универсальным журналистом. Они же отвечают, что универсальный журналист всегда востребован всеми видами СМИ.

Вторая группа вопросов – «не умел – научился». 83% респондентов в экспериментальной группе имели опыт создания телевизионного или радиотекста, но до начала работы в конвергентной редакции не умели создавать тексты новостных материалов, соответствующие всем предложенным видам СМИ (печать, телевидение, радио, Интернет). 16 из 25 респондентов (64%) не умели работать в экстремальном режиме. От некоторой части респондентов были получены такие единичные ответы, как «не умел быстро ориентироваться в информационном пространстве»; «не умел быть мобильным»; «не умел в одном событии видеть несколько сюжетных линий». Объясняется это тем, что не всегда студенты способны рационально распорядиться своим временем. Не все они обладают достаточным опытом работы в новостных редакциях, где график произ-

водства чрезвычайно жесткий и за короткий промежуток времени нужно побывать на месте события, написать и выдать материал для публикации.

По окончании эксперимента 18 из 25 студентов (72%) ответили, что научились создавать тексты, адаптированные для различных видов СМИ. 14 человек (56%) отметили, что научились работать в экстремальном режиме, в условиях острой нехватки времени. Получены и такие единичные ответы, как «научился осознавать себя универсальным журналистом»; «научился один информационный повод рассматривать в разных жанрах»; «применять теорию журналистики на практике»; «теперь умею об одном и том же рассказывать по-разному, учитывая специфику средства массовой информации».

Три респондента (12%) ответили, что не смогли научиться создавать медиаматериалы для всех форматов в определенные сроки.

Далее в исследовательском опросе следует позиция «не понимал – понял». 83% студентов признались, что не понимали специфику написания информационных текстов для различных видов СМИ. Четверо студентов (16%) не понимали, для чего нужна конвергентная редакция и каким образом один человек сможет физически осилить работу в такой редакции. Действительно, при жестком графике работы и серьезной нагрузке новостного корреспондента необходимо осознавать, что создать сюжет в новости различных СМИ – это достаточно сложное задание. Помимо создания телевизионного сюжета, в конвергентной редакции журналист обязан владеть печатным словом, а также знать особенности создания радио- и интернет-материалов. Для этого ему необходимы знания специальных учебных дисциплин и практический опыт.

По результатам ответов на вторую часть антиномии можно сделать вывод, что за время работы в конвергентной редакции только половина опрошенных (50%) поняли, в чем заключается специфика написания текстов, адаптированных для различных видов СМИ. Такие итоги указывают на недостаток опыта и навыков работы обучаемых, а также на отсутствие у них контактов с различными видами СМИ. Единичные ответы респондентов носили противоречивый характер. В одних случаях студент сообщал: «Понял, что телевизионные тексты создавать легче, чем тексты для других видов СМИ (на телевидении вырывает картинка)»; другие давали диаметрально противоположные ответы: «Телевизионный текст и печатный являются самыми трудоемкими»; 56% респондентов поняли, что «обязательно надо быть универсальными журналистами»; «конвергентная редакция экономически выгодна, ведь за работу надо платить только одному журналисту, а не четырем». Три респондента (12%) ответили, что не поняли до конца, «зачем журналисту такая нагрузка».

И, наконец, последняя группа вопросов в этом блоке – «не владел – овладел». 100% опрошенных отметили, что не владели практическими навыками работы в конвергентной редакции. 40% интервьюируемых

ответили, что до работы в конвергентной редакции не владели методами и технологией создания информационного продукта для различных видов СМИ. При ответе на вторую часть вопроса только 24% студентов сообщили, что они овладели методикой создания информационных материалов для различных видов СМИ, а 52% приобрели новые практические навыки именно во время работы в конвергентной редакции «ЮУрГУ-ТВ». Три респондента ответили, что им не удалось овладеть технологией создания медиаматериала в условиях конвергенции.

В позиции «другие ответы» 48% студентов-журналистов заявили, что в конвергентной редакции приобрели навыки профессионального общения с редакторами различных СМИ.

Полученные результаты говорят о том, что для полного овладения навыками, необходимыми для работы в конвергентной редакции и создания медиатекста в условиях конвергенции, обучаемым не хватает теоретических знаний, практического опыта, умения рационально распределять время, контактов с редакциями газет, радио и сайтов, а порой и ответственности.

Вместе с тем справившиеся с заданиями по созданию медиатекстов в условиях конвергенции получили дополнительные (по отношению к их оценке требований к профессиональным и личностным качествам на младших курсах) профессиональные знания и умения по поиску, структурированию, анализу информации, овладели информационными жанрами журналистики, научились работать в команде, приобрели такие профессиональные качества и умения, как «работать в условиях конвергентных СМИ», «накапливать и обновлять профессиональный опыт», «проводить самоанализ и самооценку профессиональной деятельности» и другие. С нашей точки зрения, у большинства респондентов дальнейшее развитие получили и такие личностные качества журналистов, как коммуникабельность, инициативность, ответственность, работоспособность, самостоятельность, стрессоустойчивость, настойчивость, адаптивность.

Таким образом, факультет журналистики и телерадиокомпания «ЮУрГУ-ТВ», отвечая вызовам времени в условиях модели подготовки журналистов, не только разработали положение о конвергентной редакции ТРК «ЮУрГУ-ТВ», построили ее модель и внедрили ее в структуру университетской телерадиокомпании и учебного процесса, но и выяснили как изменилась журналистская деятельность в условиях конвергенции, проанализировали работу конвергентной редакции, обозначили основные сложности и противоречия как в профессиональной среде, так и в образовательном процессе журналистов. В числе последних – непонимание частью обучаемых актуальности их подготовки к роли универсального журналиста, который должен научиться работать в конвергентной среде.

Налаженное взаимодействие между информационными службами различных видов СМИ позволяет обучаемым готовить более полно-

ценные материалы, сочетающие в себе аналитичность газетной журналистики, эмоциональность телевидения и радио и онлайн-интерактивность. Есть еще преимущество: появляется возможность сокращения издержек, растет привлекательность объединенных СМИ, появляются новые подходы в преподавании журналистских дисциплин и преобразовании учебного процесса с учетом основных тенденций развития СМИ в условиях конвергенции.

Анализ первого периода деятельности конвергентной редакции показал, что в современных условиях конвергенции СМИ система журналистского образования должна учитывать потребности средств массовой информации в такого рода специалистах, перестраиваться в соответствии с новыми задачами, разрабатывать новые методики журналистского образования.

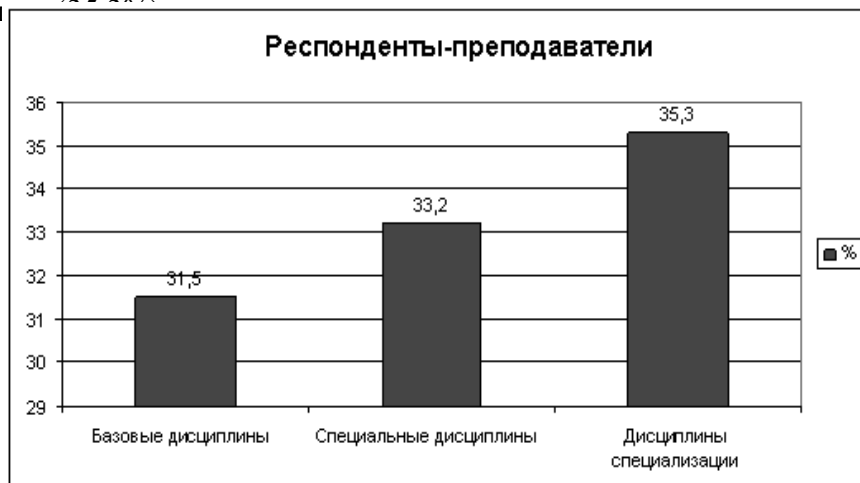
Однако необходимо дальнейшее наблюдение за процессом конвергенции СМИ, системное исследование его влияния на журналистское образование.

На четвертом этапе преобразующего периода исследование состояния журналистского образования было проведено среди обучаемых, преподавателей и работодателей. В ходе него изучались их мнения и оценки требований к профессиональным и личностным качествам журналистов, направленность (или ненаправленность) программ обучения на формирование необходимых профессиональных и личностных качеств журналистов, а также предложения и пожелания по совершенствованию системы журналистского образования; определялось, насколько совпадают мнения обучаемых, преподавателей и работодателей в выборе приоритетных ответов, на каких позициях проявляется различие мнений, где они носят противоречивый характер.

По итогам анализа анкет выявлено следующее. В исследовании приняли участие студенты первого (19%), второго (20%), третьего (18,5%), четвертого (20,5%) и пятого курсов (22%) 2004/05 учебного года.



Анкеты преподавателей заполнили преподаватели базовых дисциплин (31,5%), специальных дисциплин (33,2%), дисциплин специализации (35,3%).



Свои ответы на поставленные в анкете вопросы также дали директора, главные редакторы, редакторы и другие руководители СМИ. Среди них представители печатных СМИ (24,3%), телевидения (23,2%), радиовещания (17,4%), информационных агентств (6,3%), интернет-СМИ (19,1%), пресс-служб (9,7%).

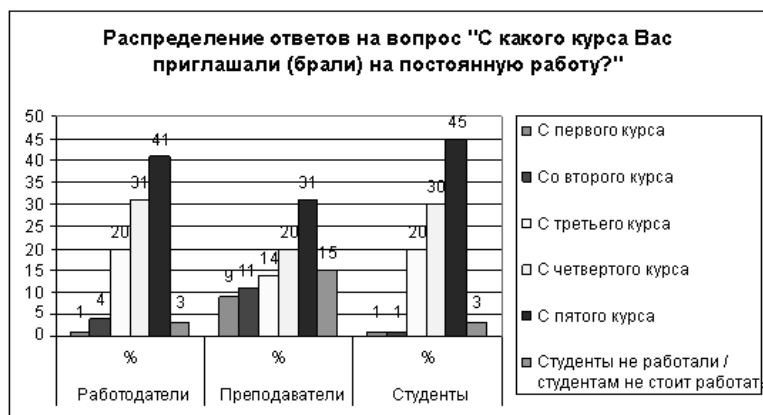
Исследование ответов, проведенное с помощью методов математической статистики, позволило установить следующее.

Работодатели берут студентов первого (1%) и второго (4%) курсов на работу, скорее, в виде исключения, чаще берут студентов с третьего курса (20%), предпочтение отдается четвертому (31%) и пятому (41%) курсам с возможным последующим трудоустройством выпускника на постоянную работу в СМИ, 3% работодателей предпочитают не брать студентов на работу.

На вопрос, с какого курса студентов приглашали (брали) на работу, самый высокий показатель у студентов 5 курса (45%), 30% устроились на работу на 4-м курсе, 20% работали уже на 3-м курсе, по 1% получили приглашение на работу на 1-м и 2-м курсах, 3% студентов никогда не получали приглашения на работу.

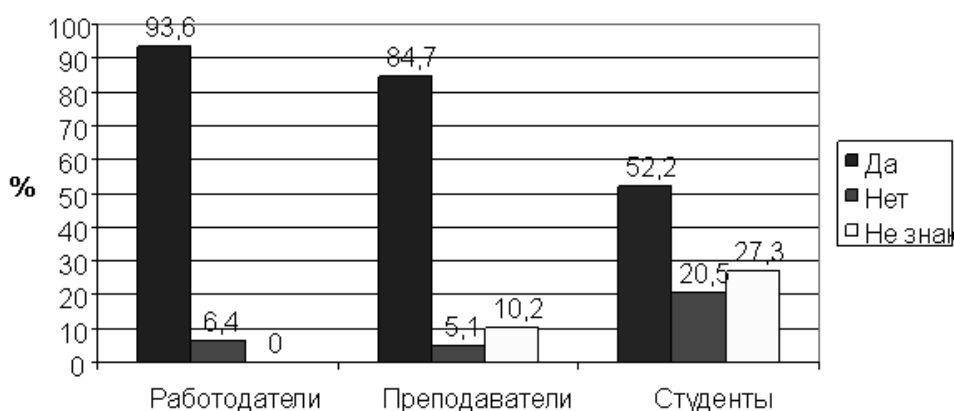
Преподаватели общетеоретических дисциплин (26,5%) отдали предпочтение ответу «с 4-го (10%) и 5-го курса (16,5%)», преподаватели специальных дисциплин (25,2%) считают, что студенты должны начинать работать с 3-го курса, 17% – со 2-го курса, а 13,3 % преподавателей, в основном дисциплин специализаций, считают, что студенты-журналисты должны профессионально работать начиная с 1-го курса.

15% преподавателей считают, что студентам нежелательно работать на постоянной основе.



На вопрос «Нужно ли студенту обладать навыками универсального журналиста?» ответы распределились следующим образом.

Распределение ответов на вопрос «нужно ли студенту обладать навыками универсального журналиста?»



Наиболее важными профессиональными качествами журналиста студенты считают «профессиональные знания», «умение находить источники информации», «умение публично выступать», «владение информационными жанрами журналистики», «умение структурировать входящую информацию». Выделяют также такие качества, как «владение аналитическими жанрами журналистики», «владение художествен-

но-публицистическими жанрами». Характерно, что позиция **«умение работать в условиях конвергенции СМИ»** нашла большее отражение в ответах студентов 5-го курса, которые как выпускники более четко и глубоко понимают значение процесса конвергенции и заинтересованы в широком ресурсе своих возможностей для успешного трудоустройства и диверсифицированного выбора видов СМИ.

Из общего анализа анкетирования на завершающем этапе мы выделили ответы контрольной и экспериментальной групп. Наиболее важными профессиональными качествами студенты экспериментальной группы назвали все 14 позиций пункта № 2 анкеты; в сравнении с их ответами на этот вопрос во время обучения на 1-м курсе – число важных профессиональных качеств с точки зрения студентов экспериментальной группы увеличилось на 70%.

Студенты контрольной группы среди наиболее важных профессиональных качеств на 5-м курсе выделили «профессиональные знания», «умение находить источники информации», «умение структурировать входящую информацию», «умение анализировать информацию», «владение информационными жанрами журналистики», «владение аналитическими жанрами журналистики», «владение художественно-публицистическими жанрами журналистики», «умение работать в определенном виде СМИ (ТВ, РВ, печатные СМИ, интернет-СМИ)», «умение накапливать и обновлять профессиональный опыт», «умение проводить самоанализ и самооценку профессиональной деятельности», «умение публично выступать». Таким образом, внутри контрольной группы число важнейших профессиональных качеств выросло на 50% по сравнению с результатами исследования 2004/05 учебного года.

И для контрольной, и для экспериментальной групп это положительная динамика осознания обучаемыми требований, предъявляемых к профессиональным качествам журналиста. Различия в оценке состоят в том, что в результате обучения экспериментальной группы в условиях конвергенции СМИ, применения инновационных форм и методов журналистского образования для студентов этой группы становятся важным еще и **«умение работать в условиях конвергенции СМИ»**. Необходимо особо отметить, что с началом заключительного этапа эксперимента – а это период дальнейшего развития инновационной модели журналистского образования в ЮУрГУ, студенты в процессе обучения уже выполняют практические задания по журналистике в медиакомплексе мирового уровня - университетском 360-градусном мультимедийном конвергентном ньюсруме, где в цифровом технологическом пространстве объединены университетская газета «Технополис», студенческая телекомпания ЮУрГУ-ТВ, учебная студия «Радио ЮУрГУ» и интернет-портал «Newsroom Digital». Сегодня это не только площадка для создания мультивариативной информации, разнообразных форм медийных продуктов, сочетающих в себе глубину газетной

и журнальной периодики, эмоциональность аудиовизуального образа и онлайн-овую интерактивность¹, но и современная производственная база для обучения журналистов нового поколения.

У преподавателей на первые позиции наиболее важных профессиональных качеств вышли «профессиональные знания», «умение структурировать входящую информацию», «владение информационными жанрами журналистики», «владение аналитическими жанрами журналистики», «владение художественно-публицистическими жанрами журналистики». Преподаватели выделяют также такие качества, как «умение проводить самоанализ и самооценку профессиональной деятельности», «умение накапливать и обновлять профессиональный опыт», **«умение работать в условиях конвергенции СМИ»**.

Работодатели считают наиболее важными профессиональными качествами «профессиональные знания», «владение информационными жанрами журналистики», «умение публично выступать», «владение аналитическими жанрами журналистики», **«умение работать в условиях конвергенции СМИ»**, а также такие качества, как «умение работать в команде», «умение структурировать входящую информацию».

Таким образом, в определении наиболее важных профессиональных качеств мнения студентов, преподавателей и работодателей на 100% совпадают в таких позициях, как «профессиональные знания», «владение информационными жанрами журналистики», «владение аналитическими жанрами журналистики», «умение структурировать входящую информацию», **«умение работать в условиях конвергенции СМИ»**.

Как наименее важные профессиональные качества студенты отмечают «умение планировать работу», «умение накапливать и обновлять профессиональный опыт».

К наименее важным профессиональным качествам преподаватели относят «умение работать в команде», а работодатели – «владение художественно-публицистическими жанрами журналистики».

Наиболее противоречиво студенты оценивают такие качества, как «умение работать в условиях конвергенции СМИ», преподаватели – «умение публично выступать», а работодатели неоднозначно относятся к оценке такого профессионального качества, как «умение проводить самоанализ и самооценку профессиональной деятельности».

В оценке личностных качеств наиболее важными студенты считают «лидерство», «коммуникабельность», «инициативность», «работоспособность».

У преподавателей первые позиции в списке наиболее важных личностных качеств занимают «обучаемость», «культура речи», «самостоятельность», «целеустремленность», «ответственность».

Среди наиболее важных личностных качеств работодатели отмечают

¹ Вартанова, Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е.Л. Вартанова // Развитие информационного общества в России. Том 1 : Теория и практика. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. – С. 157–164.

«коммуникабельность», «культуру речи», «инициативность», «ответственность», «работоспособность», «обучаемость».

Наименее важными для студентов выступают такие качества, как «корпоративная лояльность», «адаптивность», «обучаемость». У преподавателей – «стрессоустойчивость», «лидерство», у работодателей – «лидерство».

Наиболее противоречиво работодатели оценивают такие качества, как «стрессоустойчивость», «целеустремленность», преподаватели – «корпоративную лояльность», а сами студенты по-разному относятся к такому качеству, как «адаптивность».

Весьма существенными для нашего исследования мы считаем расхождения в мнениях студентов, преподавателей и работодателей по требованиям к профессиональным и личностным качествам журналиста в оценке таких качеств, как «умение планировать работу», «умение публично выступать», «адаптивность», «лидерство» и др. По таким позициям, как «профессиональные знания», «умение находить источники информации», «умение структурировать информацию», «умение анализировать информацию», «коммуникабельность», «целеустремленность», мнения респондентов совпадают.

Не разнятся представления студентов, преподавателей и работодателей и о таких позициях, как «культура речи», «настойчивость», «самостоятельность», «умение работать в определенном виде СМИ».

По мнению студентов факультета журналистики, программы обучения в вузе наиболее направлены на формирование и таких профессиональных качеств, как «профессиональные знания», «умение работать в определенном виде СМИ (ТВ, РВ, печатные СМИ, интернет-СМИ)», «умение находить источники информации», «умение анализировать информацию».

По мнению преподавателей факультета журналистики, программы обучения в вузе наиболее направлены на формирование таких профессиональных качеств, как «профессиональные знания», «умение находить источники информации», «умение структурировать входящую информацию», «умение анализировать информацию», «владение информационными жанрами журналистики», «владение аналитическими жанрами журналистики», «владение художественно-публицистическими жанрами журналистики», «умение работать в определенном виде СМИ (ТВ, РВ, печатные СМИ, интернет-СМИ)».

Работодатели считают, что программы журналистского обучения в вузе наиболее направлены на формирование таких профессиональных качеств, как «профессиональные знания», «умение находить источники информации», «владение информационными жанрами журналистики», «умение проводить самоанализ и самооценку профессиональной деятельности», «умение работать в определенном виде СМИ (ТВ, РВ, печатные СМИ, интернет-СМИ)».

Наименее всего учебные программы ориентированы на «владение

аналитическими жанрами журналистики», «владение художественно-публицистическими жанрами журналистики», «умение работать в команде», «умение накапливать и обновлять профессиональный опыт» – по мнению студентов, «умение публично выступать» – по мнению преподавателей, «умение работать в команде», «умение накапливать и обновлять профессиональный опыт» – по мнению работодателей. То, что учебные программы пока еще недостаточно направлены на «умение работать в условиях конвергенции СМИ», отметили и студенты, и преподаватели, и работодатели.

Работодатели сформулировали свои предложения и пожелания по совершенствованию учебных программ журналистского образования следующим образом: ориентироваться на существующую потребность в мультимедийных кадрах для СМИ в условиях конвергенции; более тесно и углубленно увязывать теоретические знания и навыки практической работы; увеличить период прохождения студентами производственной практики; управлять качеством образования не только на уровне администрации вуза, но и отдельного преподавателя; более тесно сотрудничать со СМИ, привлекать практиков-журналистов к процессу обучения и приему квалификационных экзаменов на факультете журналистики; усилить контроль прохождения практики студентами вузов в СМИ; применять в учебном процессе активные формы и методы обучения: семинары-тренинги, разбор практических ситуаций; проводить конкурсы творческих работ; усилить практическую направленность учебной программы.

Среди предложений и пожеланий преподавателей по совершенствованию учебного процесса журналистского образования выявлены следующие позиции: создать условия для опережающего развития журналистского образования в условиях конвергенции; увеличить объем времени для самостоятельной деятельности студентов; вводить инновационные формы обучения; усилить академическую мобильность студентов; усилить преподавание специальных дисциплин и дисциплин специализации.

Студенты в подавляющем большинстве предлагают: создать условия в вузе для журналистской практики по всем видам СМИ (печать, ТВ, РВ, интернет-СМИ); усилить практическую составляющую образовательных программ; больше приглашать известных и авторитетных практикующих журналистов для чтения лекций и проведения практических занятий; организовывать для студентов-журналистов занятия по постановке голоса (так же, как для актеров); усилить преподавание дисциплин по журналистским жанрам; проводить студенческие конкурсы журналистского мастерства; увеличить обмен студентами-журналистами между вузами различных регионов в рамках прохождения производственной практики.

Анализ результатов анкетирования показал, что среди предложений

и пожеланий обучаемых, преподавателей и работодателей по совершенствованию программ журналистского образования также выявлены **общие позиции**. Их можно сформулировать следующим образом: создание современных мультимедийных условий для профессиональной подготовки журналистов в условиях конвергенции; внедрение инновационных форм и методов журналистского образования; применение новых форм и методов активного обучения; усиление практической направленности журналистского образования; усиление связи с профессионалами СМИ и более активное их вовлечение в процесс обучения будущих журналистов; усиление интеграции между вузами, практикующими обучение по специальности «Журналистика».

Подобную совокупность мнений, направленных на совершенствование обучения журналистов, можно определить как консолидирующую, так как все субъекты медиадеятельности отчетливо сознают важность сотрудничества в сфере подготовки кадров как структурообразующего направления собственной профессиональной деятельности в условиях конвергенции СМИ. В определенной степени результаты осуществленного и продолжающегося эксперимента по внедрению соответствующей модели, судя по анкетированию, продемонстрировали ее базисный характер, равно опирающийся как на действующую систему высшего (вузовского) образования, так и на весь комплекс реалий функционирования медийной отрасли во всех ее аспектах: от региональной специфики до уровня технического обеспечения и развития.

Вывод, к которому мы приходим, указывает прежде всего на то, что независимо от создаваемых условий обучения во всех компонентах образования журналистов стратегической целью обучающихся, скорее всего, является усиление возможностей и вероятности скорейшей адаптации в профессиональной среде.

Таким образом, экспериментальный опыт подготовки журналистов универсального типа на факультете журналистики ЮУрГУ является попыткой деятельного ответа на зафиксированные в профессиональном общественном мнении вопросы об эффективности журналистского образования на современном этапе конвергентного развития журналистики и служит своеобразным «мостом», который соединяет разные берега единого профессионального потока – вуза, где происходит обучение профессии, и журналистики, где необходимо и возможно применение полученных знаний, умений, навыков, компетенций в условиях конвергенции СМИ.

Литература:

- *Вартанова Е.Л.* К чему ведет конвергенция СМИ? / Е.Л. Вартанова // Развитие информационного общества в России. Том 1: Теория и практика. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. С.157–164.

- Дзялошинский И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М.: АПК и ППРО, 2012.
- Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.:, 2010.
- Засурский Я.Н. Журналистское образование / Я.Н. Засурский // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 4.
- Лукина М.М. Современная концепция и структура журналистского образования в России / М.М. Лукина, Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания; под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: МедиаМир, 2008.
- Уразова С.Л. Конвергентная журналистика уже реальность? // 625, № 1, 2011.
- Хелемендик В.С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ // URL: http://www.pmedu.ru/res/2013_3_9.pdf Дата обращения: 17.01.2014 г.
- Shesterkina L. Training of a Universal Journalist in the Conditions of Convergent Mass Media / L. Shesterkina // Digital Frontiers: Traditional Media Practices in the Age of Convergence. – Moscow: Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University, 2010. – P. 101–102.

Нужен ребрендинг профессии

Коханова Л.А., доктор филологических наук, профессор факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, заведующая кафедрой журналистики Филиала МГУ имени М.В. Ломоносова в городе Севастополе.

В статье идет речь о журналистике как отрасли, которая находится на стадии преобразований, вызванных такими изменениями в обществе, как ценности, технологии, социальные институты. В соответствии с этим реформируется и высшая школа. Подготовка журналистов становится двухуровневой: бакалавриат – магистратура. Все это требует ребрендинга профессии, чтобы стать одной из самых востребованных в обществе.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика, профессия, подготовка кадров, учебные программы, проектное обучение, ребрендинг профессии.

Наше поколение выросло на фильме Сергея Герасимова «Журналист». Тогда мальчики мечтали стать журналистами-международниками, а девочки, как героиня Валентины Телечкиной, спасти озеро Байкал. Бороться и писать, писать, чтобы быть услышанной, и чтобы целлюлозно-бумажный комбинат не построили.

Сегодня эти мальчики стали мамонтовыми и парфеновыми, на смену которым пришли брелевы, зеленские и малаховы. Девочки в большинстве своем командуют районными, областными газетами, телевизионными и радиокомпаниями на местах.

Сегодня никто не подсчитывал средний возраст российского журналиста, но, судя по мероприятиям, на которые собирается наша отечественная пресса, он достаточно высок. Точнее пред и после пенсионный. Молодые лица редки, и, как правило, не на командных позициях.

Все это происходит на фоне изменений в обществе: ценности, технологии, социальные институты. Все в движении. Это уже очевидно в России с ее традиционным укладом. Журналистика не может стоять в стороне. Она трансформируется – но куда?

Так что журналистика - не исключение в стремлении преобразоваться. Сама профессия видоизменяется. И еще как видоизменяется. У нашей профессии наступает пора, которую можно сопоставить с такими моментами в ее истории, как появление печатного станка Гутенберга, радиосигнала и телевизионной трубки - технологических новаций, изменивших мир и саму профессию. Сегодня ее меняет компьютер, то есть цифра – дигитализация, и, конечно, Сеть. Прежде всего, это - Интернет, который далеко не единственен, но, к сожалению или к сча-

стью, пока реально изменяющий форматы подачи информации и в нашей стране, и во всем мире.

Поэтому уже можно авторитетно утверждать, что в стране существует два разных журналистских пласта, не всегда и не везде соприкасающихся. Один – традиционный, классический, а другой – виртуальный, самостоятельно выросший, как грибы после дождя. К тому же, и он не однозначен. С одной стороны, это самостоятельно обученные профессии люди, которые издают онлайн-издания типа Лента. Ру., Газета. Ру и др., или ведут кальки традиционных СМИ, так как сегодня каждое себя уважающее издание имеет свою электронную версию. С другой стороны – социальные сети породили явление гражданской журналистики, когда каждый сам себе журналист, так как может завести себе страничку в сети и вести свой блог. В истории нашей отечественной журналистики это называлось рабоче-крестьянские корреспонденты, теперь это – блогосфера.

Так что, сегодня сеть – это информационно-коммуникативный ареал обитания профессионалов и любителей, среда, которая оказывает существенное влияние на умы всего общества. Именно поэтому и традиционная пресса активнейшим образом начала осваивать это пространство, чтобы элементарно выжить и не потерять свою аудиторию.

Теоретизировать можно долго, но неминуемо придется задаться вопросом: что же делать? Как при наличии почти полутора сотен факультетов и отделений журналистики в нашей стране сделать так, чтобы в отрасль приходили профессионально подготовленные люди. Речь идет и о традиционной, и о сетевой журналистике, и даже о социальных сетях, самостоятельно взращивающих лидеров мнений, которые быстро становятся и политическими деятелями.

Ответ напрашивается сам собой: совершенствовать программы подготовки. Но они и так совершенствуются. Практически все вузы перешли на систему подготовки кадров по международной схеме: бакалавр – магистр. Те, кто обучается по программе: специалист, заканчивают в эти год-два пятилетний курс обучения, и все. Подготовка в высшей школе теперь соответствует мировым стандартам.

Процесс переустройства высшего образования в стране, в том числе и журналистского, идет полным ходом. Пишутся новые программы по усложненным схемам, выстраиваются новые модули подготовки, вводятся новые предметы, в вузах идут проверки и самопроверки. На смену старой профессуре, читающей курсы истории печати и теорию и практику печати, радио или телевидения, приходят молодые преподаватели, выросшие в другой информационной среде и на «ты» с современной техникой.

Все это можно считать ответами на вызовы времени и тех изменений в профессии, о которых сегодня не говорит только самый ленивый. Но при всем том сохраняется классический треугольник противоречий: вуз – диплом – профессия или запросы отрасли.

Опять мы в ситуации, когда необходимо совместить несовместимое: представление молодого человека, чаще девушки, о профессии журналиста, которую выбирают на всю жизнь, и запросы отрасли, которой нужны профессионалы. Есть третья сторона – вуз, который их готовит.

Именно в вузе, пожалуй, первыми начали понимать, что мы так увлеклись переустройством мира, что профессиональная подготовка кадров ушла на второй план. Главное – нужны изменения, но во имя чего и зачем? Неплохо было бы вспомнить, что Россия более трехсот лет адаптировала немецкую систему образования, пока она не стала полностью своей. Теперь мы фрагментами пытаемся внедрить английскую, французскую, американскую и т.д. системы, как ГМО. И смотрим, ген какой из них приживется? ЕГЭ – сколько копий уже на эту тему сломано. Но все-таки с невероятным упрямством факультеты и отделения журналистики сохранили творческие конкурсы или экзамены, которые состоят из двух туров: собеседование и творческое сочинение. Потом идут баллы ЕГЭ и общее число баллов на поступление. Причем за ними и по другим специальностям стали добавлять профилирующие испытания. Во всяком случае, такая практика сохраняется на ряде факультетов Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

То, что мы имеем, это результат, как минимум, трех составляющих... долгое, затянувшееся реформирование системы образования без четко обозначенных целей. Что мы хотим получить: наименьшее число вузов, студентов, наполнить обучение другим содержанием? Каким? Одни вопросы. Но отвечаем мы на них сегодня, так как входить в аудиторию надо каждый день, так как в ней находится студент, пришедший учиться в этой вуз, этой профессии. Каждый день выходят газеты, и двадцать четыре часа вещают радиостанции и телевизионные каналы, число которых постоянно растет, так как технические возможности все время расширяются. И все эти информационные потоки насыщаются информацией, подаваемой в самых разных форматах: от короткой заметки до сериала, от авторской передачи до ток-шоу, которое тоже отчасти авторский продукт.

За последние годы мне довелось побывать по разные стороны баррикад. И как преподаватель, и как журналист, и как человек, имеющий непосредственное отношение к абитуриентам и их родителям, которые вместе выбирают профессию детям – именно журналистику.

Поэтому все эти теоретические рассуждения проиллюстрирую небольшим числом примеров из своей практики. Дело в том, что вот уже пятнадцатый год функционирует в Севастополе Филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Это был практически первый филиал, который открыл университет. Это потом уже были филиалы в Астане, Баку и ряде других стран бывшего Союза. В каждом из этих филиалов работают далеко не все факультеты, и набор достаточно разный.

В севастопольском филиале девять факультетов: физический, эконо-

мический, географический и др. открыли свои «дочки». В числе них и факультет журналистики, который начал свою работу буквально с первых дней этого очень важного для России проекта, особенно в свете последних событий. За эти годы Филиалом выпущено более двух тысяч специалистов. Из них – почти полторы сотни журналистов, которые работают в информационных структурах города, Крыма и всей Украины. Кто-то уехал в Россию, в том числе и в Москву, но таких не так много. Но и в Москве, в столичных изданиях они неплохо себя зарекомендовали. Так, Настя Кузнецова была номинирована за лучший материал в «Журналисте», Марина Пурим и Антон Пантилеев в нем же являлись ведущими рубрики о блогосфере, Ксения Бабиш работает корреспондентом на РБК. Можно назвать еще многих, так как мы ведем свои базы данных и следим за карьерой наших выпускников, за их перемещениями по службе и редакциям.

Все это позволяет говорить о том, что, оказавшись в более сложных условиях, чем головной факультет, мы успешно справляемся с теми ситуативными моментами, которые есть в профессии и подготовке кадров для нее. Следует уточнить, что мы в Филиале работаем по тем же учебным планам и программам, что и факультет журналистики МГУ. Дипломы наши выпускники получают такие же, как и те, для кого последний звонок звенит в стенах здания на Моховой, 9.

В Севастополе Филиал находится в знаменитых Лазаревых казармах, которые обязывают быть достойным именам тех, кто отдавал жизни за этот город и всю Россию. Географическое положение, действительно, обязывает. Мы понимаем, насколько затянулся переходный период со старых программ на новые, с пятилетнего формата обучения на четырех (бакалавр) – шестилетнее (магистр), а в МГУ – это интегрированный магистр, что предполагает уникальность подготовки нового поколения журналистов. Поэтому мы вынуждены не сетовать на все недоработки и нестыковки в действиях отрасли и высшей школы, а искать выходы из той ситуации, в которой оказались. Собственно, мы их ищем все эти годы, и наши результаты позволяют нам говорить, что где-то идем правильным путем, где-то немного заблудились, а где-то зашли в тупик. Ведь мы работаем в непростой геополитической ситуации, где один из камней преткновения – это русский язык.

Даже в практически стопроцентном русском городе Севастополе, где практически не слышно украинской речи, уровень языка значительно упал. В школах его практически не учат, и он все больше становится языком семьи – бытовой среды. Но дело не только в языке, русская литература изучается в курсе зарубежной литературы, и на нее отводится крайне малое число часов. В других учебных предметах информации о России минимизирована настолько, что наши студенты порой не знают названия российских городов. Честно скажу, такие открытия порой ставят в тупик, но это реалии, в которых мы работаем.

Здесь следует уточнить, что преподавание – это чтение курсов вах-

товым методом приезжающих из Москвы преподавателей факультета журналистики МГУ и работа местных преподавателей, которые за эти годы стали сплоченным небольшим коллективом кафедры журналистики Филиала. Этой командой мы и растим новое поколение журналистов.

Первое и главное для нас условие – мы дружим со всеми средствами массовой информации Севастополя и по возможности Крыма, что позволяет нам, как говорится, держать нос по ветру и учитывать даже малейшие изменения направления ветра, который дует здесь постоянно. Это происходит даже в те сезоны, когда по природным показателям бризу не положено быть.

Достаточно сказать, что в городе более десяти телевизионных структур, столько же радиопрограмм, параллельно традиционной «Славе Севастополя» постоянно открываются до сотни печатных изданий. К тому же функционируют пресс-службы практически всех служб города, интернет-издания, рекламные и пр-агентства, которые свои появлением как медийные образования обязаны наши выпускникам. К тому же следует назвать большой пул военной прессы. Российские «Флаг Родины» и телевидение Черноморского флота теперь делят информационное поле с телеканалом Украинского флота «Бриз» и рядом его изданий.

Так что есть с кем дружить, а главное, мы знаем в лицо все структуры – кому наши еще студенты и уже выпускники нужны, куда посылать на практику и давать рекомендации на работу. Но это накладывает и повышенную ответственность перед ними – любой прокол студента на нашей совести. Как правило, в таких ситуациях разбираемся вместе. Благо, что такие ситуации случаются не часто.

Особо хочу обратить внимание, что, организуя учебный процесс, учитывающий интересы отрасли на уровне города и региона, мы никоим образом не отступаем от выполнения обязательных учебных программ. Мы просто соотносим их запросами коллег по профессии. Так родилась идея проектного обучения, которую мы и реализуем все эти годы. Поясню на примере. Когда мы начали свою деятельность в городе как Филиал МГУ, в нем практически не было рекламы. Но она стала появляться буквально на наших глазах. Всех видов: рубричная в газетах, щиты и растяжки на улицах города, баннеры на общественном транспорте и т.д. Первый на тот момент курс занялся ее мониторингом. Проектом руководила куратор того курса Елена Огородникова. К пятому курсу студенты собрали интереснейший материал, на основе которого были ими сделаны методические пособия на кафедре, написаны курсовые и дипломы. Сам преподаватель написала кандидатскую работу на этом материале и успешно защитила в одном из московских вузов.

Это одна судьба и один проект. Есть другой пример и другой проект – «Русские писатели в Крыму». Курс, который его вел, закончил обучение в этом году. От него остался цикл сюжетов о памятниках куль-

туры, связанных с именами классиков отечественной литературы А.С. Пушкиным, А.С. Грибоедовым, Н.В. Гоголем, Л.Н. Толстым и др. Более двадцати писателей.

Дело обстояло так: в тот момент Украина не очень жаловала русскую культуру, и памятные места, связанные с именами великих писателей в Крыму, от ветхости и запущенности просто были на грани гибели. Мы начали делать о них учебные сюжеты по предметам нашего учебного плана, обязательной практики. Так родился проект, а наше проектное обучение как нами изобретенная методика пополнился новым методическим приемом – работать на конечный результат. Им стал самостоятельная программа «Русские писатели в Крыму», состоящая из ряда сюжетов. Ее мы рискнули послать на 14 Международной телефорум «Вместе», который состоялся в Ялте осенью 2013 года. Мы стали номинантами конкурса. Получили почетную грамоту от представителя президента Украины в Крыму. Авторы лучших сюжетов и первокурсники, которые приняли от них эстафету, получили право пройти по красной дорожке этого фестиваля.

Главный вывод, который сделали для себя ребята: «Мы работали на конечный результат. И красная дорожка совсем неплохо для начала».

Сегодня мы этот проект продолжаем. Называется он «Русский Крым». Но чтобы претендовать на более высокие награды конкурсов и фестивалей, надо, прежде всего, быть востребованным зрителем, надо повышать свое профессиональное мастерство. Да, у нас в Филиале есть свое телевизионная и радиостудии, есть компьютерные классы, есть учебные предметы, которые требуют проведения занятий именно в них. Но настолько быстро изменяется технологическая основа журналистской деятельности и настолько медленно обновляется купленная в Филиал техника, что явно этого уровня подготовки нашим студентам недостаточно. Мы стали оглядываться по сторонам и искать более совершенные технологии, способствующие появлению новых форматов подачи информации.

Нашли их в Болгарии, где успешно функционирует интернет-канал ТВ-Арт (www.tvart.info и www.tvart.bg), который создан почти пять лет назад и транслирует только собственную продукцию. Он специализируется на культурологической и туристской тематике. Он создан группой болгарских медийных профессионалов под руководством Стилиана Иванова, которые признаны лидерами информационного рынка страны. По сути это телевизионный канал, работающий в интернет-пространстве.

Команда канала работает с начала 90-х годов прошлого века, и зарекомендовала себя как инициативный коллектив, осваивающий новые технологии и тематики развивающегося медийного пространства. В ее активе более тысячи телевизионных передач для трех ведущих болгарских каналов (БНТ, БТВ и НОВА). Это: ТВ-состязания, реалити-форматы, развлекательные и спортивные программы, выпуски новостей, в

том числе и первые и единственные в мире «Голые» новости.

Команда имеет опыт медийного менеджмента, так как создала и управляла радиостанциями, интернет-сайтами, печатными изданиями и тремя телевизионными каналами, такими как музыкальное телевидение и радио «Веселина», созданное в 2003 г.; новостным телевидением ББТ, разработанным в 2004/2005; и, наконец, интернет-каналом культуры и туризма ТВ Арт, созданным в 2009 г.

Эта команда осваивала конвергентные приемы работы. Она создала 240 видеороликов исполнителей популярного, фольклорного и поп-фольк жанра, произвела 21 документальный фильм, в том числе фильм «Ванга», созданный по заказу самой прорицательницы в год ее смерти. Фонд интернет-телевидения включает 1 500 видеоклиппов в формате HD: музеев, галерей, природных пейзажей, археологических объектов и т.д., отснятых в Японии, Индии, Сирии, Египте, Турции, Греции, Италии, Испании, Голландии, Великобритании, Германии, Швейцарии, Болгарии и т.д.

Продукция этой команды распространяется по всему миру через дистрибьюторскую компанию Redal Media в Нью-Джерси, США. Она представляла собственные программы перед публикой в Индии, Турции, Нидерландах, Франции.

Это позволяет утверждать, что понимание сущности конвергентных медиа, поиск приемлемого для них формата, схем программирования, технологических приемов работы журналистов – это их лично наработанный багаж знаний, умений и навыков, которым они готовы поделиться с российскими коллегами. Огромный опыт, которым обладает эта команда, дает ей возможность минимальными средствами и в короткие сроки научить:

- разрабатывать концепции,
- сформировывать местные команды и обучать их,
- оборудовать техническими средствами веб-студию,
- запустить в эксплуатацию интернет-ресурсы разной сложности и

т.д.

Вот этому мы и решили учиться. Так родился еще один проект «Международная школа «Новые медиа». Три из них провели в Варне в Болгарии, где работали вместе и под руководством Стилияна Иванова. Оператором был Мирослав Евдосиев. Первое занятие школы было посвящено отработке навыков создания контента для интернет-ресурсов. Потом на второй школе создавали работали в рамках проекта **«Журналисты и учёные за здоровье наций»**, организованного Парламентским клубом «Российский парламентарий».

Третью школу опять провели в Варне на базе отеля к-с Обзор Бийч&Изгрев (Болгария, Златни пясъци). Приурочили ее проведение ко дню рождения А.С. Пушкина. Базовым мероприятием Школы стал «Фестиваль медийных ресурсов «Русский язык, русская культура на Балканах». Соответственно была сформирована и программа, основой

которой стал анализ и оценка видеосюжетов, подготовленных студентами Филиала МГУ имени М.В. Ломоносова в Севастополе о Кирилле и Мефодии; о А.С. Пушкине, Л.Н. Толстом и А.И. Куприне в качестве видеофрагментов журналистских исследований студентов в Севастополе, Балаклаве и Ялте в рамках проекта «Русские писатели в Крыму» и др.

Но не только этим ограничивалась программа. Параллельно шла презентация интернет-канала ТВ Арт. Были показаны лучшие работы канала. Говорили о специфике работы в сети: плюсах и минусах малого экрана, имеющего безмерную аудиторию.

Следует заметить, что все занятия в Школе проводятся в форме практикума и мастер-классов. Это означает – съемки и анализ отснятого материала, форматирование контента и так далее до получения конкретного продукта. Причем работа под руководством кураторов чередуется с самостоятельной работой. Только в таком режиме возможна подготовка итоговых работ по результатам занятий в сжатые сроки проведения школы.

Собственно, ставка на технологию, на овладение навыками работать руками была заложена в нашу методику буквально с первых дней функционирования кафедры. Мы учили сканировать, фиксировать найденную в сети информацию, снимать на камеру и телефон, монтировать сюжеты, отснятые на пленку и в цифре. Школа стала еще одним таким постоянно действующим мастер-классом. Это было наглядно продемонстрировано буквально в первые дни сентября, когда в Севастополь приехали наши болгарские коллеги руководитель канала Стилиян Иванова и оператор Мирослав Евдосиев.

Только что поступившие студенты первого курса и старшекурсники вместе приняли участие в практикуме Школы «Новые медиа», которые вели наши гости. Это означало, что мы отсняли двадцать четыре культурных объекта в Севастополе и Крыму и начали проект «Русский Крым». Важно, что для будущих журналистов новый учебный год начался с практической профессиональной работы под руководством мастеров своего дела.

Конечно, своими силами нам бы не удалось осуществить этот проект. Его организаторами вместе с нами, Филиалом Московского Государственного университета имени М.В. Ломоносова в Севастополе, стали Международный канал TV-ART (Болгария), Институт региональной журналистики, Международная общественная организация «Международный Фонд Попечителей Московского государственного авиационного технологического университета имени К.Э. Циолковского», Международное Экологическое общественное движение «Живая планета». Школа проводилась и проводится также при поддержке Совета Федерации ФС РФ и Парламентского клуба «Российский парламентарий».

Работаем мы и в тесной связи со своей альма-матер – факультетом

журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Так, этим летом группа студентов приняла участие в летней школе, которая проводилась на факультете – в знаменитом здании на Моховой, 9. Перед ними выступали президент факультета Я.Н. Засурский, декан Е.Л. Варганова, ведущие профессора.

Осознание того, что мы часть факультета, хотя находимся за тысячи километров от него территориально, очень важно для самоидентификации студентов, которые получают такие же дипломы МГУ, как и те, кто слушал лекции на Моховой.

Но при этом мы просто обязаны учитывать и специфичность условий, в которых работает наша кафедра журналистики в Филиале МГУ в Севастополе. Сегодня это студенты плюс профессорско-преподавательский состав и то профессиональное сообщество, которое нам помогает развиваться и быть на уровне, востребованном местными и федеральными медийными структурами. Это соизмеримо с рядом вузов нашей страны, которые ведут подготовку кадров по данной специальности.

С уверенностью могу сказать, что сегодня мы уже узнаваемы не только в Крыму, но и за его пределами. Безусловно, во многом этому мы обязаны авторитету Московского государственного университета, создавшего этот филиал. Не только выпускники школ Севастополя, но и других городов Крыма пробуют свои силы на вступительных экзаменах и становятся студентами. Среди поступивших есть представители многих городов России и даже других стран, как, например, Казахстана. Но в основном сегодня в Филиале учатся жители Российской Федерации и Украины. Университет верен принципам, записанным в Уставе МГУ. Суть их – любой гражданин мира может учиться в Московском государственном университете, если он выдержал вступительные экзамены.

Но постепенно растет и авторитет кафедры, в чем мы убедились во время приемных экзаменов летом 2013 года. К нам стали приезжать выпускники школ Ярославля, Краснодара, Мурманска и других городов, уже не понаслышке знающих, что здесь хорошо учат профессии. Причем эти ребята были с высоким баллом ЕГЭ, что обозначило еще одну важную проблему. К слову, граждане Украины и других стран СНГ сдают все четыре экзамена на отделение журналистики, а граждане России – один, творческое сочинение. Остальные баллы – это ЕГЭ. Сегодня это не в пользу выпускников местных школы, которые обучаются по украинским общеобразовательным программам.

Поэтому мы все время выходим на специфику работы кафедры в Филиале. Очевидно, поэтому мы становимся своеобразным полигоном для обкатки нестандартных начинаний. Так, по результатам вступительных экзаменов этого лета мы пришли к выводу, что учебные программы, будь они школьные или вузовские, лишь вектор развития общего и профессионального образования. Их надо максимально выполнять, но никоим образом на них не заикливаться и искать то, что дает большую

самостоятельность для действия.

В новых программах особое внимание уделяется свободному посещению, самостоятельной работе и тьюторству как новому педагогическому институту. Все это хорошо, но под этим нет культуры, нет опыта того же тьюторства. По сути, это индивидуальное образование. Это выстраивание бизнес-моделей карьеры студентам, это медиакоучинг, А есть ли он у нас? Пока нет. Так почему нам этим не заняться?

Хотя, оглядываясь на пятнадцать пройденных лет, мы этим и занимались. Поэтому дипломная работа Анны Белоус – это анализ восьмидесяти ее авторских программ «Магика». Выполняемая работа Людмилы Каплюк позволила ей сейчас весьма успешно работать в пресс-службе городской администрации. Практика буквально с первого курса на канале телевидения Черноморского флота позволила Акиму Галимову стать лучшим ведущим одного из центральных украинских каналов буквально через год-два после окончания вуза. Могу продолжить это перечисление состоявшихся судеб в профессии. По нашим скромным подсчетам из наших почти 150 выпускников где-то процентов 85 работают в профессии.

Так что сейчас мы нацелены на разработку программ «твоя карьера», «твоя бизнес-модель», то есть на индивидуально выстроенные программы становления специалистов. Нарботанный материал уже позволяет обобщать, анализировать и делать соответствующие выводы. Главный – учим штучно, позволяем найти свою нишу в такой многогранной профессии, какой сегодня становится журналистика, и параллельно развивающиеся мощные информационно-коммуникативные структуры - реклама и связи с общественностью.

Не хотелось бы, что рассказ о том, как мы работаем в предлагаемых обстоятельствах: изменения в обществе, в высшей школе плюс специфика географического пребывания на Украине, не превратился в отчет о победах и достижениях. Порой опускаются руки, и за пятнадцать лет надоел поезд, тяжеленные сумки с книгами, а главное с российской прессой, которой в городе практически нет, колоссальные нагрузки при работе вахтовым методом и многое другое. О проблемах Филиала и соответственно кафедральных можно говорить много и долго. К сожалению, не все в этом проекте – создании Филиала МГУ в Севастополе осуществилось и осуществляется.

Но не об этом речь, а о том, что удалось нащупать, каким образом сделать профессию журналиста востребованной, как привлечь в ее ряды не только девушек, но и пополнить их за счет мужского населения. Мы реалисты и прекрасно понимаем, что реанимировать героев фильма «Журналист» вряд ли удастся, да и стоит ли. Но изменить свое ощущение в восприятии нашей профессии можно и нужно. Это как вспомнить вкус пирожков бабушки, запах цветущих вишен в севастопольских балках, тепло моря, когда родители привозили многих из нас летом в Крым да и многое другое, что придает сегодняшней жизни

вкус и радость бытия, а профессию делает востребованной, хотя бы потому, что она фиксирует мгновения, из которых и складывается жизнь каждого из нас.

Поэтому сегодня нам нужно совсем немного – ребрендинг профессии. Собственно, чем мы и занимались в масштабах одной кафедры и одного вуза. Но мы не единственны в этом посыле. И это обнадеживает.

Литература:

- *Коханова Л.А.* Начала политического брендинга//Методическое пособие для специалистов для связей с общественностью в государственных органах власти – М, 2002
- *Коханова Л.А.* Медиарилейшнз. Что это такое. Изд-во: РИП -Холдинг, М., 2006.

Социальная асинхрония и проблемы журналистского образования

Перевалов В.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Московского государственного университета печати им. Ивана Федорова.

В мире сложилась парадоксальная ситуация: журналистика перестала успевать за информационными процессами, происходящими в обществе. Для устранения данного парадокса предлагается комплекс мер, от выстраивания долгосрочной матрицы социальной проблематики, с тем, чтобы к моменту возникновения проблем у журналистов был готов определенный пул материалов по теме, до изменения программ обучения современных журналистов.

Ключевые слова: социальная асинхрония; журналистика 3.0; новые медийные технологии.

Когда в 2006 году автор попытался представить возможные пути развития новых направлений журналистики¹, то очень быстро столкнулся с феноменом «ускользающей реальности» – стоит только обнаружить, проанализировать какой-либо социальный феномен, как к моменту его описания этот самый феномен уже изменялся. Причем, скорость и частота таких изменений в последнее время постоянно возрастает.

Профессиональное сообщество столкнулось с новым для себя явлением – своим постоянным отставанием от бурно и быстро развивающегося общества. Это касается как различных субкультурных явлений, так и социума в целом.

Лучше всего это можно наблюдать на примере технических средств, используемых в работе журналиста. За последние пять лет в России сменилось три поколения стандартов мобильной связи. В настоящий момент активно разворачиваются сети четвертого поколения, операторы мобильной связи перестали тарифицировать голосовую связь. На подходе – пятый, который помимо резкого увеличения скорости передачи данных, как ожидается, позволит еще и вести общение в режиме пресс-конференции, в нем реализуется принцип мультитекранности и смартфон будет окончательно превращен в мультимедийный терминал.

За это же время сменилось два стандарта, определяющих работу сети Интернет. Сейчас активно продвигается стандарт TCP/IPv6.0 и проводится работа по созданию стандарта следующего поколения. На смену стандарту HTTP 4.0 пришел 5.0, который существенно облег-

¹ Перевалов В.В. Основы hi-tech журналистики [Электронный ресурс] /http://samlib.ru/p/perewalow_w_w/hitechjournalism.shtml

чил работу с мультимедийными форматами информации и тем самым всерьез заставил говорить о «смерти» бумажных СМИ и превращении их в некие нишевые издания. Эти прогнозы все больше усугубляются расширением работ по созданию легких и дешевых сетевых ридеров, которые вполне возможно через 5-10 лет будут раздаваться бесплатно или за минимальную плату вместе с подпиской на те или иные СМИ.

Журналистика перешла в разряд «вечно отстающей» институции, что крайне негативно сказывается на претензиях находиться в особо привилегированном положении по отношению к другим социальным институтам.

Мы видим, что инициатива по созданию новых коммуникационных технологий целиком перешла к западным журналистам. Так известная во всем мире создательница первого UGC-сервиса Арианна Хаффингтон объявила о запуске новостного сайта World Post¹, который позиционируется как Huffington Post для миллиардеров, поскольку среди первых авторов анонсированы Тони Блэр, Билл Гейтс, один из владельцев Google Эрик Шмидт. Об этом она объявила в январе 2014 года на Всемирном экономическом форуме в Давосе. Проект должен быть самокупаемым и для этого должен привлечь самую широкую аудиторию. «Многие из наших авторов широко известны. Будет и много неизвестных молодых голосов, авторов из стран и городов, которые не часто упоминаются в традиционных СМИ», – подчеркнул Николас Берггруен, а Арианна Хаффингтон добавила, что «тексты, написанные главами государств и крупными бизнесменами будут размещаться вперемежку с материалами, присланными безработными из Испании, студентами из Бразилии. У нас не будет иерархии авторов».

Новое СМИ появилось во многом потому, что, как показывают исследования, 94% пользователей и поставщиков информации The Huffington Post в настоящее время из США. Новое издание уже имеет представительства в 10 странах и будет использовать своих журналистов на местном уровне, а также создано три новых корпункта специализированных иностранных корреспондентов в Пекине, Бейруте и Каире. И их число будет постепенно увеличиваться.

Уверенности в успехе нового издания придает тот факт, что среди его создателей люди, чья репутация в мире массмедиа очень высока. Это и Хуан Луис Себриан, основатель и главный редактор ElPais, Дилип Падгаонкар, консалтинговый редактор Timesof India, Еити Фунабаши, бывший главный редактор из Asahi Shimbun, и Пьер Омидьяр, основатель и председатель e Bay.

То есть мы видим, что мир полностью использует возможности, которые открывает новая журналистика (журналистика 3.0).

Как известно, в истории СМИ и журналистики можно выделить три

¹ <http://www.theguardian.com/media/2014/jan/08/world-post-news-website-launches-huffington>

основных этапа. Журналистика 1.0 (1591-1875гг.), когда все периодические издания были только индивидуалистическими, когда редактор, как правило, был и издателем, и основным автором. Это и амстердамские «Куранты, или Ежедневные новости из Италии, Германии, Венгрии, Испании и Франции» 1620 г. И первое развлекательное издание – франкфуртский «Забавный Меркурий» (1654 г.), и первое литературоведческое издание «Новости республики литературы» в 1684 г. изданные в Роттердаме Пьером Бейлем.

Журналистика 1.0 просуществовала без малого триста лет. Время вполне достаточное для появления традиций, профессиональных школ и династий и прочих исторических атрибутов. Среди которых, например, ритуал «борьбы с цензурой». Вся история развития журналистики 1.0 является ярким свидетельством борьбы журналистов за право публикации всего, чему они станут свидетелями, так «как оно было на самом деле», или как им самим хотелось бы, чтобы оно так и было, – с желанием власть имущих показывать на страницах газет и журналов как это все «должно было бы быть», согласно приказов и распоряжений властей.

Как это ни странно, политическая реставрация во Франции стала временем революционных преобразований в журналистике. Появившиеся в это время газеты были уже по преимуществу коллективными, акционерными. Среди них роялистические: «Drapeau blanc», «Conservateur» и «Quotidienne». Либералы издавали «Censeur European», «L'Indépendant», «Courrier Français», «Constitutionnel», «Aristarque». Правительство выпускало «Moniteur», «Publiciste», «L'Etoile». Они стали первыми ласточками второго поколения журналистики.

И хотя никто из них не стал выдающимся событием цивилизации, но заложенные в них принципы стали основой деятельности нового поколения журналистики. Прежде всего, очень серьезно выросла материальная база СМИ. Уже к концу XIX – началу XX вв. новые механизмы финансирования прессы позволяют выйти на миллионные обороты и прибыли. Прибыль наиболее популярных изданий Великобритании начала XX века («Daily Mail», «Daily Mirror», «Answers», «Evening News» и др.) в 1905 г. составила более 250 тысяч фунтов стерлингов (более 2 миллионов русских рублей того времени). Благодаря этому появилась возможность использовать и создавать самые новые, самые быстрые и точные средства сбора и распространения информации: телеграф, радио, телевидение, Интернет и мобильная связь.

Но, с другой стороны, индустриализация журналистики 2.0 привела к ликвидации всех форм субъектности журналиста. Он становится частью большой структуры со сложной иерархией, формами и типами подчиненности.

Другое дело – Россия.

В нашей стране журналистика 1.0 «подзадержалась» до начала XX

века. Смирдинская «Библиотека для чтения», «Вестник Европы» В.А. Жуковского и «Современник» А.С. Пушкина и «Дневник писателя» Ф.М. Достоевского, «Русский вестник» М.Н. Каткова – все они были сугубо персонализированными, субъективными. Двадцатый век немного изменил в ключевых механизмах российской журналистики. Разве что кадеты начали выпускать газету «Речь». А вот «Биржевые ведомости» С.М. Проппера так и оставались частным изданием вплоть до самого закрытия в 1918 г.

С приходом к власти большевиков в конце 1917 г. немного изменилось в механизмах осуществления журналистами своей профессиональной деятельности. Разве что единственным владельцем всех печатных изданий, всех телеканалов, радиостанций и информационных агентств стало государство, а не какой-то конкретный человек. Отсюда полное совпадение (с минимальными нюансами, вроде в меру оппозиционной «Литературной газеты» или «народного» «Труда» в сочетании с различиями, вызванными различиями в ценностных и профессиональных установках главных редакторов) точек зрения во всех газетах, единый набор новостей и комментариев, единая информационная политика. И полное и безоглядное господство цензуры. В СССР журналистика 1.0 была законсервирована в самом жестком ее виде до начала перестройки.

Наши журналисты, в итоге, оказались неспособны воспринимать требования социума как руководство к изменению ключевых правил и принципов своей работы. Во многом именно поэтому UGC-ресурсы в России влечат, как правило, жалкое существование, а полный аналог Huffington Post – Public Post – попросту обанкротился и прекратил свое существование, не проработав и двух лет.

В дополнение к этому в 2000-е начался период совершенно новой журналистики, которую можно назвать журналистикой 3.0. Появление глобальных коммуникаций и прежде всего Интернета создало уникальную ситуацию. Люди начали узнавать новости гораздо раньше журналистов. Тем самым основная задача, ради которой, собственно, создавались СМИ, стала для них неактуальной, а сами традиционные СМИ, особенно печатные – ненужными. Как по этому поводу написала Наргиз Асадова, руководитель интернет-проектов радиостанции «Эхо Москвы», общий тираж выпускаемых в США газет за последние 20 лет сократился с 62 до 49 млн. экземпляров в день: «Тираж одной из самых читаемых газет в США The New York Times сократился за последние два года на 10%. Chicago Tribune, Minneapolis Star Tribune, Philadelphia Inquirer находятся на грани банкротства. За период 2006-2009 годов доход от рекламы сократился почти на треть»¹. В рамках журналистики 3.0 изменяется всё: и отношение к СМИ, и технологии работы самих

¹ Блог Наргиз Асадовой [электронный ресурс: <http://nargiz-asadova.livejournal.com/6952.html>]

СМИ. Для нас, как студентов-журналистов, наиболее актуально второе. Наталья Лосева, руководитель интернет-проектов АиФ, подчеркивает: «Изменился сам принцип циркуляции и обмена информации. Ключевой задачей massmedia станет не поиск информации, а отбор, фильтрация, проверка, объяснение и интерпретация. Новые СМИ будут не рассказывать новости, они будут их фильтровать и объяснять»¹. Правда, необходимо добавить, что основной задачей журналистов в журналистике 3.0 является все же именно организация вокруг себя активного информационного сообщества, объединения людей, которые, собственно, возьмут на себя сбор и передачу ему актуальных новостей.

То есть, в дополнение ко всем своим традиционным бедам российские журналисты сталкиваются еще с проявлением социальной асинхронии: общество развивается настолько быстро, каналы коммуникации в нем развились настолько, что журналисты потеряли право называться распространителями новостей.

В этой связи встают проблемы изменения ключевых положений журналистского образования в целом, потому как иначе произойдет его деградация и деклассирование.

Как всегда, первыми забили тревогу зарубежные исследователи.

Эрик Ньютон, исполнительный директор Фонда имени Джона и Джеймса Найт², заявил, что журналистское образование не развивается достаточно быстро, как это требует общество: «Университеты должны быть готовы, чтобы уничтожить и воссоздать себя, чтобы быть частью будущего».

Цифровой век перевернул все в журналистике с ног на голову, но на программах обучения это отразилось крайне слабо. Более того, в тех же США ширится движение профессоров, которые протестуют против «засилья технологий» в образовании. Их так и называют «цифровые отрицатели».

Поэтому только-только начинается обучение будущих журналистов технологиям проектного управления, технологиям bigdata, инновациям, предпринимательству в сфере СМИ, крайдсорсингу и краудфандингу, технологиям социальных и мобильных медиа.

К счастью, думающие о будущем профессора и преподаватели пытаются найти выход в рамках существующих программ, например, по наиболее актуальным вопросам создаются видеолекции в качестве домашнего задания. Команда преподавателей Института журналистики Миссури из Университета Рейнольдса создала комплект учебников по новой журналистике. В них объясняется, как цифровой век меняет журналистику. Среди достоинств этого комплекса более чем 1000

¹ Блог Натальи Лосевой в журнале «Сноб» [электронный ресурс: <http://www.snob.ru/profile/22979/blog/33620>]

² <http://www.niemanlab.org/2013/10/eric-newton-journalism-education-isnt-evolving-fast-enough-and-you-should-help-change-that/>

практических заданий по всему спектру новой журналистики, включая обучение технологиям HTML 5.0 и приемам создания новостного веб-сайта.

Кроме того, разработана программа микрогрантов в размере до 35 тысяч долларов. Благодаря этому команды студентов, специалистов, профессоров и исследователей предложили новые методы и технологии массовой коммуникации, которые были испытаны и испытываются в реальных условиях работы массмедиа, в существующих студенческих СМИ или в местных изданиях.

Как видим, современный мир развивается бурно и стремительно. В настоящее время журналистика плетется в хвосте социальных изменений, что является крайне негативным как для этой институции, так и для общества в целом. Ситуацию надо менять. И эти изменения должны быть комплексными и затрагивающими, в том числе, мировоззрение журналистов, профессорско-преподавательского состава факультетов журналистики и студентов.

Литература:

- *Гатов Василий* <http://postjournalist.ru/?tag=zhurnalistika>
- *Перевалов В.В.* Журналистика – Культура – Система. – М.: МГУП, 2012. – 232 с.
- *Futureview* <http://futureview.info/>

О жанрах журналистики

Публикуемые ниже две статьи посвящены исследованию жанрово-го своеобразия журналистского творчества. Они являются частью концепции журналистики как профессиональной творческой деятельности особого рода, разработанной доцентом факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, кандидатом филологических наук Г.В. Лазутиной. В профессиональном сообществе Г.В. Лазутина известна как крупный авторитетный исследователь, автор учебников и учебных пособий по проблемам журналистского творчества и профессиональной этики журналиста. Мне посчастливилось работать вместе с Галиной Викторовной над осмыслением процессов жанровообразования в журналистике в течение пяти лет. За эти и все последующие годы нами и нашими единомышленниками была проведена большая экспериментальная проверка использования разработанной концепции жанров в учебном процессе на различных факультетах журналистики. Результаты эксперимента позволяют сегодня говорить о том, что представленные в этих статьях подходы являются для студентов и преподавателей журналистики серьезным подспорьем в освоении журналистской профессии.

С.С. Распопова, доктор филологических наук

Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров

Лазутина Г.В., кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

Распопова С.С., доктор филологических наук, старший научный сотрудник факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

В данной статье новостная журналистика представлена как вид журналистского творчества, призванная отображать очевидные изменения действительности. Рассмотрены предметно-функциональные характеристики новостной журналистики, основные жанровые модели новостных текстов и технология работы над ними.

Ключевые слова: новостная журналистика, предметно-функциональный подход, жанры.

Конец XX века серьезным образом изменил структуру информационных потоков российских СМИ. Доминирующими в ней оказались не воспитательные тексты идеологической направленности, не развернутые пропагандистские материалы, как это было до начала 90-х годов, а более или менее краткие, более или менее оперативные сообщения о событиях в самых разных сферах действительности, складывающиеся в многоцветную мозаичную картину происходящего. Политика и бизнес, искусство и спорт, криминал и светская тусовка стали для журналистов главными направлениями поиска новостей. Отделы информации, существовавшие в советских газетах, теперь в большинстве своем стали так и называться - отделы новостей. Исследователи журналистики обратили пристальное внимание на опыт подготовки новостных материалов в зарубежных СМИ, для которых подобное наполнение информационных потоков - вполне устойчивая черта.

Объяснение случившемуся проще простого: смена парадигмы общественного развития страны дала зеленый свет переменам во всех областях ее жизнедеятельности. И очень важно своевременно осмыслить характер таких перемен, осознать их роль в происходящих процессах. Тот факт, что изменения в российских СМИ совпали с очередным витком научно-технической революции, отмеченным бурным ростом новых коммуникационных технологий, а также усилением тенденций к глобализации в мире, сделал особенно значительным их влияние на общественную жизнь. В условиях, когда человечество начинает осозна-

вать себя как некое единство – население планеты Земля, оперативное информирование, сопутствующее глобализации, становится во главу угла массовых информационных связей, поскольку в сложных процессах взаимодействия разных культур, разных сил именно оно способно во многом обеспечить устойчивость и динамику мирового порядка. Для исследователей журналистики все это в совокупности оборачивается новыми научно-теоретическими задачами.

На сегодняшний день в изучении новостей как феномена, имеющего ключевое значение для стремительно развивающейся информационной реальности, господствуют два направления: структуралистско-семиотические и социологические подходы. Сторонники первых «рассматривают новости как речевые единицы информативно-коммуникационных процессов, разновидности *текстов, знаков, кодов*, благодаря которым реальные события транспонируются на уровень условного «картографирования» жизненных фактов»¹. Сторонники вторых «изучают новости как элементы социо-культурных процессов, связанных с объективно-историческими закономерностями в развитии общества и цивилизации в целом»².

Полагая, что оба эти направления весьма продуктивны для пополнения «копилки знаний» о новостях, мы, тем не менее, видим смысл предложить вниманию научного сообщества еще один подход, ориентированный на выявление природы новости и природы новостной журналистики с помощью предметно-функциональных факторов дифференциации творчества.

Сущность предметно-функционального подхода

Истоки предлагаемого подхода связаны с идеями замечательного русского ученого М.М. Бахтина о связи жанра с действительностью. Пристальный взгляд Бахтина улавливает не только объектно-предметное многообразие действительности, но и его связь с многообразием отражающих эту действительность произведений. По мысли ученого, нельзя разрывать процесс видения и понимания действительности и процесс ее воплощения в форме определенного жанра. Между анекдотом, рассказом и романом как жанрами потому существует такой большой разрыв, что есть большой разрыв в масштабе и характере жизненных явлений, которые они запечатлевают. Действительность жанра и действительность, доступная жанру, органически связаны между собой.

Отталкиваясь от этих суждений, нетрудно заключить, что та или иная разновидность творчества задается объективными факторами действительности, и то, что мы обычно понимаем как жанровые признаки, есть

¹ *Землянова Л.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999. С. 143.

² Там же.

не что иное как более или менее отчетливое отражение этих факторов. В таком контексте причины, вызвавшие жанровую дифференциацию журналистского творчества, выглядят следующим образом.

Момент первый связан с тем, что социальный мир характеризуется все растущим многообразием объектов и еще большим многообразием предметов, представляющих собой проявление многогранности объектов и неисчерпаемости их развития. Для адекватного отображения особенностей этих объектов и предметов нужны свои средства. Отсюда и вывод: объектно-предметное многообразие действительности выступает как объективная причина, вызывающая многообразие разновидностей журналистского творчества, иначе говоря, становится фактором жанровой дифференциации.

Вторая объективная причина состоит в том, что журналистика является деятельностью полифункциональной, и это обусловлено жизненно важными системными потребностями общества. Чтобы реализовать свои разные функции, журналистика вырабатывает такие разновидности деятельности, в ходе которых создаются информационные продукты, способные наиболее адекватно удовлетворять соответствующие общественные потребности. Отсюда разная функциональная предназначенность журналистских материалов, предполагающая и разные действия при их создании, и разные средства.

Есть и третья объективная причина, вызывающая жанровую дифференциацию: лабильность порождающей модели журналистского творчества. Как известно, любой текст, будучи информационным продуктом, есть часть действительности и связан с ней отношениями трех типов: семантическими, прагматическими, синтактическими. Но, являясь в то же время продуктом *конкретного* вида творческой деятельности (поэзия, музыка, публицистика, наука, творчество модельера и т.д.), этот текст характеризуется *своей* семантикой, прагматикой и синтактикой. Он несет в себе устойчивые черты продукта данного вида творчества, поскольку создание его направлялось соответствующей порождающей моделью творческой деятельности. Степень устойчивости порождающей модели в разных видах творчества оказывается различной – прежде всего, в зависимости от особенностей действительности, на воспроизведение которой ориентирован вид творчества.

Журналист, как мы уже знаем, имеет дело с постоянно меняющейся действительностью, причем в условиях ее предельного объектно-предметного многообразия. Это и определило своеобразие порождающей модели журналистского творчества. Она изначально проявляет такую высокую меру реактивности, способности реагировать на метаморфозы объективной действительности и запросы общества, что обретает качества трансформера: становится изменчивой в определенных пределах, а именно - в тех, которые задает сущность журналистской деятельности. Она трансформируется, сохраняя устойчивый признак, но

конкретизируя его. И мы получаем ее варианты, каждый из которых требует своего «плана осуществления». Таким образом, лабильность порождающей модели оказывается третьим фактором жанровой дифференциации журналистского творчества.

Исследование журналистской практики на сегодняшнем этапе ее развития позволяет обнаружить шесть разновидностей журналистского творчества, каждая из которых предстает как определенная жанровая группа и соответствующий ей набор конкретных технологий деятельности. Новостная журналистика – одна из этих групп.

Общие предметно-функциональные характеристики новостных текстов

В соответствии с логикой предметно-функционального подхода, прежде всего, возникает необходимость четко определить, что именно является общим предметом отображения данной жанровой группы. Понятие «новость», как оно воспринимается на сегодняшний день, исчерпывающего ответа на этот вопрос не дает. Оно само требует осмысления, поскольку бытует в употреблении общества и в связи с журналистикой, и независимо от нее.

- Вы новость читали? Наш корабль на Марс запустили...

- Вы слышали новость? В магазин привезли... - и через час у деревенской лавки уже очередь.

Не всегда человеку интуитивно ясно, что новость есть особый феномен действительности. У него объективная природа, вполне определенный онтологический смысл: то, что возникло, произошло, то, чего не было, а теперь есть, - результат изменений, случившихся в жизни. Такой результат может иметь форму

- **события** (происшествие, действие, мероприятие, акция);

- **решения** (намерение, план, программа);

- **подведения итогов деятельности** (сводка, отчетный доклад, презентация).

Общим для всех перечисленных случаев является то, что в объективной реальности появляется факт, меняющий ранее сложившееся положение дел.

Знать о наиболее существенных из подобных изменений для человечества жизненно важно. Это его витальная потребность, без разрешения которой для общества невозможна уверенная ориентация в действительности.

Вот на пересечении двух таких проявлений объективного мира – его многообразия, разбросанности, постоянной изменчивости, с одной стороны, и потребности общества повышать надежность своей ориентации в этом мире, с другой, – и возникла деятельность, нацеленная на поиск и сообщение новостей. Сегодня она является одним из стержневых направлений журналистики.

Таким образом, новость – не жанр журналистского произведения, а новый фрагмент реальности, меняющий привычный ход вещей и поэтому требующий в той или иной степени общественного внимания.

***Новостная журналистика** – разновидность журналистского творчества, призванная «ловить» такие изменения, определять, насколько они существенны, и делать всеобщим достоянием наиболее значимые из них, учитывая особенности предмета отображения и функциональную предназначенность текста.*

Поток новостей неисчерпаем, однако это вовсе не означает, что все они должны попадать в массовые информационные потоки, идущие по каналам СМК. Исторически сложились и существуют определенные **критерии отбора** новостей для публикации. Они обусловлены, прежде всего, значимостью происходящих перемен и задаются ключевым признаком журналистского произведения, обнаруживающим себя через его тему. Состоит данный признак в том, что тема любого журналистского текста есть конкретная реальная ситуация, так или иначе связанная с более широкой ситуацией проблемного характера, иначе говоря - с масштабной общественной проблемой. Эта устойчивая для журналистики особенность темы произведения самым непосредственным образом сказывается на формировании тех ориентиров, которые направляют процесс поиска и оценки изменений действительности - процесс поиска новостей, подлежащих распространению. В сущности, таких ориентиров - критериев отбора новостей для публикации - в профессиональной деятельности журналистов два:

1) новость должна нести в себе очевидный факт, существенно изменяющий реальную конкретную ситуацию;

2) изменение это должно быть соотносимо с масштабной общественной проблемой, касающейся многих людей, иметь то или иное значение для ее решения.

Именно эти два обстоятельства создают те свойства новости, которые осознаются людьми как *актуальность* и *близость*, вызывая общественный интерес. За ним (как всегда, когда речь идет об интересе) скрывается определенная потребность, в данном случае – *общественная потребность знать, что меняется в мире*, чтобы люди могли строить свое поведение, учитывая случившиеся перемены. «Подогревать» интерес может высокая степень неожиданности происшедшего (сенсационность), ожидание его дальнейшего развития, участие в нем известных лиц, но *рождается* он названной потребностью. **Назначение новостной журналистики состоит в том, чтобы удовлетворять эту потребность.**

Осознанно или неосознанно журналист ориентируется на рассмотренные критерии, отыскивая в предметно-объектном многообразии мира ситуации в момент их очевидных социально значимых изменений. О них-то он и рассказывает в текстах, адресуемых широким массам своих сограждан. Эти ситуации могут существенно отличаться

друг от друга по самым разным параметрам, но у них обязательно есть общая черта: все они переживают момент очевидного изменения, причем такого, которое по той или иной причине имеет значение для общества. Воспроизведенная в журналистских текстах, эта черта становится устойчивым признаком материалов данной жанровой группы. В силу того, что у всех у них **общий предмет отражения – момент очевидного изменения реальной конкретной ситуации**, они и осознаются аудиторией как носители новости. И о каких обстоятельствах ни идет в них речь, будь то происшествие, мероприятие или подведение итогов деятельности людей, во всех случаях главным в них оказывается **факт, меняющий ситуацию**, - сердцевина новости.

Можно сказать, таким образом, что общая особенность предмета отображения новостной журналистики состоит в том, что он всегда представляет собой реальную конкретную ситуацию в момент ее изменения, имеющего общественное значение. Соответственно функция новостной журналистики – информировать аудиторию, сообщать ей о таких переменах.

Основные жанровые модели новостных текстов

Надо учесть, однако, что изменения ситуации могут различаться не только по форме их проявления (событие, решение, подведение итогов деятельности), но и по масштабу и характеру. А это неизбежно влияет на конкретные цели информирования, определяя его меру и характер (подробно - не подробно, наглядно – не наглядно, с оценкой – без оценки). По данной причине конкретная функциональная предназначенность журналистских произведений, несущих в себе сообщение о новостях, должна варьироваться, что требует соответствующих изменений и в структуре текста. Все это отражается в порождающей модели данной разновидности журналистского творчества, проявляясь как ее способность конкретизироваться применительно к коммуникативным намерениям субъекта творчества, определяемым предметом отражения и функциональной предназначенностью текста. В результате и возникает дифференциация жанров уже внутри новостной журналистики как особой разновидности журналистского творчества.

Отвечая общим критериям новостной журналистики, каждый из жанров этой группы характеризуется вместе с тем дополнительным своеобразием предмета и разной функциональной предназначенностью текста. Анализ публикаций, соответствующих критериям новости, позволяет сделать вывод, что сегодня в новостной журналистике бытует четыре группы текстов, в которых реализуются достаточно устойчивые жанровые модели. В практике отечественных СМИ за ними закрепились определенные названия - «краткая новостная заметка» («информашка», «заметка», «новость», «жесткая новость»), «расширенная новостная заметка» («мягкая новость», «расширенная информационная заметка» - иногда ее без достаточных оснований называют инфор-

мационной корреспонденцией), «репортаж», «критическая заметка» («острый сигнал»).

Предмет отображения и в краткой новостной заметке, и в расширенной - **изменение ситуации, проявляющееся как факт или как цепочка фактов**. Поэтому и в структуре элементарных выразительных средств, которые при создании текста являются для журналиста своего рода «строительным материалом», главную роль играет фактологический ряд – смысловые единицы, используемые для передачи описательной информации. Благодаря им в тексте с той или иной мерой адекватности воспроизводятся реалии объективного мира. (Степень адекватности - то основание, по которому мы различаем в фактологическом ряду собственно факты, фактоиды – обозначение реалий, не полностью поддающихся проверке, и «эмпиризмы» - обобщения реалий в опыте, «на глазок»).

И все-таки в структуре ЭВС краткой новостной заметки и заметки расширенной есть весьма существенная разница. Причем дело не только в количестве смысловых единиц, отражающих онтологические факты, что обусловлено предметом отображения. Дело и в их качественных особенностях. В первом случае факт как смысловая единица отображает существо изменения ситуации и жестко фиксирует внимание на границах онтологического факта (кто-что-где-когда), при этом для полного его представления в тексте достаточно указания на него (номинация) и минимальной детализации. Во втором же случае ситуация воспроизводится в тексте шире, с помощью группы фактов как смысловых единиц, отображающих изменения реальности, разбросанные во времени и пространстве, но объединенные между собой причинно-следственными связями. Автор акцентирует эти связи, соответствующим образом выстраивая фактологический ряд. Восприятие читателя движется по цепочке: факт-повод, факт-причина, факты-следствия, может быть даже - снова факт-повод, осознающийся как итог развития ситуации. При этом все они включены в культурологический контекст, дающий возможность увидеть связь ситуации с масштабной проблемой общества и понять значение перемен. Как правило, в текстах такого рода присутствуют и факты-высказывания эксперта, комментирующего происходящее.

Средством организации ЭВС в единый текст для журналиста выступает, как известно, композиция. Как видно из таблицы, для краткой новостной заметки характерна композиция типа «перевернутая пирамида». В расширенной же новостной заметке вариантов композиционного решения произведений больше. Помимо кольцевой композиции здесь часто используется композиция типа «устойчивая пирамида» (подробный рассказ в хронологическом порядке). Еще один вариант композиционного решения - «песочные часы».

Может возникнуть вопрос: всегда ли новость представляет для аудитории интерес самим фактом изменения ситуации? Достаточно ли

людям сведений только об этом?

Разумеется, нет. Иногда важно знать, как происходит такое изменение, представить себе его в подробностях. Чаще всего это бывает тогда, когда дело касается события, т.е. такого изменения, которое имеет начало, кульминацию и завершение, оборачиваясь в итоге новой реальностью, новой ситуацией. Коммуникативное намерение журналиста в подобных случаях связано со стремлением раскрыть, «как это было», дать ситуацию в развитии, отразить и динамику, и полифонию жизни. Функциональная предназначенность таких текстов состоит в том, чтобы включить адресата информации в события, позволить ему почувствовать себя причастным к происходящему.

Со всей очевидностью названные черты проявляются в публикациях, посвященных спортивным событиям: соревнованиям, матчам, чемпионатам. Как правило, событие здесь воспроизводится через ключевые моменты от начала и до конца - в этом своеобразие данной жанровой модели, известной как «репортаж».

Слово «репортаж» у всех на слуху, с ним связано бытовое представление людей о сообщении с места события. С понятиями «репортажное описание» и «репортажное повествование» мы сталкиваемся, когда ведем речь о методах предъявления информации в журналистском тексте. Однако репортаж как жанр и репортаж как метод письма – не одно и то же. Как метод предъявления информации репортажное письмо может быть использовано в материалах любого жанра, когда есть потребность наглядно воспроизвести эпизоды действительности, наблюдавшиеся журналистом. А как жанр репортаж – особая разновидность журналистского произведения с устойчивыми характеристиками. И предмет отображения, и функциональная предназначенность текста, и его структурно-композиционные особенности здесь специфичны.

Случается, что границы события-ситуации во времени и пространстве бывают куда более протяженными, чем это доступно непосредственному наблюдению. И тогда журналист как бы вырезает в этом событии фрагмент, через который может показать суть происходящего изменения, - как через каплю морской воды показывают ее свойства в целом. Автор материала в таком случае выступает для адресата в качестве гида, представляющего в ситуации наиболее характерные моменты новизны. Однако жанр при этом сохраняет все свои устойчивые особенности.

Есть в новостной журналистике жанровая модель, которая не так часто используется, но ценится дорого и в журналистской среде, и в читательской аудитории. Речь о краткой критической заметке, называемой в обиходе «острый сигнал». Разговор, как правило, здесь касается негативного изменения ситуации. Автор не исследует эту ситуацию, он просто доводит до сведения читателей факт существующей для них угрозы, тем самым предупреждая об опасности и указывая на необходимость ликвидации непорядка.

Это тоже новостная информация, но цель сообщения ее не сводится к оповещению, ориентированию или включению адресата в происходящее, хотя и то, и другое, и третье войдут как составляющие в коммуникативные намерения автора. И все-таки функциональная предназначенность такого текста предполагает открытое управляющее воздействие. Оно состоит в побуждении к коррекции поведения, направляемом в несколько адресов (тем, кому угрожает негативное изменение ситуации, и тем, кто его допустил). Осуществлению такого управляющего воздействия и служит использование в структуре ЭВС образов и нормативов, которые в комплексе рождают неприятие сложившейся негативной ситуации, готовность нейтрализовать ее.

Представим теперь жанрообразующие факторы новостной журналистики в виде матрицы, показывающей объективную природу возникновения жанровых моделей и отражающей их первичные признаки.

Функциональное предназначение текста Предмет отображения	Оповещение	Ориентирование	Включение в происходящее	Побуждение к коррекции поведения
Ключевой факт, меняющий ситуацию	Краткая новостная заметка			
Цепочка фактов, меняющая ситуацию		Расширенная новостная заметка		
Ситуация - событие в развитии			Репортаж	
Негативное изменение ситуации				Критическая заметка («острый сигнал»)

Исчерпывают ли представленные здесь жанровые модели все реальное многообразие новостных текстов современной журналистики? Едва ли. Сегодня творческая деятельность журналиста развивается, испытывая на себе влияние многих обстоятельств, в том числе – типологического и технологического характера. В связи с этим разные средства массовой информации, отражающие разные сферы действительности с помощью разных коммуникативных каналов, обзаводятся собственным набором жанров, в частности, и новостных. Это стало уже вполне определившейся тенденцией. Но в основе своей все возникаю-

щие таким образом вариации новостных жанров неизбежно восходят к тем жанровым моделям, которые сформировала за время развития новостной журналистики объективная действительность. Они уже закрепились и в определенных ожиданиях аудитории, и в способе творческой деятельности – в процессе работы, в ее методах, в профессионально-этических ориентирах, которыми направляется журналистское поведение. Способ, определяемый порождающей моделью творчества, вслед за ее трансформацией тоже меняется – конкретизируется применительно к предмету и функциональной предназначенности текстов. Возникает технология новостной журналистики как носитель общих особенностей этой разновидности деятельности. Что же характеризует ее?

Технология работы над материалами новостных жанров

Едва ли не главным обстоятельством, которое определяет специфику работы журналиста, специализирующегося на новостных жанрах, является лимит времени, отпущенного на подготовку публикации: оно стремится к минимуму. Ориентация на оперативность в сочетании с особенностями предмета отображения новостной журналистики с неизбежностью влечет за собой сокращение объема задач, решаемых журналистом в ходе творческого процесса. Это сказывается, прежде всего, на характере начальной, познавательной стадии деятельности. Она в новостной журналистике наименее продолжительна и наиболее похожа на то, что называется сбором фактов, хотя на самом деле только к нему не сводится. Суть в том, что предметом познания для журналиста в данном случае является именно новость – факт или цепочка фактов, меняющих сложившуюся жизненную ситуацию. Соответственно целевые познавательные задачи здесь:

1) установить этот факт в определяющих его границах (всем известно, что они осознаются на практике как ответы на вопросы «кто? – что? – где? – когда?»);

2) понять, насколько значимые изменения данный факт вызывает (тут приходится ответить себе на вопросы «почему? – зачем? – что отсюда следует?»).

Чтобы решить такие задачи, нужны определенные усилия, в том числе и напряженная работа мысли. Однако глубокого собственного проникновения журналиста в неочевидные связи фактов тут не требуется, оно вполне может быть компенсировано сотрудничеством с более осведомленными лицами – участниками и свидетелями происходящего или экспертами, готовыми его прокомментировать. Поэтому познавательная деятельность репортера чаще всего протекает как *целенаправленное ознакомление с ситуацией* и опирается на *здравый смысл* – присущую человеку способность к размышлению. Это проявляет себя, прежде всего, в структуре методов познания. На первом месте тут методы эмпирические, ориентированные на добычу информации

о действительности в непосредственном или опосредованном контакте с нею. Ведущее место среди них занимают традиционные журналистские методы получения сведений: беседа, наблюдение, проработка документов.

Главная трудность познавательной стадии в деятельности репортера связана с *поиском новости*. Первый этап творческого процесса здесь состоит как раз в этом – найти новость, найти то изменение в положении дел на социально значимых объектах действительности, которое представляет собой общественный интерес. Отсюда – значение для журналиста этого профиля двух обязательных качеств:

1. Умения ориентироваться в социальных процессах;
2. Знания структуры информационной среды.

Речь в данном случае идет не о тех формах государственной и общественной информационной поддержки сотрудников СМИ, которые всем хорошо известны: пресс-конференции, брифинги, презентации, пресс-релизы, специализированные информационные бюллетени, экстренные рассылки по факсу или электронной почте. Конечно, роль их для репортера, как и для всякого журналиста, трудно переоценить, но они не заменяют тех источников информации, благодаря которым добывается эксклюзив – сведения, пока никому, кроме участников нового события, не известные.

Один вариант таких источников - *«предметно-вещественная среда»*. Использование источников этого типа имеет спонтанный характер и предполагает уже сформированную у журналиста психологическую установку на постоянное и осознанное аудиовизуальное восприятие окружающих реалий. При этом условия их зрительно различимые сигналы действуют на журналиста как импульс, тотчас же вызывающий начало творческого процесса.

Другой тип - *«человек»* (его еще называют *«живой источник»*, *«персонифицированный источник»*). Применительно к новостной журналистике это лицо, которое имеет непосредственное отношение к рождению новости, являясь либо участником изменения действительности в том или ином качестве, либо непосредственным свидетелем, либо представителем структуры, фиксирующей изменения такого рода. За источником этого типа закрепилось определенное наименование – *нюсмейкер* (делатель новостей, держатель новостей). Работа по поиску новости для журналиста – это, прежде всего, работа с нюсмейкерами, предполагающая

- свободную ориентацию в их среде,
- отлаженные контакты,
- отработанные условия сотрудничества с ними в качестве информаторов.

Свободная ориентация в среде нюсмейкеров возможна для журналиста только тогда, когда он хорошо представляет себе основные предприятия, учреждения и организации той сферы действительности, ко-

тору он «ведет» как определенное тематическое направление. И не просто представляет, но знает проблемы и планы этих структур, их кадровый состав, отношение их главных действующих лиц к средствам массовой информации. Этого легко достичь, когда отлажены контакты, т.е. существует устойчивая система связи с ключевыми фигурами предприятий и организаций: номера телефонов, адреса электронной почты, почтовый адрес. Создание подобной базы данных – дело не быстрое, кропотливое, даже надоедливое, поскольку требует постоянного обновления материала. Зато и выигрыш огромный: такая база данных – незаменимый помощник репортера. Особенно если в ней существует рубрикация, направляющая поиск ньюсмейкеров: *официальные лица; эксперты; добровольные помощники прессы; информаторы* – лица, с которыми заключен контракт на отслеживание событий. Дело в том, что сегодня ряд редакций предусматривает в своем бюджете материальное поощрение сигналов о новостях с мест, закрепляя найденные контакты и сообщая контактерам статус постоянных информаторов. Чем гуще сеть информаторов, тем богаче поток новостей, поступающих к журналисту для анализа и отбора.

Но и при наличии собственной базы данных репортер должен быть озабочен созданием *«карты накопителей новостей»* - сети тех структур, в которые естественным образом стекаются сведения о событиях в разных сферах действительности. Таких структур в обществе немало, причем для информации о благоприятных и о неблагоприятных изменениях существуют разные «накопители», и журналисты осведомлены о них в разной мере.

Определиться с поиском и освоением источника новости в каждом конкретном случае журналисту тем легче, чем надежнее общий алгоритм, выработанный для этой цели. В основу его могут быть положены три заповеди, которых придерживаются многие репортеры: «Смотреть во все глаза. Слушать во все уши. Предвидеть все, что можно предвидеть».

Вторая стадия творческого акта в новостной журналистике тоже отмечена существенными особенностями. Они связаны с ориентацией на оперативность, заложенной в психологическую установку журналиста новостного профиля. Она приводит к такой интенсификации профессиональных действий, что многие из них совершаются на уровне подсознания и обнаруживают себя только в продукте деятельности. Это относится, прежде всего, к действиям по переработке первичных сведений, полученных из реальности, в текст, отвечающий признакам новостного журналистского материала. Репортер должен за считанные минуты проанализировать данные, систематизировать их, понять их значение, отобрать ключевые факты и выстроить так, чтобы содержание создаваемого произведения максимально адекватно отражало действительность. Ведь журналистский текст по определению - носитель оперативного знания о событиях в мире, которое предназначено для

повышения надежности социальной ориентации, а, следовательно, он должен отвечать определенным критериям надежности. С одной стороны, - максимум оперативности, с другой, - максимум надежности... Это то противоречие репортерской деятельности, которое в реальной практике журналистов нередко дает себя знать ошибками, срывами, стрессами, но тем не менее движет развитие репортерского творчества, революционизируя его инструментарий – и технический, и интеллектуальный. Чем лучше вооружен на этот счет журналист, тем легче он преодолевает на личностном уровне указанное противоречие. Достигается и высокая скорость, и высокое качество работы благодаря повышенной интенсивности умственных действий, задаваемой психологической установкой.

Но «спрессованность» операций процесса создания текста – не единственное специфическое свойство этой стадии работы в новостной журналистике. Второе не менее примечательно: оно состоит в автоматическом отборе методов предъявления информации, ориентированном на лаконизм текста. Доминирующими методами воплощения ЭВС фактологического ряда для журналиста новостного профиля являются *констатация* (указание на факт, его номинация), *реконструктивное или репортажное повествование* (воспроизведение последовательности этапов происходящего, действий его участников); *характеристика* (воспроизведение фрагмента реальности уже не через внешние, подающиеся наблюдению его проявления, а непосредственно со стороны сущности, установленной с помощью работы авторской мысли).

А вот *репортажное описание* используется гораздо реже - как правило, только для того, чтобы представить в тексте лицо, выступающее в качестве эксперта, комментирующего событие. Парадоксально, но факт: даже в репортаже как жанре репортажное письмо, представляющее собой синтез репортажного повествования и репортажного описания, далеко не всегда является основным методом.

Культурологические ЭВС в новостных материалах используются в малой степени, и методом их предъявления здесь чаще всего выступает *словесная инкрустация* (использование образной лексики, несущей в себе память о прошлом социальном опыте), реже встречается *апеллирование* (отсылка к какому-либо произведению человеческой мысли, представляющему собой фрагмент социального опыта). Оба эти метода экономичны по определению и потому удобны и достаточны в условиях оперативного создания лаконичных материалов.

Отмечена технология новостной журналистики и некоторым своеобразием применяемого здесь технического инструментария. Репортеры как никто иной из журналистов нуждаются в средствах высокоскоростной связи. Поэтому они и составляют в своей профессии «передовой отряд» пользователей новой техники, восприимчивый ко всем новшествам современных коммуникационных технологий. Простой ли

«мобильник» появляется у человечества, смартфон ли, портативный компьютер или цифровая фотокамера, - первыми в журналистике интерес к ним проявляют репортеры. От того, насколько оснащены они техникой такого рода, в конечном счете, зависит конкурентоспособность того СМИ, в котором они работают.

Модификация четвертого компонента способа творческой деятельности журналиста – профессионально-этических ориентиров, направляющих профессиональное поведение, обнаруживает себя в новостной журналистике в нескольких аспектах, а именно:

- в том, как происходит самоопределение профессионального долга;
- в том, по каким направлениям формируется представление о профессиональной ответственности;
- в том, какие актуализируются профессионально-этические нормы.

Понятие «самоопределение профессионального долга» отражает процесс, который идет в журналистике в связи с тем, что поле деятельности работников СМИ не однородно. В рамках общего представления о профессиональном долге как добровольных обязательствах журналистского сообщества перед обществом в целом каждое средство массовой информации (да и каждый журналист) осознанно или неосознанно формирует «свое, приближенное к реальным условиям деятельности представление о профессиональном долге, ориентируясь на особенности отражаемой сферы действительности, на состав и ожидания аудитории, на концепцию издания и свою идейно-политическую платформу»¹. В итоге в этих случаях, по отношению к общему представлению о профессиональном долге, возникают дополнительные моменты, в чем-то конкретизирующие его, в чем-то расширяющие, обогащающие. В новостной журналистике как специфическая грань формулы профессионального долга складывается обязательство не только «гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности»², но давать ее своевременно, оперативно, полно по отношению к общей картине перемен.

Потому и зона ответственности репортера - не только качество заметки, которую он отправляет в массовые информационные потоки, но и время ее подготовки, и скорость доставки, и даже место на полосе. При этом жесткие условия деятельности ставят его в положение, когда резко увеличивается риск ошибки. Противостоять ему может только повышенная ответственность. В связи с нею актуализируются в новостной журналистике профессионально-этические принципы и нормы, которые ориентируют поведение журналиста на максимум ответственности.

Все рассмотренные выше особенности присутствуют в процессе ра-

¹ Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М., 2006. С.128.

² Право и этика в работе журналиста. Екатеринбург, 1996. С. 198.

боты над любой жанровой моделью этой разновидности журналистского творчества. Однако при создании некоторых жанровых моделей просматривается еще один уровень модификации способа творчества: формируется технология работы в конкретном жанре. Это относится, прежде всего, к репортажу.

То обстоятельство, что функциональная предназначенность репортажа предполагает включение адресата в происходящее, т.е. его активную эмоциональную реакцию, расширяет круг задач журналиста в процессе творчества. Чтобы репортаж мог выполнить свою предназначенность, его автор должен не только сообщить о фактах реальности, но и *передать адресату информации впечатления, переживания, эмоции участников происходящего, в том числе и свои*. Лишь в этом случае сработает механизм эмоционального заражения, благодаря которому между журналистом и читателем (зрителем, слушателем) возникнет «эмоциональный мост». Не столько «эффект присутствия», сколько эффект сопереживания способен вовлечь аудиторию в происходящее посредством журналистского материала - включить ее как активную силу в социальный процесс. Это и влечет за собой необходимость расширения круга методов творчества при создании репортажа и на стадии познавательной деятельности, и на стадии создания текста. Доминирующими становятся *наблюдение и описание*, посредством которых достигается полифония текста¹. Существенно и то, что в момент начала работы над репортажем журналист может оказаться в разных позициях по отношению к предмету отображения, в качестве которого, как мы помним, выступает ситуация-событие в развитии. Одно дело - когда событием является плановое *мероприятие*, к освещению которого можно подготовиться заранее, поскольку оно предвидимо и ожидаемо. Совсем другое - если событием стало *происшествие*: оно всегда застает врасплох, поскольку неожиданно и непредсказуемо. Поэтому журналист, специализирующийся на работе в жанре репортажа, должен обладать способностью оперативно обогащать конкретную технологию деятельности за счет использования всего арсенала средств, предусматриваемых способом журналистского творчества. Хороший репортер тот, кого ни одно событие не повергнет в растерянность.

Подводя итог сказанному, подчеркнем: являясь посредником между новостью и удаленными от нее людьми, журналист адаптирует их ко всему НОВОМУ. Это сложная миссия, так как человек по своей природе и любознателен, и консервативен, всякая новинка неизбежно вызывает в нем настороженность. Но вместе с тем это и великая миссия, так как мир движется новыми событиями и через новые события, а поэтому отстраненность от новостей всегда чревата не только потерей точной ориентации в действительности, но и застоем, остановкой в

¹ Термин принадлежит молодому исследователю Д. Кульчицкой.

развитии.

Литература:

- Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2006.
- Право и этика в работе журналиста. Екатеринбург, 1996.
- Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией. М.: МедиаМир. 2008. .

Интерактивная журналистика как особая жанровая группа

Лазутина Г. В., кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова,

Располова С. С., доктор филологических наук, старший научный сотрудник факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

В статье представлен термин «интерактивная журналистика», который здесь употребляется впервые для обозначения отдельной жанровой группы. Выявлены основания, которые определяют внутригрупповую жанровую дифференциацию. Основу предмета отображения определяет характер контакта.

Ключевые слова: интерактивная журналистика, жанровая группа, дифференциация.

1.

До сих пор термин «интерактивная журналистика» как обозначение отдельной жанровой группы не употреблялся. Более того, - на первый взгляд, это кажется попросту неправомерным: принято считать, что журналистика по определению - деятельность интерактивная. Создавая массовые информационные потоки, вбирающие в себя одновременно тексты *для* аудитории и тексты *от* аудитории - сигналы прямой и обратной связи, она обеспечивает обществу как системе ту меру социального участия, которая необходима для укрепления его устойчивости. Исследователь И. Д. Фомичева называет эту способность СМИ действовать в двустороннем режиме *партиципаторностью* и связывает с ней ряд особых функций массовой коммуникации. В основе такого подхода лежит представление об интерактивности как *интеракционизме* – *взаимодействии людей по типу «стимул – реакция»*.

Однако это не единственное значение понятия «интерактивность». Бурное развитие новых коммуникационных технологий интенсифицировало контакты радиальных и телевизионных редакций с аудиторией и сделало возможным *наблюдаемое* оперативное взаимодействие журналистов с представителями аудитории, протекающее как акт программируемой прямой и обратной связи (опять-таки по типу «стимул-реакция»). Мощный аудиторный эффект, производимый таким взаимодействием, спровоцировал расширение поля интерактивности, имманентно присущей аудиовизуальным коммуникациям: она стала использоваться и в целях *имитации* интерактивного взаимодействия. Тем самым у понятия «интерактивность» применительно к журналистике появилось второе значение - *особая телевизионная технология*.

Интерактивное голосование, интерактивные опросы в ходе телепередач - это, чаще всего, примеры использования интерактивности как *телевизионной технологии*.

В настоящее время в сфере журналистики можно говорить еще об одном, *третьем значении* понятия «интерактивность». Оно открывает свой смысл, если дополнить интеракционизм как исследовательский подход *деятельностным подходом*, т.е. если рассмотреть взаимодействие людей по типу «стимул–реакция» как *момент продуктивной деятельности*, стержневая структура которой (субъект, средства и предмет, преобразуемый в продукт) таким образом «удваивает себя». В этом случае *продукт творчества* формируется как синтез информационного стимула и информационной реакции, т.е. включает в себя не просто отражение каких-либо реалий объективного мира, но и отражение *самих актов прямой и обратной связи*, в ходе которых об этих реалиях становится известно. Соответственно, *субъект деятельности* тоже оказывается образованием совокупным: *с одной стороны*, это журналист как создатель информационного стимула, *с другой* - представитель аудитории, порождающий реакцию (или наоборот). *Процесс же деятельности* предстает как цепочка операций по переработке информации, совершаемых попеременно в ходе непосредственного или технически опосредованного межличностного общения между ними.

В сфере авторского журналистского творчества обнаруживается целая группа жанровых моделей, отмеченных таким «удвоением». Это означает, что в журналистском творчестве сформировался его особый вид, в основе которого лежит *процесс вовлечения в производство массовых информационных продуктов тех, кому эти продукты предназначены*. Тому способствует техника, создавая в информационном пространстве принципиально новую ситуацию, при которой оказывается очевидной выделенная исследователем Е.Е. Прониной особенность журналистики: она несет в себе *«творчество-в-процессе-коммуницирования»*¹. Однако это только одна сторона дела. Вторая состоит в том, что в ходе коммуницирования может осуществляться не просто творчество как деятельность одного субъекта, адресующего свой продукт другому. Коммуницирование при определенных условиях оборачивается созданием *общего продукта в контакте двух субъектов коммуникации*.

Подчеркнем специально: речь идет не об акте *коллективного авторского творчества* журналистов, а именно об акте более или менее явного сотрудничества их с представителями аудитории для создания общего продукта. Отсюда третье значение термина «интерактивность» - *сотворчество*. Это и позволяет обозначить понятием «интерактивная журналистика» группу жанровых моделей, специфику которых опре-

¹ См. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.

деляет сотворчество.

2.

Уже на основании сказанного можно прийти к заключению, что в текстах этой жанровой группы действительность отражается на нескольких уровнях. Первый уровень отражения образует информация о контакте журналиста и представителя аудитории, избранного им в соавторы. Предъявление ее в тексте создает своего рода зеркало, в котором обозначаются другие уровни отражения: личностные характеристики участников контакта; ситуации действительности, «всплывающие» в ходе контакта; процесс рождения текста как процесс сотворчества.

Такая *многоуровневая структура предмета отображения – особенность всех жанровых моделей этого вида журналистского творчества*. И первый уровень во всех случаях – *ситуация контакта* журналиста с теми, кто по той или иной причине представляет для аудитории интерес. Этот контакт, непосредственный или опосредованный, и есть тот магический кристалл, с помощью которого люди самых разных профессий, разных возрастов, разных взглядов превращаются в соавторов журналиста. Но организатором контакта, режиссером общения, дирижером сотворчества всегда остается он, журналист, хотя его видимая роль чаще всего сводится только к тому, чтобы задавать вопросы, а иногда, как увидим далее, бывает и еще скромнее.

Если проанализировать несколько текстов этой жанровой группы – несколько ситуаций разных контактов, мы с неизбежностью придем к выводу, что коммуникативные намерения журналистов в них были не одинаковы. Более того: порой они так существенно отличаются, что очень трудно усмотреть в них нечто общее, позволяющее говорить об определенной функциональной предназначенности интерактивных текстов. В одном случае журналист явно ставит перед собой задачу раскрыть личность собеседника, как, скажем, делает это обозреватель «Известий» М. Бабалова, беседуя с композитором Р. Щедриным. В другом – налицо стремление показать умоностроение того или иного сообщества по определенному поводу, на что, например, ориентирует свой материал в «Учительской газете» журналистка Н. Тумова. В третьем, в четвертом, в пятом... Сколько случаев контакта мы будем рассматривать, столько вариантов коммуникативных намерений журналистов нам откроется. И вместе с этим многообразием вариантов нам откроется и его смысл. Станет понятно, что ситуации контакта оказываются нужны журналистам для того, чтобы расширить возможности журналистского творчества, которые определены его индивидуальным характером. В ситуации контакта – в ситуации сотворчества – происходит *преодоление границ* естественных возможностей человека, преодоление границ сложившегося способа журналистского творчества. Креативная мощь совокупного субъекта деятельности возрастает настолько, что он оказывается способен *решать задачи практически любой жанровой груп-*

ны. При этом информационная картина мира, создаваемая материалами интерактивной журналистики, оказывается во многом «подсвечена» личностными качествами участников коммуникации. Однако главный эффект все-таки в другом. Он связан с тем, что адресат информации, становясь свидетелем творческого процесса, в котором участвуют не только профессиональные журналисты, но и представители других сфер деятельности, получает ощутимый импульс для активизации собственного творческого потенциала. И это свойство интерактивных текстов – *не только решать разнообразные конкретные задачи, но и нести в аудиторию оперативное знание о фактах сотворчества социальных субъектов, стимулирующее творческую активность*, – сегодня, в условиях формирования информационного общества, превращается, пожалуй, в *главный компонент функциональной предназначенности* материалов данной жанровой группы.

Как следствие, *особенностью структуры* текстов интерактивной журналистики оказывается их явная или скрытая *драматургичность*. Она формируется благодаря двум комплексам смысловых единиц, передающих взаимодействие авторов: комплекс, отражающий систему стимулов (например, журналистские вопросы), и комплекс, отражающий систему реакций (например, ответы на предложенные вопросы).

3.

Какими жанровыми моделями представлена интерактивная журналистика? Какие основания определяют ее внутригрупповую жанровую дифференциацию? Главным из них – и мы уже это видели в предыдущих строках – является *характер контакта*, лежащего в основе предмета отображения. Анализ практики СМИ показывает, что систематически попадают в материалы, по меньшей мере, четыре варианта контактов журналиста с кем-либо из представителей общества. На их базе в интерактивной журналистике формируются *четыре подгруппы жанровых моделей*, обладающих как общими чертами, так и некоторой спецификой.

В основе текстов, представляющих *первую подгруппу* моделей, лежит журналистский контакт, который принято определять как *опосредованный*. Особенность его состоит в том, что он связывает людей на расстоянии, с помощью специальных средств. Прежде всего, это письмо.

Нужно сказать, что *письмо* сослужило человечеству большую службу. На протяжении столетий оно было эффективным средством связи, с помощью которого осуществлялось общение между людьми, зачастую значительно отдаленными друг от друга территориально. Менялись средства фиксации информации в письме, менялись средства доставки, а роль письма сохранялась и сохраняется до сих пор – и в частной жизни людей, и в сфере общественных отношений. Касается это и журналистики.

Для *отечественных газет* письма читателей – исторически сложившаяся практика. В советский период приходящие в редакции письма нередко подталкивали решение проблем, копившихся из-за бюрократической волокиты, помогали восстанавливать справедливость, подсказывали журналистам интересные темы для выступлений. Обзор писем рассматривался в советских газетах и как «замер» общественного мнения, и как средство влияния на него. Только в этом плане и осознавался его интерактивный характер, хотя и тогда он уже заявлял о себе как жанр сотворчества (вспомним полосу «Алый парус» в «Комсомолке» 70-х годов – она строилась на диалоге в письмах, который вели журналист Ю. Щекочихин со своей командой и подростковая аудитория газеты).

Обзор писем – основная жанровая модель этой подгруппы интерактивных текстов. Повторим: предмет отображения здесь – *опосредованный контакт журналиста с представителями аудитории*, способный воспроизводить разные аспекты жизни и решать разные задачи. Обязанность определения этих задач закреплена за журналистом, что дает ему и право на отбор писем из потока редакционной почты. В соответствии с разным характером задач в практике журналистики складываются *несколько форматов обзора писем*. Он может быть *информационным*, если контакт ориентирован на получение и передачу каких-либо сведений фактического или ментального свойства. А может быть, *проблемно-аналитическим* – когда журналист видит свою задачу в том, чтобы разобраться в тенденциях и проблемах, которые поднимает читательская почта. Если учесть, что на содержание контакта влияют многие факторы (концепция издания, его тематические предпочтения, его традиции общения с аудиторией, канал коммуникации – газета, радио, телевидение, интернет-издание, принятые редакционные стандарты), – станет понятно, что названные форматы могут еще более дифференцироваться. Устойчиво существуют такие их разновидности, как *тематические обзоры*, *обзоры откликов* (по следам событий или предыдущих публикаций), *обзоры предложений, заявок, поздравлений и пожеланий* (формат, характерный для радиожурналистики).

Показывая в обзорах писем реальные события глазами их участников и выявляя тем самым реальные общественные проблемы, волнующие многих людей, журналисты помогают аудитории включиться в их обсуждение. Это и является *функциональной предназначенностью* подобных текстов.

Общей *особенностью структуры и организации* текста во всех перечисленных случаях является принцип использования конкретных писем: как правило, они помещаются не целиком, а даются методом изложения или цитирования отдельных фрагментов, выбираемых так, чтобы они соответствовали задаче материала и отражали ключевые идеи письма.

Есть в этой подгруппе интерактивных текстов еще одна жанровая

модель, довольно часто используемая в журналистской практике. В профессиональном обиходе за ней закрепилось наименование **«вопрос-ответ»**. Фактически она представляет собой *связку двух текстов*: читательского письма с конкретным вопросом и ответа на него, даваемого журналистом или привлеченным автором (экспертом в соответствующей области). Существование этих текстов друг без друга неправомерно: *только вместе* они обретают законченный смысл и предстают как *единый материал*. На журналиста при этом ложится роль *организатора контактов* между соавторами, но сам он чаще всего остается «за кадром». Примечательная черта материалов данной жанровой модели состоит в том, что носителем стимула в них выступает та их часть, которая создается представителем аудитории. В обязанность представителя редакции входит ответ – создание фрагмента, несущего в себе реакцию. Публикации такого характера постоянно появляются в «Аргументах и фактах», «Комсомолке», в передачах радио и телевидения.

4.

Вторая подгруппа жанровых моделей интерактивных текстов складывается на основе контакта, который может быть обозначен как *непосредственный пассивный контакт в форме наблюдения журналиста* за публичным обменом суждениями в ходе собраний, заседаний, митингов и т.п. событий. Пассивный характер контакта проявляется в том, что журналист чаще всего не вступает в вербальное общение с участниками мероприятия. Более того, - нередко они и не предполагают, что включены в контакт, который получит отражение в прессе. Тем не менее, это происходит, рождаются тексты, воспроизводящие произнесенные ими слова. Непроизвольно они оказываются соавторами журналиста. Как это происходит, показывает, например, материал «Вечерней Москвы» «Побойтесь Бога, господа!».

Журналистка И. Позднякова присутствует на заседании городского парламента, где идет обсуждение нового законопроекта. Она фиксирует ключевые суждения представителей прокуратуры и представителей депутатского корпуса, полемизирующих друг с другом, определяет свою точку зрения по отношению к этой полемике. В результате создается текст, в котором она как бы отчитывается об увиденном и услышанном, вовлекая, тем самым, адресата информации в процесс осмысления состоявшегося в парламенте разговора. За материалами такого характера потому и закрепилось в отечественной журналистской практике наименование **«отчет»** - смысл этого слова как нельзя более подходит к их сути. Конечно, есть тут и собственная позиция журналиста, но она – производное от результатов наблюдений, а результаты наблюдений как раз и есть то, что он видел, слышал и с чем должен познакомить аудиторию.

Традиционно отчет в отечественной журналистике рассматривался как информационный жанр, что вполне объяснимо: повод для высту-

плений с отчетом дают средствам массовой информации события особого типа – мероприятия, на которых идет обмен мнениями, ведутся дискуссии по тем или иным проблемам общественной или производственной жизни. Так же, как и любая новость, они требуют оперативного отклика прессы и могут стать предметом отображения в новостной заметке. Но из такого сообщения аудитория вряд ли поймет, чем данный факт меняет сложившуюся ситуацию. Суть происходящего тут связана с *ментальным уровнем коллективного отображения действительности*, а ключ к нему один – ситуация контакта журналиста и участников мероприятия.

Может возникнуть вопрос: а разве не подходит для сообщения о таких событиях репортаж как жанровая модель новости? Ведь и там, и тут вроде бы *предмет отображения* – ситуация-событие в развитии. И воспроизведение ее в тексте связано с наблюдениями журналиста. Тут есть о чем задуматься, тем более что и среди методов воспроизведения действительности в репортаже и отчете на первом месте – комбинация репортажного описания и повествования. Сходство, несомненно, есть. Однако по существу эти жанровые модели отчетливо различаются.

Репортаж призван отобразить в материале ситуацию действительности в ее целостном и полифоничном виде – на это и ориентирован состав и характер элементарных выразительных средств, предусматриваемых его жанровой моделью. Контакт журналиста с такой ситуацией, конечно, имеет место, но он не является здесь частью предмета отображения. Выступая как *условие* познавательной деятельности журналиста, он только в этом качестве и проявляет себя в тексте через некоторые признаки присутствия автора на месте события, что усиливает для адресата информации эффект включения в происходящее.

В отчете – другое дело. Тут ситуация контакта журналиста с участниками события является не просто условием его познавательной деятельности. Одновременно она представляет собой процесс вычленения в событии того информационного взаимодействия участников, которое и составляет его основной смысл, образующий ядро предмета отображения. В данном случае журналиста интересует именно это информационное взаимодействие, он включается в него, сопровождая в тексте материала обмен стимулами и реакциями изложением своей позиции, своего отношения к происходящему. Таким образом, и в отчете, как во всех интерактивных материалах, ситуация контакта оказывается первым, непосредственным уровнем воспроизведения действительности, который становится основой *многоуровневого предмета отображения*.

Что касается *функциональной предназначенности* материала, то она и в данной подгруппе интерактивных текстов отмечена вариативностью – в зависимости от характера и цели контакта. Поэтому отчет существует сегодня отнюдь не только в *информационном* формате. Второй его формат – *отчет проблемно-аналитический*, дающий возможность че-

рез функционирование общественного мнения разобраться с причинами и следствиями неблагоприятного течения событий на том или ином участке общественной жизни. *Структура текста* отчета представляет собой два ярко выраженных слоя смысловых единиц: один отражает информационное взаимодействие активных участников обсуждения, второй служит воспроизведению позиции журналиста. В нашем случае автор, вникая в ход обсуждения предлагаемого законопроекта, вырабатывает оперативное знание о причинах, вызывающих торможение процессов борьбы с коррупцией в нашей стране, и сообщает его аудитории как результат своего контакта с законодателями в момент их работы.

5.

Третья подгруппа интерактивных текстов возникает на базе *ситуаций непосредственного активного контакта журналиста с партнерами по общению в форме диалога*. Основными здесь являются три жанровых модели: литературная запись, интервью и беседа.

Литературная запись – в известной степени парадоксальная жанровая модель. Материалы этого типа рождаются из контакта журналиста с человеком, которого он «открыл» и которого «вызвал» на монолог, – без такого контакта их просто бы не было. Однако документально свидетельствует об этом, как правило, одна строка, завершающая текст: «Литературная запись такого-то». Процесс общения – процесс профессиональной деятельности журналиста – в текст не выносится. Журналист остается «за кадром»: как режиссер спектакля «растворяется» в актерах, так и он «растворяется» в динамике монолога своего героя. Кажется, у монолога один автор – тот, от чьего имени он звучит. Но оба участника контакта, знают, что это не так.

Главная обязанность журналиста состоит отнюдь не в записи речи. Он должен обеспечить своими профессиональными умениями *адекватное отображение личности*, с которой он знакомит читателя, через ее монолог. Этот монолог может представлять собой *воспоминания, исповедь, даже проповедь* – любой из этих форматов возникает как следствие тесного, доверительного контакта между тем, чье слово обращено к аудитории непосредственно, и тем, кто помог родиться этому слову. Характерный пример телевизионной версии этой жанровой модели в формате воспоминаний – «Подстрочник», видеозапись монолога Л. Лунгиной, созданная О. Дорманом. В печатных текстах журналист иногда прибегает к представлению своего героя – своего соавтора, и это тоже есть более или менее явный момент отражения их контакта. Даже если такое «представление героя» принимает характер «объективности», как, например, в литературной записи монолога П. Мамонова, сделанной Л. Малюковой и опубликованной в «Новой газете».

Чтобы работать над такими материалами, от журналиста требуется высокий уровень профессиональных умений. И дело не в сложности рерайтерских задач (работа с текстом) – дело в тех трудностях, которые

связаны с организацией контакта.

Еще одна жанровая модель этой подгруппы – *интервью*. Считается, что основной коммуникативной единицей интервью является реплика, которая, сцепляясь с другой репликой, образует диалогическое единство. Исследователи выделяют различные типы диалогических единств. Для интервью характерно диалогическое единство вопрос - ответ. Основа материалов этой жанровой модели – диалог журналиста с партнером по общению, предусматривающий *жесткое распределение ролей*. Журналист - возбудитель реакции, область его креативных поисков – вопросы, способные вызвать к жизни новую информацию о действительности – объективной (видимая реальность) или субъективной (внутренний мир).

Жесткое распределение ролей – отличительная особенность интервью, каким бы форматом оно ни было представлено. А форматов здесь четыре - в зависимости от цели контакта, от тех коммуникативных намерений, которыми руководствуется журналист, интервью могут быть *протокольными, информационно-познавательными, проблемно-аналитическими и портретными (очерковыми)*.

Интервью протокольное - особый случай выступления СМИ. Оно проводится представителями редакций для получения официальных разъяснений по вопросам внутренней и внешней политики государства. Соответственно, и в качестве интервьюируемого здесь выступает официальное лицо высокого ранга. Нередко инициатива проведения протокольного интервью также исходит от официальных структур, решающих таким образом задачи пропагандистского и управленческого характера.

Работая над *портретным интервью*, журналист ведет свой разговор с собеседником таким образом, чтобы адресату информации открылись не просто черты и масштаб его личности, но и мир его ценностей, желаний, привычек - все то, из чего складывается реальная жизнь человека и без чего невозможно его глубоко понять и почувствовать. А инструмент у него один: вопросы. Чем они примечательны? Вдумаемся в то, о чем спрашивает композитора Р. Щедрина уже упомянутая нами журналистка М. Бабалова:

- *Вам нравятся юбилейные хлопоты?*
- *Когда вы были ребенком, кем вы хотели стать?*
- *Когда вы сами в себе расслышали композитора и подумали про себя что-то вроде «сегодня я гений»?*
- *Вы ощущаете себя исторической личностью?*
- *А можно научиться сочинять музыку?*

На первый взгляд кажется, что вопросы случайны, но это не так. Профессионалу понятно: за каждым - определенная цель, а главное – в каждом есть нечто, не позволяющее адресату ограничиться при ответе анкетными данными или укрыться за общими стандартными фразами. Это нечто – *побуждение думать*. Все вопросы несут на себе печать

предварительных размышлений журналистки над предметом своего интереса – судьбой знаменитого композитора, природой его творческих успехов и личного счастья. И все вопросы вызывают на размышления. Возникает своеобразная эстафета мысли, меняющей на каждом этапе свою форму, но не теряющей энергетики, которую ей сообщает отражаемая в ней жизнь. Вот через такую «эстафету мысли» и раскрывается личность, которую журналист счит своим долгом представить аудитории, а вместе с тем и его собственное творческое лицо.

К *информационно-познавательному интервью* журналисты всех средств массовой информации прибегают с самыми разными коммуникативными намерениями: для популяризации научного знания, для разъяснения идеи нового политического проекта, даже в целях рекламы. Естественно, что характер разговора здесь становится иным. Скажем, в подготовленном К. Смирновым для «Новой газеты» материале «Прекрасное далеко с Жоресом Алферовым» все вопросы, предлагаемые партнеру журналиста по общению, четко ориентированы на получение сведений, необходимых аудитории для понимания роли в жизни страны и общества того научного направления, которое представляет лауреат Нобелевской премии Жорес Алферов. Печать предварительной работы журналиста просматривается и тут, но это – иная работа. Вопросы к ученому есть результат предварительного знакомства с предметом предстоящего обсуждения. И не просто знакомства, а уяснения тех «белых пятен» в существующем представлении о нем, которые тормозят его продвижение в жизнь.

В *проблемно-аналитическом интервью* характер вопросов определяется исследовательскими задачами: журналист выступает как соратник интервьюируемого, вместе с ним размышляя над причинами и следствиями сложившейся ситуации. Как правило, это размышление принимает форму *стимулирующего* вопроса – то уточняющего, то побуждающего к новому взгляду, то заставляющего сомневаться, и кажется, что все они возникают спонтанно, по ходу разговора. Между тем и тут успешным интервью может быть только в одном случае: если журналист предварительно ознакомился с проблемой и продумал возможный ход ее предстоящего обсуждения. Спонтанные вопросы появляются, когда журналист хорошо владеет фактическим материалом и не раз обсуждал его сам с собой.

Еще одна жанровая модель в этой группе журналистских текстов – *беседа*. В обиходе материалы в жанре беседы и в жанре интервью нередко отождествляются. Моменты, к тому подталкивающие, существуют: *во-первых*, исходное значение английского слова *interview*, переводимого как беседа; *во-вторых*, принципиальное сходство целей и задач, вызывающих акт общения, отражаемый в материале. И можно было бы согласиться с таким отождествлением, если бы не одно обстоятельство. Жанровая модель интервью в практике отечественной журналистики сложилась таким образом, что она в любом случае ориентирует жур-

налиста на воспроизведение в тексте процесса интервьюирования, т.е. получения информации с помощью вопросов, закрепляя за ним тем самым роль *интервьюера*. Соответственно, его партнер по общению тоже получает в тексте определенную роль: *интервьюируемый*. А вот жанровая модель беседы не предписывает участникам общения определенных ролей в материале. Она ориентирует их на свободный обмен суждениями в любой форме. Здесь мы встречаем диалогические единства самых разных типов (вопрос - контрвопрос, побуждение - вопрос, побуждение - повествование, повествование - побуждение и т. д., и т. п.). И хотя журналист, как правило, выступает инициатором беседы, ведет подготовительную работу к ней, определяет стратегию разговора, - единоличным носителем стимула в общении он не является, равно как и его партнер не является только реагирующей стороной. Они в данном случае выглядят как равноправные собеседники, и в структуре текста обозначается любопытная особенность: большинство их суждений - их реплик - представляют собой *синтез реакции и стимула*. Выразительный пример такого текста - беседа тележурналиста В. Познера с бизнесменом М. Прохоровым в рамках передачи «Познер приглашает в эфир».

Разговор такого порядка - совместное размышление. Он требует от журналиста не только обстоятельной подготовки (нередко для этого привлекается целая команда помощников), но и особых личностных качеств. Чтобы получилась интересная беседа, ведущий сам должен быть интересным собеседником - эрудированным, мыслящим, готовым к полемике, умеющим находить остроумные решения в ситуациях спора. Словом, от него требуется не просто профессионализм, а профессионализм высшего уровня. Он должен быть Мастером - личностью, представляющей для аудитории такой же интерес, как и его партнер по общению. И задачи, которые он выдвигает в беседе, и возражения или сомнения, высказываемые им, и предлагаемые идеи становятся таким же весомым компонентом текста, как и суждения собеседника.

6.

Основанием для возникновения **четвертой подгруппы** жанровых моделей интерактивных текстов являются *ситуации активного контакта журналиста с партнерами по общению в форме диалога, представляющего собой непосредственное или опосредованное информационное взаимодействие многих лиц*.

Контакт с большим числом лиц позволяет журналисту включить в предмет отображения материала существенный момент самоопределения общественного мнения. Предъявляя аудитории выявляемые в ходе контакта индивидуальные мнения, журналист делает их частью «рынка свободных идей», возникающих в обществе по актуальному поводу и подлежащих общему осмыслению, на основе которого, в конечном счете, и определяется «расклад сил», обозначается позиция большин-

ства. *Функциональная предназначенность* таких текстов в том и состоит, чтобы содействовать самоопределению общественного мнения, поставляя аудитории оперативное знание о содержании мнений индивидуальных.

Наиболее используемыми в этой подгруппе жанровых моделей сегодня являются две. Одна строится на последовательном включении в контакт с журналистом ряда лиц, другая ориентирована на одновременное его общение сразу со многими. Обе жанровые модели приобрели широкое распространение в российских СМИ в последние десятилетия. Первая получила название *«блиц-опрос»* - по имени метода получения сведений, пришедшего в журналистику из социологии и ставшего в данном случае ключевым (в английской языковой традиции этот жанр также определяется по методу - *street talk*). За второй закрепилось название формы общения, сложившейся в научной среде для обсуждения актуальных проблем, - *«круглый стол»*.

Особенности блиц-опроса отчетливо просматриваются в структуре материала: ее определяет тот факт, что журналист задает один и тот же вопрос большому числу респондентов. Это и воспроизводится в тексте, давая адресату информации возможность представить себе разброс мнений, существующих в обществе по той или иной проблеме. Контакт журналиста может быть непосредственным (*собственно уличный опрос*) или опосредованным (*интернет-опрос*), - суть дела не меняется: аудитория подключается с помощью такого текста к процессу самоопределения общественного мнения.

Вторая жанровая модель этой подгруппы тоже ориентирована на помощь самоопределению общественного мнения, но это - иной вариант помощи. В данном случае структура текста несет в себе не просто отдельные мнения по актуальной проблеме, - в ней запечатлено взаимодействие их субъектов. Мнения оглашаются, сопоставляются, поддерживаются, отрицаются - идет обсуждение, поиск консенсуса. Журналист выступает организатором этого процесса, поддерживая его полемический настрой и конструктивную направленность. Его контакт с участниками круглого стола оказывается зеркалом, в котором отражается механизм самоопределения общественного мнения. Показательны в этом смысле круглые столы, которые проводят «Радио Свобода» и радио «Эхо Москвы». Следуя своей концепции вещания, обе радиостанции прибегают к жанру круглого стола для обсуждения таких проблем общественной жизни, которые касаются широких кругов населения. Неудивительно, что нередко к разговору гостей редакции подключается и аудитория, используя возможности Интернета и мобильной связи. Однако место представителям аудитории в эфире редакции отводят разное - опять-таки в соответствии со сложившейся концепцией вещания. Формулируя свою позицию на этот счет, журналист «Радио Свобода» А. Качкаева говорит: *«Если уж используется аудитория, то это часть драматургии, и нужно максимально вовлекать аудиторию в*

этот акт творчества - если хотите, учить публичной коммуникации в прямом эфире». У «Эха Москвы» иные коммуникационные стратегии, иные редакционные стандарты: они восходят к представлению о том, что эфир делают не радиослушатели, и поэтому здесь отбор «голосов из аудитории» осуществляется самым жестким образом. Но и в этом случае технология передачи воспроизводит моменты самоопределения общественного мнения, делая этот процесс видимым, наблюдаемым, доступным осознанию обществом, и, следовательно, - способным влиять на принятие управленческих решений.

На телевидении сформировался еще один формат данной жанровой модели, обладающий заметным своеобразием, - *ток-шоу*. Если обычный «круглый стол» отображает ситуацию интеллектуального контакта журналиста с представителями той или иной сферы деятельности, выступающими как эксперты в этой области, и дает представление об основных векторах представлений экспертного сообщества, то формат ток-шоу изначально ориентирован на такое интеллектуальное взаимодействие, при котором приглашенные в студию гости активно участвуют в *выработке новых смыслов*. Здесь ведется исследование проблем, а иногда и намечаются пути их решения (программы «Народ хочет знать» Киры Прошутинской, «Судите сами» М. Шевченко). Сегодня можно уже говорить о том, что развитие ток-шоу идет в нескольких направлениях. Рядом с передачами, где аудитория в студии живо сотрудничает с журналистом («Пусть говорят» А. Малахова) есть передачи, где основная масса гостей ведет себя как зрительный зал, перед которым разыгрывается предусмотренный сценарием эпизод с активными участниками («К барьеру!» и «Поединок» В. Соловьева). Есть передачи, в которых активность гостей студии проявляется прежде всего в ожидаемых от них эмоциональных реакциях. Есть такие, где определяющим становится постановочный, игровой момент, - структура произведения в данном случае представляет собой результат синтеза журналистского творчества с другими видами творческой деятельности (прежде всего, с театральным искусством). Это тенденция, о которой уже упоминалось и которая все нарастает в телевидении как особой области медиапроизводства. Интерактивность как феноменологическое свойство телекоммуникации начинает дополняться имитацией интерактивности, на основе которой возникают особые технологии передач. И далеко не всегда при этом зрители понимают, что смотрят фактически телеспектакль, имитирующий «живую жизнь», а в роли журналиста выступает шоумен, освоивший сценарий.

7.

Технологические особенности работы над материалами этой жанровой группы связаны с тем, что произведение, основу которого образует контакт журналиста с другими лицами, неизбежно несет в себе

более или менее ярко выраженную драматургию. Драматургия в данном случае понимается как тип организации передаваемого в тексте жизненного материала. Безусловно, действительность как таковая намного богаче и выразительнее, чем ее отображение в журналистских произведениях. Но интерактивные тексты в этом плане ближе к ней, чем материалы других жанров: они передают творческое взаимодействие журналиста с людьми «из настоящей жизни», предоставляя им возможность сказать своим голосом, с присущей только им интонацией и лексикой все, что они думают по тому или другому поводу. Этим и обусловлена *специфика работы* по созданию материалов данной жанровой группы, определяемая особыми требованиями к журналисту. В их число входят:

- необходимость вдумчивого подхода к отбору лиц, ситуации контакта с которыми требуют обнародования;
- корректное и уважительное отношение к партнерам по общению, умение найти «ключ» к каждому из них;

- высокий уровень культуры, в том числе этической и речевой.

От работы над материалами других жанровых групп процесс подготовки интерактивных текстов отличается, прежде всего, своей *структурой*. В большинстве случаев творческий акт здесь включает в себя три обязательных этапа:

- подготовку контакта;
- осуществление контакта;
- отражение контакта в тексте.

В результате определенным образом меняется состав задач, которые должен решить журналист в ходе деятельности, комбинаторика ее методов, подбор источников информации. В соответствии с этим идет актуализация наиболее значимых профессионально-этических ориентиров.

Задачи познавательной стадии творческого акта распределяются между первым и вторым его этапами. На первом, помимо организационных забот, в центре внимания журналиста - два направления действий:

- изучение личности будущего «контактёра» (с помощью «живых» и документальных источников информации, включая базы данных Интернета);
- предварительное освоение предмета предстоящего обсуждения (с помощью специальной литературы и ресурсов Интернета).

Именно на данном этапе происходит осознание журналистом стратегии и тактики своего профессионального поведения в предстоящем общении. Полученные тут сведения ложатся в основу ориентировочного сценария, согласно которому будет развиваться ситуация контакта - второй этап творческого акта, когда журналист помогает гостю стать своим соавтором, вступить в процесс сотворчества.

Подчеркнем: названные особенности познавательной стадии твор-

ческого акта присущи, прежде всего, тем интерактивным материалам, которые базируются на непосредственном активном журналистском контакте. Но надо осознавать важность ее и для работы над всеми остальными жанровыми моделями этой группы. Конечно, объем познавательных задач в случае, когда журналисту предстоит вести беседу с известным лицом, и в случае, когда он должен подготовить обзор писем, далеко не один и тот же. Однако решены они должны быть с одинаковой тщательностью, причем с учетом особенностей данной жанровой модели.

Так, при подготовке обзора писем важно, чтобы у журналиста был *навык работы с редакционной почтой*. Она для него - основной источник информации. По словам опытного газетчика Т. Быстровой, критерий отбора писем для публикации один: они должны быть живыми, острыми, интересными. Причем не только тому, кто прислал письмо, а всем читателям газеты. Учитывается этот критерий и при определении *темы* обзора писем. Она должна восходить к общезначимой проблеме, быть животрепещущей. Увидеть ее, распознать, выявить в материале - основная задача автора обзора писем.

Для блиц-опроса особое значение имеет точный *выбор информационного повода*. Источниками информации при этом могут быть:

- нормативные документы, способные вызвать общественный резонанс;
- данные статистики и материалы СМИ, привлечшие общественное внимание;
- форумы в Интернете, где идет бурное обсуждение актуальных проблем;
- люди, высказывания которых сопровождаются оживленной общественной реакцией.

Чем точнее выбран информационный повод, тем больше оснований ждать репрезентативности от блиц-опроса, тем большую роль он может сыграть в самоопределении общественного мнения по данной проблеме.

При подготовке к круглому столу журналист нуждается не только в глубоком ознакомлении с темой предстоящего обсуждения, но и в том, чтобы иметь определенное представление о его участниках. Поэтому имеет смысл предварительное общение со всеми, кто будет задействован в публичной дискуссии. Стоит особо сказать о том, что необходима журналисту в данном случае и *самоподготовка в плане психологическом*: роль ведущего, модератора коллективного разговора требует и быстрой реакции, и способности «зажигать», и умения снимать возникшее в аудитории напряжение. А это все недостижимо без соответствующего настроения.

Следующий этап в работе над интерактивными текстами - *осуществление контакта* - завершает познавательную деятельность журналиста и одновременно оказывается решающим моментом стадии созда-

ния произведения. В этом его главная сложность: все, что происходит во время контакта, ложится в основу предмета отображения будущей публикации. Тут от журналиста требуется безошибочное профессиональное поведение. Он должен проявлять такт и внимание по отношению к человеку, с которым общается; должен уметь моментально реагировать на изменение хода или тональности разговора, умудряясь фиксировать его новые повороты; должен не бояться импровизации, если ориентировочный сценарий будет нарушен. А такое случается. Вот что говорит по этому поводу ведущий ток-шоу «Культурная революция» М. Швыдкой, отвечая на вопрос интервьюера:

Журналист: Приступая к той или иной теме, вы, видимо, заранее знаете, что услышите во время дискуссии?

Михаил Швыдкой: Нет, это не всегда понятно, потому что люди все разные, бывают странные, каждый импровизирует по-своему, и это всегда интересно. Кстати, молодые, например, выступают как страшные консерваторы. Для меня это совершенно неожиданно, я просто потрясен!

Среди *основных умений* журналиста, работающего в интерактивных жанрах, - умение слушать своего собеседника, замечать своеобразие его мысли и речи, чтобы ненароком не помешать звучанию его живого слова, проявлению интересной индивидуальности. Но и от журналиста партнер по общению, а вместе с ним и аудитория, ждут проявлений личностного своеобразия. Если таковое присутствует, материал - будь это интервью, беседа, круглый стол, ток-шоу - обретает особую метку: ею становится журналистское имя в рубрике: «Беседы с Инной Руденко» (материалы хорошо известной читательской аудитории обозревателя «Комсомольской правды»), «Час Кучера» (вызывающие широкий интерес интервью и беседы тележурналиста канала «Совершенно секретно»).

К завершающему этапу работы - *отражению контакта в тексте* - журналист приступает, уже имея так или иначе зафиксированные материалы общения. Задача состоит в том, чтобы выстроить их в полном соответствии с требованиями формата, не нарушив подлинности общения, его смысла. Каков же *путь решения* данной задачи? Для газетчиков это - расшифровка диктофонной записи и «уплотнение» полученного текста (сокращение, не допускающее смысловых потерь). Для журналистов электронной прессы - монтаж и озвучивание отснятых материалов с помощью необходимого оборудования и соответствующих специалистов.

Меняет эту ситуацию *прямой эфир*. Он предлагает аудитории «живое общение», когда этап осуществления контакта сливается с этапом его отображения: идет прямая трансляция происходящего в студии. Естественно, что адресат информации оказывается расположен к ответному контакту, - в условиях современных коммуникационных технологий становится возможным эффект интерактивности, о котором

уже говорилось.

Надо сказать, однако, что записанные на пленку интерактивные тексты не менее ценны. Они на многие-многое годы сохраняют голос, стиль речи, интонации своих персонажей (а на телевидении еще и внешний их облик).

То обстоятельство, что интерактивные тексты представляют собой результат сотворчества, вызывает *актуализацию профессионально-этических норм*, которые сформировались в журналистике как регуляторы отношений редакционных сотрудников и привлеченных авторов. Ключевым в их ряду является положение, предписывающее строить отношения с привлекаемыми авторами на основе взаимного уважения, добровольности сотрудничества. Надо полагать, что сегодня оно стало общепринятым ориентиром - во всяком случае, при организации контактов, предназначенных для освещения в СМИ.

А вот что касается нормы, предписывающей журналисту *согласовывать с автором все изменения в принадлежащем ему высказывании*, - ее общепринятым ориентиром пока не назовешь. Особенно часто она нарушается в телевизионных передачах - об этом говорят конфликтные ситуации, которые периодически приходится рассматривать Большому жюри Союза журналистов России. У таких нарушений бывают объективные причины (жесткий временной режим при сдаче материала, отсутствие привлеченного автора в зоне досягаемости и т.п.), но основная беда все-таки в том, что редакционные сотрудники не придают этому предписанию должного значения.

Нередко нарушается и норма, согласно которой журналист *должен стремиться сохранять своеобразие мысли и речи привлеченного автора*. Между тем соблюдение ее, когда речь идет об интерактивных текстах, принципиально важно: это позволяет полнее представить те преимущества, которые открывает для СМИ сотворчество журналистов с представителями аудитории.

**«Портреты» жанровых моделей этой группы
в сводной таблице**

Характеристики текста Жанровая модель	Предмет отображения	Функциональная предназначенность	Структура ЭВС	Организация ЭВС

Обзор писем	Опосредованный контакт с представителями аудитории, воспроизводящий <i>момент самоопределения общественного мнения.</i>	Стимулировать процесс самоопределения общественного мнения по обсуждаемой проблеме.	Смысловые единицы фактологического ряда представлены цитированием писем. Культурологический ряд задается журналистом.	Текст строится в соответствии с журналистской систематизацией писем.
Вопрос-ответ	Опосредованный контакт, воспроизводящий <i>решение прикладной конкретной задачи.</i>	Конкретное оперативное знание прикладного характера в соответствии с запросом.	Основную часть смысловых единиц составляют нормативы.	Текст состоит из двух частей, принадлежащих разным авторам.
Отчет	Непосредственный пассивный контакт, ориентированный на воспроизведение обмена суждениями.	Оперативное знание о процессе самоопределения общественного (группового) мнения по конкретным проблемам.	Два ярко выраженных слоя смысловых единиц: один отражает информационное взаимодействие участников обсуждения, второй воспроизводит позицию журналиста.	Композиция определяется двумя факторами: логикой обмена суждениями и логикой журналистского осмысления ситуации.
Лит. запись	Непосредственный неочевидный контакт для воспроизведения жизненной позиции <i>конкретной личности.</i>	Знание <i>о конкретной личности</i> , заслуживающей общественного внимания.	Фактологический и культурологический ряд ЭВ С отражают личностные особенности персонажа.	Построение текста определяется мотивацией высказывания.

Интер- вью	Непосредственный активный контакт - диалог, направленный на решение разных задач <i>через интервьюирование.</i>	Знание о контакте, открывающем <i>новые сведения</i> объективного или субъективного свойства.	Характер ЭВС определяется диалоговым единством вопрос-ответ	Построение текста задается жестким распределением ролей между участниками общения.
Беседа	Непосредственный активный контакт - диалог, направленный на решение разных задач <i>через обмен суждениями.</i>	Знание о контакте, раскрывающем <i>процесс появления новых смыслов.</i>	ЭВС текста отражают личностные особенности собеседников.	В организации текста отчетливо проявляются признаки драматургичности.
Блиц- опрос	Непосредственный или опосредованный активный контакт в форме полилога с последовательным включением респондентов.	Содействовать самоопределению общественного мнения, давая знание о содержании мнений индивидуальных.	Основные смысловые единицы – последовательно предъявляемые мнения.	Текст строится как цепочка ответов на один и тот же вопрос.
Круг- лый стол	Непосредственный активный контакт с приглашенными полилогами, направленный на обсуждение экспертами проблем и событий.	Содействовать самоопределению общественного мнения через оперативное знание о мнениях экспертного сообщества.	Основные смысловые единицы служат воспроизведению мнений участников и особенностей их взаимодействия.	В организации текста есть признаки драматургичности.

Ток-шоу	Непосредственный активный контакт шоумена с приглашенными лицами, включающий эмоциональный фон.	Содействие самоопределению общественного мнения и формированию ценностных ориентаций личности.	Помимо смысловых единиц, характерных для журналистики, используются ЭВС других родов творчества.	Присуща зрелищность, динамика, эмоциональная выразительность, характерные для искусства театра.
----------------	---	--	--	---

Литература:

- *Лазутина Г.В.* Основы творческой деятельности журналиста: Учеб. пособие для вузов. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 2003.
- *Ким М.Н.* Жанры современной журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.
- *Пронина Е.Е.* Психология журналистского творчества. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
- *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000.

М.Н. Катков – возможный редактор «Санкт-Петербургских ведомостей»

Перевалова Е.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Московского государственного университета печати им. Ивана Федорова.

В статье рассматривается возможность М.Н. Каткова стать в 1863 году редактором газеты Академии наук «Санкт-Петербургские ведомости» и тем самым оказать заметное влияние на общественное мнение. В пользу Каткова говорил более чем пятилетний успешный опыт издания журнала «Русский вестник», доверие президента Академии графа Д.Н. Блудова. Однако длительные колебания Каткова в связи с необходимостью переезда из Москвы в Петербург стали причиной того, что аренда «Санкт-Петербургских ведомостей» была передана В.Ф. Коршу.

Ключевые слова: «Санкт-Петербургские ведомости», Академия наук, редактор, аренда.

С 1863 года в двух крупнейших общественно-политических газетах России произошла смена издателя и редактора: «Московские ведомости» в результате торгов были сданы Московским университетом в аренду профессорам М.Н. Каткову и П.М. Леонтьеву и по существу из казенного издания превратились в частный орган, а Императорская Академия наук передала право на издание «Санкт-Петербургских ведомостей» В.Ф. Коршу. Для Каткова это уже был «второй приход» в «Московские ведомости»: в 1851-1855 гг. он уже редактировал эту газету, но тогда был лишь редактором «на жалованьи», однако успел заметно улучшить издание, тираж которого за эти годы вырос вдвое и достиг почти пятнадцати тысяч экземпляров. Теперь же Катков превращался в полновластного хозяина газеты. Кроме того, у Каткова к тому времени был уже солидный опыт редактирования «толстого» общественно-политического журнала: с 1856 г. вместе с профессором Московского университета П.М. Леонтьевым Катков являлся редактором-издателем журнала «Русский вестник», который сумел превратить в один из самых влиятельных печатных органов, отвечающий настроениям большей части либерально настроенной интеллигенции. Как редактор и публицист он доказал, каким влиянием может пользоваться вовремя и грамотно сказанное печатное слово. В «Русском вестнике» могли публиковаться острые материалы, которые современники сравнивали с выступлениями «лондонской книгопечатни», а «политиче-

ский перец», по образному выражению Л.Н. Толстого, петербургских изданий «никогда не сравнится по условиям цензуры с перцем московских журналов»¹.

И Катков, и Корш, возглавив редакции в период глобального реформирования всех сфер жизни российского общества и возрастающего интереса аудитории к общественно-политической тематике, быстро сумели превратить «Московские» и «Санкт-Петербургские ведомости» в руководящие политические органы, но каждая из газет заняла свою «нишу» в разнообразной и многоликой картине русской пореформенной печати. Издания Каткова и Корша по существу являлись конкурентами как с точки зрения экономической, так и с политической.

«Московские ведомости» с первых дней издания превратились в патриотический орган, отстаивающий политику верховной власти, что особенно наглядно проявилось в передовых статьях газеты, посвященных польскому восстанию 1863 года. «Санкт-Петербургские ведомости» при В.Ф. Корше сохраняли умеренно-либеральное направление, даже с оттенком «фронды», хотя и без претензий на радикализм, что было особенно заметно в фельетонах молодых сотрудников газеты – В.П. Буренина и А.С. Суворина.

Однако именно Катков, а не Корш, по мнению многих современников, мог стать в 1863 г. редактором и арендатором «Санкт-Петербургских ведомостей», и тогда судьба этой газеты сложилась бы совершенно иначе.

С 1837 г. в течение 25 лет «Санкт-Петербургские ведомости» выходили под редакцией переводчика, критика и цензора А.Н. Очкина. Сначала Очкин был редактором на жалованьи, а с 1847 г. получил газету в аренду, что, с одной стороны, было выгодно и Академии, которая получала за газету твердую плату вперед, и самому Очкину, доходы которого теперь зависели исключительно от его успехов и стараний. В 1840-е г. среди авторов газеты появились П.А. Вяземский, В.А. Жуковский, В.И. Даль, разнообразнее стал жанровый и тематический диапазон газеты: здесь стали печататься литературные очерки, рассказы, переводы из иностранной прессы, серьезные научные статьи, фельетоны. В.Г. Белинский так отзывался о газете в этот период: «Теперь «Санкт-Петербургские ведомости» так далеко оставили за собой все другие издания одного с ними рода, что сделали невозможным всякое сравнение между собою и ими. Нельзя надивиться довольно богатству и полноте внутренних известий в каждом номере...»². Тираж «Санкт-Петербургских ведомостей» в эти годы вырос до 4 тысяч экземпляров. Благонамеренный, «смирный, даже смиренный» Очкин, который

¹ Толстой Л.Н. Письмо Н.А. Некрасову. Январь 1857 г. Собрание сочинений: В 22 т. - М., 1978-1985. Т. 18. С. 506.

² Белинский В.Г. Современные заметки (Достоевский, Языков) // Современник. 1847. Т. 1. С. 179-192.

для газеты «сам был строже цензора»¹, вероятно, вполне устраивал Академию, но с 1850-х гг. он являлся редактором лишь номинально, доверив все дела в редакции приглашенному им в 1852 г. в качестве помощника А.А. Краевскому. В последние годы, когда разбитый параличом Очкин на несколько месяцев в году уезжал лечиться за границу, Краевский стал фактически редактором газеты, и благодаря его организаторскому таланту «Санкт-Петербургские ведомости» превратились в одно из самых осведомленных и популярных изданий. Их тираж постоянно рос и в начале 1860-х гг. уже превышал 9 тысяч экземпляров².

С точки зрения коммерческой «Санкт-Петербургские ведомости» представлялось очень выгодным для издателя предприятием. Согласно существующему на тот момент контракту между Очкиным и Академией, издатель вносил залог процентными бумагами на сумму 13.000 рублей и обязывался уплачивать ежегодно по полугодиям вперед такую же сумму постоянно определенного взноса за число подписчиков, не превышающее 5.000, а за каждого годового подписчика свыше этого числа платил Академии по рублю. Печаталась газета со всеми прибавлениями в академической типографии на счет издателя. Сбор за публикуемые в газете казенные объявления принадлежал Академии, но доход от частных объявлений и подписки являлся собственностью издателя. Контракт между Очкиным и Краевским носил характер частной сделки, он был заключен помимо Академии, которой не были известны его условия и которая никаких официальных отношений с Краевским не имела.

31 декабря 1862 года истекал контракт Академии с Очкиным, но уже задолго до истечения этого срока начались поиски нового редактора. О недовольстве Академии редакцией «Санкт-Петербургских ведомостей» и намерении приискать нового издателя и редактора Катков был извещен еще в осенью 1861 г. Н.Д. Ахшарумов, писатель, литературный критик, сотрудник «Русского вестника», сообщил Каткову из Петербурга, что Академия наук собирается передавать права на издание принадлежащих ей «Санкт-Петербургских ведомостей» частному лицу «на известных условиях, оставляющих контрагенту полную свободу во всем, что касается плана, формы издания, а также его существенного содержания и до того выгодных в денежном отношении»³. Зная Каткова, его амбициозность, стремление к независимости, его

¹ Веселовский К.С. Эпизод из истории С-Петербургских ведомостей // Русский Архив. 1893. Кн. 7. С. 391-392.

² Согласно данным, приведенным в письме Н.Д. Ахшарумова, в 1857 г. число подписчиков «Санкт-Петербургских» ведомостей составляло 7.264; в 1858 г. – 7.346; в 1859 г. – 8.595 и в 1860 г. – 9.205. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 23. Л. 166-168.

³ Ахшарумов Н.Д. Письмо М.Н. Каткову. СПб. 20 октября. Б.г. (1861) // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 23. Л. 166-168. Точность указанного года подтверждается тем, что в письме указан срок истечения контракта Академией с предыдущим арендатором А.Н. Очкиным – «в 1863 году, через 14 месяцев с небольшим».

смелость в освещении самых непростых тем Ахшарумов основной акцент в своем письме делает даже не на возможность коммерческого успеха «Санкт-Петербургских ведомостей» под редакцией Каткова, а на то, какой самостоятельностью и независимостью будет обладать он как редактор ежедневного печатного органа и какое влияние на аудиторию может иметь ежедневная газета под его руководством: «Несмотря на ужасное множество разного рода периодических изданий, у нас нет ни одной редакции и, следовательно, ни одного литературного кружка, имеющего какое-нибудь ясно определенное, постоянное направление. Все, что живет и движется в этом роде, или колеблется, как волна, или рассыпается, как песок. Но явись кто-нибудь во главе политической газеты с честным и сильным характером, большинство этой массы сгруппируется непременно вокруг него и составит одно органическое, здоровое целое. Нужно ли говорить, насколько выиграет от этого все наше русское общество вообще. Вы знаете, какое огромное влияние на него имеет литература и в особенности периодическая. Вы знаете тоже, какая масса невежества, фарисейства и шарлатанства вырабатывается у нас под видом здоровой пищи, и с какой алчностью все это пожирается и проглатывается. Против такого зла довольно ли выступать в месяц или в неделю раз и не удобнее ли иметь в полном своем распоряжении ежедневный орган печатного слова...»¹.

Тремя месяцами позже о том же самом Каткову писал Н.Ф. Щербина, талантливый поэт, постоянный автор «Русского вестника». Будучи хорошо знаком с редакционным кружком журнала, Н.Ф. Щербина очень высоко ценил талант Каткова как редактора и организатора, называл его «самым лучшим человеком в настоящее время в России и полезным гражданином для нашего общества и здорового его развития»².

В письме от 8 февраля 1862 г. он с восторгом пишет Каткову об открывающейся возможности стать редактором общественно-политической ежедневной газеты: «Эврика! эврика! Вам счастье богатства, а русской публике счастье здорового органического умственного развития и должного направления политического». Щербина в буквальном смысле диктует Каткову план действий: «Берите на себя издание «Петербургских ведомостей» с его девятью тысячами подписчиков и в то же время продолжайте «Русский вестник» (с 7 тысячами подписчиков). ... Типографию свою в Москве сдайте в аренду: теперь в типографиях страшно нуждаются. Возьмут нарасхват... есть большая потребность печати. А Павел Михайлович (Леонтьев – Е.П.) получит и здесь место профессора: ему еще в ноги поклонятся. Время будет: ведь Краевский издает же в одно и то же время и «Петербургские ведомо-

¹ Ахшарумов Н.Д. Письмо М.Н. Каткову. СПб. 20 октября. Б.г. (1861) // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 23. Л. 166-168.

² Щербина Н.Ф. Письмо Г.П. Данилевскому. 18 сентября 1858г. // ОР РНБ. Ф. 430. Архив Н.О. Лернер. Оп. 1. Ед. 78.

сти» и «Отечественные записки». А у вас дело пойдет гораздо лучше, тем более»¹.

Несомненно, Катков сам ощущал настоятельную потребность издавать ежедневный периодический орган. В 1855 г., еще только готовясь приступить к изданию собственного журнала, он предполагал выпустить в качестве приложения к журналу ежедневный «Листок» с сообщением текущих событий. На необходимость такого приложения, в котором «печатались бы правительственные постановления и распоряжения, известия о военных действиях и событиях в политическом мире, краткие заметки, литературные и городские новости», Катков настоятельно указывал в докладных записках, поданных в начале 1855 г. на имя министра народного просвещения А.С. Норова². Однако тогда Каткову не удалось получить разрешение на «Листок текущих известий» вследствие противодействия Правления Московского университета, которое увидело в «Листке» конкурента «Московским ведомостям».

Опыт убеждал Каткова, что толстый журнал, каким был «Русский вестник», вскоре уже не сможет в полном объеме удовлетворять все возрастающим потребностям публики в текущей информации, для этого требовалась ежедневная газета, способная более оперативно откликаться на все текущие события. В 1860 г. Катков вновь обратился в Главное управление цензуры с просьбой издавать политический отдел «Русского вестника» - «Современную летопись» - отдельным изданием два раза в неделю. Выпуск «Летописи» отдельным изданием был в результате разрешен, но просьба о более частой периодичности встретила решительный отказ цензурных органов. Издание «Летописи» дважды в неделю «по мнению Управления Цензуры ... придавало бы политическому отделу Русского вестника вид особенно политического журнала», - писал И.Д. Делянов³, к посредничеству которого прибегал Катков. Все последующие усилия Каткова испросить дозволения на более частый выпуск «Летописи» успехом не увенчались, даже несмотря на сочувствие и хлопоты министра народного просвещения Е.П. Ковалевского и членов Главного управления цензуры И.Д. Делянова и А.В. Никитенко. «Издание Летописи два раза в неделю было бы сопряжено с затруднениями, - объясняет Делянов в очередном письме, - Пришлось бы испрашивать на это разрешение чрез Комитет министров, а тут-то бездна препятствий. Разрешение Летописи еще и раз в неделю есть, некоторым образом, превышение власти со стороны

¹ Щербина Н.Ф. Письмо М.Н. Каткову. СПб. 8 февраля 1862 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 40. Ед.хр. 17.

² Катков М.Н. Докладная записка министру народного просвещения А.С. Норову // Русская старина. - 1897. Кн.12. С.572-573.

³ Делянов И.Д. Письмо М.Н. Каткову. 6 октября 1860 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 19. Л. 154-155.

Главного управления цензуры, потому что программа об издании книжек Вестника два раза в месяц утверждена Государем. Все-таки, в случае вопроса и нападения, отвернуться можно как-нибудь, тогда как и разрешение издавать Летопись и раз в неделю, при постоянных отказах в подобных разрешениях другим, при сопротивлении многих, очень многих против умножения политических журналов, было бы опасно. Правду сказать, что без сильного настояния со стороны Евграфа Петровича (Ковалевского – ЕП) и это бы не прошло. В письме его будет сказано, что издания политические должны быть заимствуемы из Journal de St-Peterbourg и т.п. на том основании, что это предписано для Санкт-Петербургских и Московских ведомостей. Впрочем, это общее правило, которое не мешает составлять политические обозрения по усмотрению редакторов»¹.

Все советовали Каткову согласиться на еженедельное издание «Летописи» и не настаивать, выждать более благоприятного момента. «Советовал бы вам согласиться, остальное придет непременно, только выждать некоторое время, - убеждал его А.В. Никитенко, - странны все эти затруднения, но что же вы будете делать. Бывают такие моменты, в которые Бог знает от чего и как самые простые вещи встречают препятствия непреодолимые: пройдет минута, и вы сами удивитесь, из чего так много хлопотали? Подождите же и вы»². В результате с 1861 года «Современная летопись» стала издаваться как еженедельное особое приложение к «Русскому вестнику», а в 1863-1871 гг. - как воскресное прибавление к «Московским ведомостям».

Издание одновременно и ежедневной газеты, и ежемесячного журнала представляло для Каткова очевидную выгоду и с коммерческой точки зрения: стоимость подписки на «Русский вестник» вместе с «Современной летописью» составляла 17 рублей в год, тогда как стоимость подписки только на одни «Санкт-Петербургские ведомости» могла составлять 16 рублей в год. «Сбросьте со своих плеч «Современную летопись», замените ее выгоднейшими «Петербургскими ведомостями», - советовал Каткову Щербина, - ведь «Современная летопись» стоит 5 рублей в год, а «Петербургские ведомости» 16 рублей, да еще с готовыми 9 тысячами подписчиков, да с ними «Русский вестник» с готовыми 7 тысячами подписчиков по 16 рублей за экземпляр. Это вместе за два издания (по 16 рублей за экземпляр) – вы получите 32 рубля за два издания, перенеся «Русский вестник» в Питер и заменив «Современную Летопись» «Петербургскими ведомостями»³. Несомненно, что Каткова

¹ Делянов И.Д. Письмо М.Н. Каткову. 13 ноября 1860 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 19. Л. 156-157. См. также письмо Делянова Каткову от 19 октября 1860 г. // Там же. Л. 155; письмо Делянова Каткову от 5 ноября 1860 г. // Там же. Л. 155-156.

² Никитенко А.В. Письмо М.Н. Каткову. 14 ноября 1860 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 23. Л. 141.

³ Щербина Н.Ф. Письмо М.Н. Каткову. СПб. 8 февраля 1862 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 40. Ед.хр. 17.

должна было заинтересовать возникающая возможность стать фактически хозяином на тот момент одной из самых читаемых ежедневных общественно-политических газет России, совместив это с редактированием «Русского вестника».

Выбор редактора из числа претендентов в основном зависел от графа Д.Н. Блудова, бывшего на тот момент председателем Государственного совета и Комитета министров и возглавлявшего Петербургскую академию наук. Д.Н. Блудов просил Академию подыскать достойного редактора, но при этом исключить из числа претендентов Краевского. Как свидетельствует секретарь Академии наук К.С. Веселовский, именно он обратил внимание графа Блудова на М.Н. Каткова, благодаря таланту которого «Московские ведомости» в 1850-е гг. были «лучшей большой политической газетой» и именно Каткову были обязаны своим превосходством и «выдающемся положением в русской тогдашней прессе»¹.

Однако на письмо секретаря Академии наук К.С. Веселовского, в котором тот от имени графа Блудова предлагал Каткову принять в свои руки издание «Санкт-Петербургских ведомостей», Катков не отвечал в течение шести (!) месяцев. Притом, что Веселовский, не будучи знаком с Катковым лично, но зная Каткова как человека амбициозного и знающего себе цену, постарался «не просто передать ему предложение, но вместе облечь его в такую форму и обставить такими аргументами, которые могли бы подействовать на решение принять предложение»².

Длительное молчание Каткова было расценено в Академии как отказ и нежелание перенести свою деятельность из Москвы в Петербург. Только после этого Академия обратилась к В.Ф. Коршу, причем одним из аргументов в пользу его кандидатуры послужило то обстоятельство, что в 1851-1855 гг. Корш был помощником Каткова по редакции «Московских ведомостей», вел в газете иностранный отдел, публиковал литературные рецензии и имел «немалое участие в трудах, доставивших этой газете ее выдающееся положение». После ухода Каткова с 1855 по 1862 гг. Корш возглавлял «Московские ведомости».

Корш сразу приехал из Москвы и согласился на предложение Академии, подав 23 января 1862 г. графу Блудову записку об условиях, на которых он соглашался принять на себя издание «Санкт-Петербургских ведомостей». Проект контракта с Коршем был утвержден графом Блудовым 28 апреля 1862 г. сроком на 6 лет с 1 января 1863 по 31 декабря 1868 г.

Катков опоздал буквально на несколько дней. Видимо, решение перенести издание «Русского вестника» из Москвы в Петербург требовало от Каткова очень длительных размышлений, взвешивания всех

¹ Веселовский К.С. Эпизод из истории С-Петербургских ведомостей // Русский Архив. 1893. Кн. 7. С. 396.

² Там же

аргументов «за» и «против»¹. Переезд в северную столицу потребовал бы изменений в укладе жизни не только самого Каткова и его многочисленной семьи, но и в жизни П.М. Леонтьева, давнего друга, соредактора и соиздателя, без участия которого Катков не мог представить свои издания. Кроме того, Катков всегда недолюбливал Петербург, его холодную чиновную атмосферу, его суетливый, шумный уклад жизни, предпочитая Петербургу радушную, патриархальную Москву, которая была для него воплощением чисто русского национального уклада и характера. «Париж и Лондон младенцы против Петербурга относительно развращенности», - так характеризовал Катков северную столицу в 1850-е гг.²

Столь же неприятен Каткову был и характер петербургской журналистики. По мнению, не раз высказывавшемуся в «Русском вестнике», в ее основе лежал дух цинизма, торгашества, спекуляции и балагурства, проявляющийся в неуважении к авторитетам, традициям, глумлении над всем и над всеми, неизбежным следствием чего стал «цинизм читающей публики, нетерпеливо ждущей сиюминутных результатов». И хотя в эти годы Катков, как правило, избегал открытой полемики с петербургскими изданиями, но тенденция явного противостояния московской и петербургской печати в его издании была намечена уже достаточно ясно³.

И все же после долгих колебаний и раздумий Катков принял решение всерьез включиться в борьбу за редакцию «Санкт-Петербургских ведомостей». Он написал письмо дочери графа Д.Н. Блудова Антонине Дмитриевне, с которой его связывали доверительные, дружеские отношения, с просьбой предупредить отца, что он имеет намерение быть в числе претендентов на место редактора «Санкт-Петербургских ведомостей». Вероятно, Катков был уверен в том, что граф Блудов благосклонно отнесется к его просьбе, так как именно помощи Блудова Катков ранее был обязан дозволению иметь в программе «Русского вестника» политический отдел, а в дальнейшем – уступкам со стороны цензуры.

Зная, что в Комитете министров вот-вот будет решаться вопрос о передаче «с будущего года «Санкт-Петербургских ведомостей» в другие руки» и уже «явилось несколько конкурентов», он просит А.Д. Блудову

¹ Об этом свидетельствует близко знавший Каткова и Леонтьева профессор Н.А. Любимов, сотрудник «Русского вестника», в 1863-1882 гг. – его редактор. См. *Любимов Н.А.* Михаил Никифорович Катков. По личным воспоминаниям // Русский вестник. 1888. Кн. 7. С. 46.

² *Бартенев П.И.* Из записной книжки «Русского архива» // Русский архив. 1912. Кн. 3. С. 448.

³ См., например: Заметки «Русского вестника» // Русский вестник. - 1856. Июнь. Кн. 1. Современная летопись. С. 214-219; *Лонгинов М.Н.* Сенковский - журналист и повествователь // Русский вестник. - 1859. Июль. Кн. 1. Современная летопись. С. 23-24; *Лонгинов М.Н.* Записки о жизни и сочинениях Н.А. Полевого // Русский вестник. - 1860. Июнь. Кн. 1. Современная летопись. С. 212-213; *Лонгинов М.Н.* Из современных записок. Белинский и его лже-ученики // Русский вестник. - 1861. Июнь.

как можно скорее передать его согласие графу и выражает надежду, что Академия не имеет никаких причин желать его устранения от участия в конкурсе. Катков убежден, что «не отстанет от конкурентов» и сможет предложить Академии более выгодные условия. «Времена наступают такие, что всякий приличный человек, способный действовать, должен заботиться о расширении круга своей деятельности, - заключает письмо Катков, - Я думаю, что ... будет прекрасно, если переселимся в Петербург и возьмем в руки такой замечательный в нашей журналистике орган как «Санкт-Петербургские Ведомости»⁴.

Вскоре после этого в мае 1862 г. Катков сам приехал в Петербург, надеясь на ходатайство со стороны А.Д. Блудовой и рекомендации самого графа Блудова. Однако Блудов уже не мог взять назад слово, данное Коршу, да и сам Катков, узнав о «далеко продвинувшихся» переговорах Академии с Коршем, по свидетельству Любимова, не пожелал «перебить ему дорогу»⁵. В качестве компенсации Блудов готов был предложить Каткову издавать от имени Академии ученый журнал в роде Парижского «*Journal des Savants*», предоставив все нужные для издания средства⁶. Вполне естественно, что подобная замена – получить вместо ежедневной общественно-политической газеты ученый академический журнал - вряд ли могла удовлетворить Каткова.

По удачному для Каткова стечению обстоятельств Совет Московского университета в мае 1862 г. постановил отдать издание газеты «Московские ведомости» и университетскую типографию в аренду. Желавшие принять участие в торгах должны были к 20 августа 1862 г. представить в Правление университета свои условия. Катков и Леонтьев приняли участие в торгах, длившихся почти месяц, и в условиях очень жесткой конкуренции смогли их выиграть, предложив университету наиболее выгодные для него условия аренды. Катков и Леонтьев ежегодно обязывались уплачивать университету 74 тысячи серебром, включая 12 тысяч за типографию, 35 тысяч за право издания «Московских ведомостей» и 27 тысяч за право печатать казенные объявления (с тем, чтобы сбор за казенные объявления поступал прямо в университет). Кроме того, арендаторы обязывались выплачивать в пользу Университетской канцелярии пять процентов от суммы всего сбора за казенные объявления (в вознаграждение за издержки взимания этого дохода). Также они обязаны были предоставлять университету 80 даровых экземпляров газеты ежегодно, что составляло 1.040 рублей в год, и обязывались безвозмездно печатать протоколы ученых

⁴ Катков М.Н. Письмо А.Д. Блудовой. Б.д. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 49. Ед. хр. 5.

⁵ Любимов Н.А. Михаил Никифорович Катков. По личным воспоминаниям // Русский вестник. 1888. Кн. 7. С. 46.

⁶ Веселовский К.С. Эпизод из истории С-Петербургских ведомостей // Русский Архив. 1893. Кн. 7. С. 397.

сообществ при университете, бланки, объявления и т.д.¹.

Для сравнения: «Санкт-Петербургские ведомости» были сданы В.Ф. Коршув аренду без торгов за арендную плату в 15 тысяч рублей.

Аренда «Московских ведомостей» на столь жестких условиях была, безусловно, рискованным шагом, но Катков и Леонтьев становились «полными хозяевами этого важного издания» и, как указывалось в объявлении «Об издании «Московских ведомостей» на 1863 год», «употребят все остающиеся в их распоряжении средства для того чтобы возвысить интерес и значение этой старой московской газеты»².

Благодаря своему таланту редактора и публициста, твердому и решительному характеру, издательскому чутью, пониманию потребностей читательской аудитории Катков сумел в течение очень короткого времени сделать свое издание одним из самых влиятельных и авторитетных не только в России, но и за рубежом.

Литература:

- *Ахшарумов Н.Д.* Письмо М.Н. Каткову. СПб. 20 октября. Б.г. (1861) // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 23. Л. 166-168.
- *Бартенев П.И.* Из записной книжки «Русского архива» // Русский архив. 1912. Кн. 3.
- *Белинский В.Г.* Современные заметки (Достоевский, Языков) // Современник. 1847. Т. 1.
- *Веселовский К.С.* Эпизод из истории С-Петербургский ведомостей // Русский Архив. 1893. Кн. 7.
- *Делянов И.Д.* Письма М.Н. Каткову // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 19. Л. 154-157.
- Заметки «Русского вестника» // Русский вестник. - 1856. Июнь. Кн. 1. Современная летопись.
- *Катков М.Н.* Докладная записка министру народного просвещения А.С. Норову // Русская старина. - 1897. Кн.12.
- *Катков М.Н.* Письмо А.Д. Блудовой. Б.д. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 49. Ед. хр. 5.
- *Лонгинов М.Н.* Сенковский - журналист и повествователь // Русский вестник. - 1859. Июль. Кн. 1. Современная летопись.
- *Лонгинов М.Н.* Записки о жизни и сочинениях Н.А. Полевого // Русский вестник. - 1860. Июнь. Кн. 1. Современная летопись.
- *Лонгинов М.Н.* Из современных записок. Белинский и его лжеученики // Русский вестник. - 1861. Июнь.
- *Любимов Н.А.* Михаил Никифорович Катков. По личным воспоминаниям // Русский вестник. 1888. Кн. 7.

¹ Московские ведомости. 30.01.1865. № 24.

² Об издании «Московских ведомостей» в 1863 году // Московские ведомости. 25.10.1862. № 232.

- *Никитенко А.В.* Письмо М.Н. Каткову. 14 ноября 1860 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 23. Л. 141.
- Об издании «Московских ведомостей» в 1863 году // Московские ведомости. 25.10.1862. № 232.
- *Толстой Л.Н.* Письмо Н.А. Некрасову. Январь 1857 г. Собрание сочинений: В 22 т. - М., 1978-1985. Т. 18.
- *Щербина Н.Ф.* Письмо Г.П. Данилевскому. 18 сентября 1858г. // ОР РНБ. Ф. 430. Архив Н.О. Лернер. Оп. 1. Ед. 78.
- *Щербина Н.Ф.* Письмо М.Н. Каткову. СПб. 8 февраля 1862 г. // НИОР РГБ. Ф. 120. К. 40. Ед.хр. 17.

К 100-летию журнала «Журналист»: Региональная журналистика: проблемы и тенденции

7–9 февраля на журфаке МГУ состоялась Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2013 году. Регионы в российском медиапространстве». В рамках конференции журнал «Журналист» провел круглый стол «Освещение региональной тематики на страницах первого профессионального издания», посвященный 100-летию журнала. Участники круглого стола обсудили тенденции развития профессионального рынка, поделились секретами «школы выживания» региональных СМИ, обменялись мнениями по проблемам взаимоотношения власти и СМИ, защиты журналистов.

Доктор философских наук, главный редактор журнала «Журналист. Социальные коммуникации» **Николай Михайлов** в своем выступлении обратился к истории и напомнил собравшимся, что 1 января 1914 года российская общественность получила новое периодическое издание, аналогов которому в то время не было ни в одной стране мира. Им стал «Журналист» - профессиональное издание для журналистов и о журналистах. Издавать его взялось Общество деятелей периодической печати и литературы (в то время писатели и журналисты в переписях населения обозначались как представители одной профессии). Члены этого Общества давно мечтали о своём профессиональном журнале. Председатель Общества, известный журналист Юлий Бунин (брат писателя И.А. Бунина) писал в первом номере «Журналиста»: «Представители всех других профессий уже имеют свои периодические органы: юристы, педагоги, фармацевты, зубные врачи, техники и т.д. Только одни писатели и журналисты до сих пор не обзавелись таким изданием, и едва ли в какой другой среде существует такая разобщённость, как в мире писателей и журналистов». Первым редактором двухнедельного профессионального органа печати стал приват-доцент Московского университета В.М. Фриче, будущий советский академик.

Выпуская журнал, редакция так заявила о целях своего издания: «Освещать экономическое положение журналистов в прошлом и настоящем, в столицах и в провинции, за границей и у нас, и тем содействовать как укреплению в журналистах чувства самосознания, так и сплочению их в крепкую профессиональную организацию». Таким образом, по замыслу издателей, журнал должен был не только просвещать своих читателей, но и помочь в создании «крепкой профессиональной организации» - сво-

его рода журналистского профсоюза.

По своим взглядам возглавляемый В.М. Фриче редакционный совет журнала имел ярко выраженную социал-демократическую направленность, и «Журналист» с первых номеров без колебаний встал на защиту «пролетариев умственного труда» - журналистов, которых безжалостно «эксплуатируют» владельцы изданий. «Трудно указать в настоящее время другую общественную группу, материальное и социальное положение которой было бы так шатко, так плохо обеспечено, - говорилось в программной статье редакции. - Необходимость напрягать свои нервы и свой мозг, чтобы поспеть за быстро текущими событиями дня, раньше или позже истощает самые крепкие силы. Прославленных журналистов, избалованных многотысячными окладами, часто выбрасывают, как использованную и ненужную вещь».

Защите «тружеников пера» посвящается большинство материалов журнала, публикуемых под рубриками «Печать о печати», «Хроника печати», «Взаимопомощь журналистов», «О судебных действиях против печати».

Одним из центральных разделов «Журналиста» становится раздел «Провинция» с подзаголовком «От наших корреспондентов». Актуальность и необходимость публикуемых в нем материалов для редакции несомненна. «Если нелегка доля столичных журналистов, то в провинции, в особенности в ее отрезанных от культуры глухих уголках, положение работников пера часто равносильно нужде и бесправию, которым нет конца», - констатирует издание. Обращаясь к своим читателям, журнал просит сообщать «об экономическом положении работников провинциальной печати», об их «правовом положении». Уже с первых номеров под пристальным вниманием редакции оказываются газетчики 33-х городов и губерний Российской империи. Под рубрикой «Репрессии и преследования» печатаются корреспонденции из Харькова и Саратова, Костромы и Кутаиси, Варшавы и Ярославля, Баку, Симферополя, Иркутска, Киева, Вильно и др. регионов. Журнал пишет о полицейских обысках в редакциях газет, о штрафах, арестах и увольнениях работников печати, о нищенских заработках журналистов. И неизменный вывод: «Материальная необеспеченность, неуверенность в завтрашнем дне, делают жизнь провинциального журналиста тяжелой и безотрадней».

К сожалению, начавшаяся Первая мировая война, цензурные преследования, финансовые трудности привели в 1915 году к закрытию журнала. Возродившись в 1920 году как «Красный журналист», издание потом сменит несколько названий («Большевистская печать», «Советская печать» и, наконец, снова «Журналист»), но при этом останется верным предназначению, заявленному столетие назад: быть журналом о журналистах и для журналистов, ориентируясь в первую очередь на региональную журналистику.

Заместитель главного редактора журнала «Журналист» **Любовь Петрова** подчеркнула, что современный «Журналист» ориентируется прежде всего на региональную журналистику, поскольку региональная пресса России сегодня - один из основных источников информации населения, рассказывающая людям о жизни своего края. Региональные СМИ – это сейчас и официальный источник местных новостей, и оперативный информационный канал. Местную прессу сегодня читает 63% населения. Именно поэтому «Журналист» уделяет большое внимание региональной тематике. Вместе с коллегами, известными медийными экспертами, журнал старается не только обозначить возникающие проблемы, но и помогает их решить.

Сегодня региональное издание является не только источником информации, но и коллективным организатором. Примером тому служат социальные проекты, о которых рассказывают на страницах «Журналиста» главные редакторы изданий, руководители регионов, чиновники.

Местные медиа, основой которых служат городские и районные газеты, в последние годы нередко переводят в вертикально интегрированные, холдинговые структуры с единым центром принятия решений. Во многих регионах стартовал процесс создания медиахолдингов государственных средств массовой информации (Новосибирская, Воронежская, Новгородская, Свердловская и др. области). Некогда юридически самостоятельные СМИ превращаются в структурные единицы, а их первые лица – в руководителей «филиалов». Простая, на первый взгляд, эта технология таит в себе сложности, и они – не только в географической удаленности и человеческом факторе. Так, например, в Новосибирской области, на первом этапе электронные и печатные СМИ объединяют в отдельные структуры; в последующем власть намерена создать управляющую компанию, которая будет координировать все медийные ресурсы правительства. В Новосибирской области сегодня выходят 32 районные и городские газеты, 2 областные и журнал «Сибирские огни»; их учредителем является региональное правительство. В ближайшее время все они войдут в структуру издательского дома «Советская Сибирь».

Директор департамента по печати и массовым коммуникациям Свердловской области **Дмитрий Федечкин** поделился своими соображениями о взаимоотношениях СМИ с властью. Вопрос не простой, и однозначный ответ на него не всегда находится. Где-то пресса встает в оппозицию к региональным властям. Этот не такой уж частый, но самый трудный случай. И от того, как складываются взаимоотношения с властью, напрямую зависит работа местных СМИ. Можно конфликтовать, видеть только негатив и постоянно об этом писать, можно изо всех сил угождать начальству, размещая на каждой полосе лицо первого человека в районе. Но более конструктивен третий путь: выстраивать деловые партнерские отношения, от которых выиграет и читатель, и редакция, и власть.

Главное для региональной прессы сегодня, подчеркнула **Любовь Петрова**, – это сохранить аудиторию, тиражи. А для этого необходимо работать с молодежной аудиторией, объективно говорить о том, что волнует читателей, уделять большое внимание работе с современными технологиями.

Развитие новых технологий, наступление Интернета вынуждают меняться и районную прессу. И, несмотря порой на отсутствие средств и специалистов, приходится создавать и развивать собственные сайты, устраивать презентаций наиболее интересных проектов, реализуемых изданием. Созданные сайты служат хорошим инструментом для работы с читателями и привлечения молодежной аудитории. В помощь региональным журналистам в «Журналисте» ведется раздел «Новые медиа», рубрики «Бюро консультаций», «Школа дизайна».

Сегодня практически все редакторы региональной прессы озабочены тем, как побудить журналистов работать не только на газетную полосу, но и на сайт. О том, как добиться такой «двухскоростной» журналистики силами небольшой редакции рассказал главный редактор газеты «Моё» **Владимир Мазенко** (г. Воронеж). На примере своего издания он показал, что при этом изменилась и роль читателя, который через блоги, комментарии, форумы становится не только потребителем, но и сам производит контент.

В газете «Родная земля», главный редактор **Валентина Кулакова**, – активно используют обратную связь: газета-сайт-газета. Темы обсуждаются в газете и на сайте. Но редакция не отказывается и от традиционных методов работы с читателями: проводятся круглые столы, прямые линии. Организована работа общественных приемных, где у читателей есть возможность получить ответы на наиболее волнующие вопросы. Подписчики газеты могут принять участие в акциях «Своя Россия», «Свой дом». Большой популярностью пользуются клубы «Найди свою судьбу», «Среди цветов», которые уже вышли за рамки издания.

По словам главного редактора газеты «Земля Ветлужская» **Нины Груздевой**, электронная рассылка и электронная подписка, созданные на сайте, дают возможность прочитать газету раньше даже, чем она появляется в продаже.

Региональная журналистика очень разная: чуть ли не в каждом субъекте РФ – собственный вариант информационной политики, - заметил в своем выступлении доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета **Владимир Тулупов**. Если говорить о рынке СМИ Воронежской области, то он достаточно наполнен и обращен к самым разным секторам целевой аудитории. При этом практически отсутствуют независимые общественно-политические СМИ, а те, что финансируются государством, не имеют политического веса. Тем не менее расходы на их содержание растут: из 381,1 млн. рублей в 2014 году 170,5 млн. пойдет на содержание районных газет и газеты «Молодой коммунар» с ин-

формсайтом, объединенных в холдинг РИА «Воронеж», и газеты «Воронежский курьер» с бесплатными приложениями – газетой «Семёрка» и журналом «Воронежский телеграф». 95,5 млн. рублей предусмотрено «ТНТ-Губернии», 16,6 млн. – на информирование населения о деятельности облдумы и, наконец, 98,5 млн. – на контракты информационного обслуживания, которые область заключает со СМИ, и прежде всего с телевидением.

Воронежская ассоциация альтернативных медиа выступила с предложением к правительству Воронежской области начать процесс избавления от государственных и муниципальных СМИ (например, путем их передачи трудовым коллективам) и выделять бюджетные средства для СМИ исключительно на конкурсной основе (например, через систему грантов). Сторонники такой позиции жестко оценивают сложившуюся ситуацию: «Региональные государственные СМИ – балласт. Они преуспели в стремлении угодить высокому начальству. Вина областной медиабюрократии в разведении приторного сиропа угодничества на страницах госгазет и электронных медиа очевидна и это дает совершенно обратный, негативный эффект для регионального лидера. Районные газеты модернизировали, но это касается в основном дизайна, контент же – из одного котла с пропагандистской кашей не лучшего приготовления. У «районок», несмотря на сложности с типографским оформлением, было своеобразие, местная специфика, на страницах данных изданий давали письма читателей, реализуя тем самым обратную связь. Теперь же районные газеты больше походят на семидесятилетних американских старушек, которым вставили новые зубы и сделали пластически операции. Причем они похожи друг на друга внешним видом и текстами почти как близнецы. Неестественно это все».

Некоторые редакторы местных СМИ считают включение местных газет в РИА «Воронеж» в виде филиалов благом – смягчилось давление на редакции со стороны глав администраций, которые прежде практически цензурировали выпуск перед подписанием в печать. Эксперты, изучившие медиарынок, сделали вывод, что без господдержки из местных СМИ выживут лишь одна-две газеты. «Сегодня информация – товар, а оптовый покупатель один – государство, которому многие хотят сбыть свою информацию... Видимо, необходимо менять в принципе систему выделения госсредств: скажем, доказал, что имеешь такое-то число реальных читателей, зрителей или просмотров в сети, – получи господдержку».

И в этом плане уже кое-что делается. Например, целевая программа Гильдии аналитических журналистов «Содействие развитию независимой журналистики в Воронежской области в 2014 году» получила грант, в рамках которого поддерживаются СМИ и журналисты, проповедующие качественную аналитическую журналистику. Среди соискателей – журналисты-фрилансеры, журналисты, представляющие СМИ, не имеющие прямого бюджетного финансирования, и сами СМИ, не

имеющие господдержки. При оценке публикаций материалов об общественных инициативах будут учитываться: важность, актуальность и острота описываемой социальной проблемы; региональная «привязка».

После предстоящей корректировки ФЗ «О средствах массовой информации» (в котором для публикации нормативных актов и официальных объявлений будет предусмотрено право государственного органа власти выступать учредителем или соучредителем любых СМИ, а не только печатных, как в настоящее время) нужда в локальных печатных СМИ с точки зрения публикации НПА пропадет. Но населению – объективно! – нужны не сайты, а редакции газеты как некие центры духовного объединения, не только нормативно-правовая, но и журналистская информация. К тому же на местах газеты являются наиболее востребованной местной информацией, поскольку Интернет и локальное телевидение еще не особенно развиты.

Недавно кто-то справедливо заметил, что качество работы «Почты России» и «Роспечати» входит в первую пятерку основных рисков для традиционных медиа.

Как читатель свидетельствую, - заметил **Владимир Тулупов**, - подписка бессмысленна, поскольку пресса приходит «скопом» (один раз в неделю) – при этом стоимость доставки продукта равняется стоимости самого продукта (а с апреля 2013 года «Почта России» еще и увеличила собственный преysкурant на 15 %). При этом она возвращает часть средств издателю только по окончании подписной кампании, т.е. два раза в год. Киоски закрываются, а те, что торгуют, отдают приоритет далеко не социальной прессе. А нет предложения – нет спроса.

В этих условиях следует приветствовать варианты бесплатного распространения прессы. Но чтобы тиражи не просто расходились, чтобы чтение той или иной газеты стало каждодневной и даже острой потребностью, чтобы на ее страницы пришел рекламодатель, должен быть разнообразный и глубокий контент, ориентированный не только и не столько на учредителей, сколько на аудиторию.

Уважаемые коллеги! Я напросилась на этот круглый стол с одной целью – рассказать нашим коллегам из регионов о новом образовательном проекте ГИПП «Школа выживания для издателя» и напомнить о том, что учиться право не грешно, - начала свое выступление исполнительный директор Гильдии издателей периодической печати (ГИПП) **Елена Шитикова**.

Модель потребления информации у поколения digital native меняется. Для того чтобы «оставаться на плаву», издательским домам и редакционным коллективам нужно следить за трендами и вовремя реагировать на меняющуюся ситуацию. Последнее, в свою очередь, влечет неизбежное изменение производственного алгоритма и повышение интенсивности работы для интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный жизнеспособный ры-

ночный ресурс.

Главное слово – рыночный. Поскольку, цитирую коллегу Валерия Выжutowича по статье в «Российской газете», между губернатором и «его» телекомпанией, газетой, радиостанцией давно определился свой тип отношений. Руководители администраций смотрят на подконтрольную прессу как на один из своих департаментов, а не как на институт гражданского общества; на журналистов – как на подручных, а не как на контролеров и критиков власти. Самое удивительное (или, напротив, уже закономерное), что представители местных СМИ на свое общественное предназначение смотрят примерно так же.

Но, судя по всему, скоро такому положению дел придет конец. Владимир Путин поручил руководителям регионов оптимизировать расходы на информационное освещение своей деятельности, а минфину обеспечить мониторинг этих расходов. По данным Общероссийского народного фронта (ОНФ), в 2014 году на работу со СМИ из региональных бюджетов будет потрачено более 33 миллиардов рублей.

Если этих денег на рынке СМИ не станет, то многим изданиям просто не выжить, если заранее не подготовиться к самостоятельному существованию. И последние остатки бюджетных заначек должны быть использованы для создания новых направлений заработка. Это актуально и для издательств, и для работников. И тем, и другим необходимо инвестировать в собственное образование, приобретение новых навыков и компетенций.

Анализ мониторингов и экспресс-опросов участников семинаров ГИПП показал, что потребность в совершенствовании профессиональных навыков особенно остро ощущается в регионах страны. Этот факт стал сигналом для Гильдии и еще одним аргументом в пользу идеи создания региональной сети ГИПП. Одними из первых представительства гильдии появились в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге.

Эти крупные города стали в определенном смысле образовательными центрами. Различные тематические семинары и тренинги в этих крупных российских городах проводятся в среднем два раза в месяц, их слушатели – сотрудники издательских домов от корреспондентов до топ-менеджеров и юристов.

Тематика проводимых семинаров соответствует запросам аудитории. Так, в «горячей тройке тем» долгое время находились «дизайн», «реклама», «редакторский портфель». Однако развитие отрасли и экономические условия диктуют новые темы для обсуждения. На сегодняшний день особый интерес издатели проявляют к цифровым технологиям, контенту и юридическим вопросам. В образовательном портфеле появились семинары, разработанные для юристов ИД, IT-специалистов.

Вопросы, поднимаемые на таких семинарах, учитываются при формировании деловой программы следующего Форума «Publishing Expo/Издательский бизнес». Однако многое там остается за кадром. Не все проблемы можно обсудить на площадке Форума. Дело в том, что боль-

шинство тем носят узкоспециальный характер и, что греха таить, не всегда понятны региональным коллегам. Но не ответить на их запросы мы не могли. Так появился образовательный проект ГИПП «Школа выживания для издателя».

Принцип, который лег в основу проекта, – от мировых тенденций к частным проблемам ИД. Тематика семинаров и даже даты их проведения перекликаются с деловым календарем Всемирных ассоциаций WAN-IFRA и FIPP. И это первая особенность проекта, вторая – его география. Площадки проведения семинаров перенесены в регионы. Так, в первом квартале 2014 года подобные мероприятия планируется провести в Саратове, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Подмосковье. Основное тематическое направление проекта – повышение степени защищенности «бумажного» продукта и адаптация (а не конкуренция!) его контента для цифровых возможностей.

Возвращаясь к непростым отношениям власти и СМИ в регионах. Мы понимаем, как тяжело работать в «зависимой редакции». Поэтому одним из первых разработали тренинг/мастер-класс для журналистов, составляющих тот или иной пул. Семинар «Сопровождение первых лиц» мы планируем проводить сначала среди журналистов Центрального федерального округа. Учтем особенности и будем предлагать остальным регионам уже стопроцентно эффективный продукт. Пока же планируем рассказать о том, что неизбежно подстерегает корреспондента пула от тропиков до Заполярья. Какой невинный журналистский жест может отправить под арест в далекой стране. Как правильно проходить досмотры, не нервируя сотрудников охраны, таможни и других служб. Без чего нельзя обойтись в командировке, а что брать категорически нельзя. Что поможет в нервной обстановке быстро обработать большой объем информации и не упустить главное. Где и как собрать необходимый бэкграунд перед поездкой с первым лицом. Как убедить редакцию, что именно вы передаете в центр «правильную» и сбалансированную информацию, а коллеги из других СМИ – порой склонны к преувеличениям и излишней сенсационности.

Мы пытаемся вместе решить непростую задачу, как найти компромисс между производителем и потребителем, между читателем и редакцией, как одновременно удовлетворить потребности двух сторон: чтобы аудитория могла иметь необходимое ему СМИ, а то, в свою очередь, весьма продуктивно существовало на региональном информационном рынке.

Разрабатывая тематику семинаров, тренингов и мастер-классов, мы опираемся на наши опросы, мониторинги. Получаем прямые заказы членов нашей Гильдии. По их результатам был разработан совершенно новый цикл тренингов, помогающий в создании так называемых «облачных редакций». Это довольно интересный и пока все еще новый формат редакций.

Вместе с нашими липецкими коллегами мы попробуем сконструировать

ровать такую редакцию. Участники этого семинара разберутся не просто в принципах создания подобной редакции и получат теоретические знания, но и обсудят конкретные вопросы по конкретно их ситуациям. Как раз сейчас мы принимаем заявки и составляем список таких вот прикладных вопросов.

В силу развития мультимедийных форматов, от журналистов будет требоваться одинаково качественно подавать и текст, и видео-, и аудиосопровождение материалов. Поскольку в одном лице практически невозможно совмещать хорошего видеооператора, звукорежиссера, дизайнера и талантливого писателя, большинство публикаций будут готовиться не одним автором, а коллективом авторов с разной специализацией. Затем редакторы будут сводить разноформатную информацию воедино.

Большие материалы за подписью одного автора почти исчезнут. Останутся авторские колонки от именитых обозревателей, звезд кино и музыки, политиков, политологов, шоуменов, писателей. Собственно, уже сейчас во многих редакциях материал готовится именно коллективом авторов разной «специализации». В связи с этим даже появилась новая должность – story builder – тот, кто отвечает за материал в целом, «редактор на час». На него возложены обязанности по организации команды, работающей над материалом, постановка задач, определение необходимых для материала форматов, прием от команды заданий. В некоторых отечественных изданиях есть близкая должность, называемая «продюсер материалов».

В ближайших планах у нас проведение семинаров-тренингов в Москве, Саратове, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Липецке. Тематика и направление этих тренингов различна. Также мы предлагаем и различный формат проведения этих образовательных мероприятий.

Но все это техника. Главное в издательской цепочке – все-таки люди, производящие контент, журналисты. И здесь задача вузов – заложить в начинающих журналистах прежде всего требовательность к себе, чувство ответственности за слово... А дальше – во всех делах наставник – практика. Ходить учатся ходьбой...

«Социальное проектирование – перспектива развития региональной прессы» – такова тема выступления начальника отдела периодической печати Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям **Светланы Дзюбинской**.

За последние 14 лет рынок региональной прессы получил серьезное развитие. Сегодня в России работает целый ряд успешных издательских домов, выпускающих качественные информационные продукты, количество которых порой исчисляется десятками. Среди них издательские дома: «Северная неделя», «Медиагруппа «Западная пресса», «Провинция», «Алтапресс», «Гранд Экспресс», «Свободная пресса», «Норд-пресс», «АБАК-пресс» и др. Вместе с тем, процент независи-

мых издателей по отношению к прессе, учредителями которой являются региональные властные структуры и органы местного самоуправления, по-прежнему невелик.

Частным издательским проектам сегодня живется непросто. В последние годы серьезной проблемой стало значительное сокращение киосков по продаже прессы. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Минкомсвязь России совместно с Ассоциацией распространителей печатной продукции и издательским сообществом много работали над решением этого вопроса. Результатом этой работы стало письмо заместителя министра промышленности и торговли Российской Федерации В.Л. Евтухова органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации (№ ЕВ-820/08 от 27.01.2014). В письме говорится, что в 2014 году Минпромторгом России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти и экспертным сообществом планируется подготовка изменений в Закон о торговле с целью введения единообразных правил для всех субъектов Российской Федерации, обеспечения стабильности прав и законных интересов хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, прежде всего субъектов малого и среднего предпринимательства, возможности устойчивого развития указанных субъектов, недопущения «передела» рынка, урегулирования правил размещения нестандартных торговых объектов, в частности, договорных отношений с органами власти.

Немалое напряжение в работу не только региональных СМИ, но и отрасли в целом, вносит отмена с 2015 года старой системы поддержки подписки путем субсидирования из федерального бюджета затрат ФГУП «Почта России» на прием и организацию подписки и доставки изданий до читателей в размере 3,2 млрд. рублей ежегодно. Благодаря этим субсидиям, с 2009 года удавалось сдерживать рост тарифов на доставку периодики. По данным ФГУП «Почта России» отмена субсидий может привести к повышению почтовых тарифов в 3 раза. Тарифы на подписную кампанию на II полугодие 2014 года до сих пор не доведены до издателей и подписных агентств. Промедление в решении этого вопроса может привести к срыву подписной кампании.

Агентство живо интересуется тем, что происходит с прессой в регионах. Несмотря на развитие новых технологий и носителей информации региональная и местная пресса является значимым информационным ресурсом. Читатели доверяют этим изданиям. Поэтому при формировании государственной информационной политики нельзя не учитывать интересы этого сегмента рынка.

Коллега из Воронежа, высказывал критические замечания по поводу создания в различных субъектах Российской Федерации медиахолдингов, объединяющих муниципальные СМИ. Чаще всего эти холдинги создаются под эгидой региональной власти и газеты, таким образом,

выходят из непосредственного подчинения главам муниципалитетов. Во многом это облегчает им жизнь, и они получают большую свободу в плане освещения работы местного самоуправления.

На мой взгляд, основная проблема при создании подобных холдингов - это навязывание идеи сверху. Если холдинг создается по принципу добровольного вхождения редакций в новую структуру - ничего страшного в этом нет. В противном случае - это просто смена одной афиши на другую и явное желание идеологического контроля за местными СМИ. У нас хороший закон о СМИ, и если учредители вне зависимости от их статуса будут следовать его положениям (статья 19), то журналист сможет эффективно работать как в холдинге, так и в редакции, имеющей статус самостоятельного юридического лица. Относительно однотипности верстки газет, вступивших в холдинги, могу сказать, что это вопрос менеджмента. Не во всех холдингах газеты верстает один человек, и не везде они становятся зеркальными копиями друг друга. При возникновении подобной практики редакторы сами должны поднимать эту проблему, ведь право голоса у них в любом случае остается, и свое понимание концепции издания должно быть. Главное в отстаивании своей позиции - выступление единым фронтом, как это сделали редакторы из Челябинской области. Никакой «дядя» из Москвы или из центра региона не решит проблему местных изданий, если они не смогут договориться друг с другом и выработать единую позицию.

Распечатать активно работает с региональными и местными изданиями в рамках программы государственной поддержки социально значимых проектов. В 2013 году региональные и местные СМИ составили более 50 % от общего количества получателей государственной поддержки. На мой взгляд, субсидирование на реализацию конкретного социально значимого проекта - это одна из эффективных форм государственной поддержки СМИ, имеющая перспективу развития в регионах. Это подталкивает журналистов к генерации новых идей, открытию специальных рубрик и приложений. А главное - результат такой поддержки всегда виден не только на страницах издания. Чаще всего, эти проекты выходят за рамки газетной полосы: редакции проводят акции, привлекают к реализации проекта общественные организации и рядовых граждан. Реализуя проект, редакция становится своеобразным центром общественной жизни.

Подводя итоги состоявшегося на «круглом столе» разговора, заместитель главного редактора журнала «Журналист» **Любовь Петрова** призвала участников к дальнейшему обсуждению поставленных проблем на страницах профессионального журнала, заложившего 100 лет назад традиции пристального освещения проблем региональной прессы.

Media Education ***Discussion. What and How Shall be Educated*** ***Future Journalists?***

V.V. Tulupov

What is the future of journalism education?

The article covers recent discussions devoted to journalism education in Russia, perspectives of university journalism education, competence-based and personality-based approaches as well as traditional and brand-new teaching tools.

Key words: *education, journalism, mass media, teaching tools.*

R.L. Iskhakov

Journalism Education Matrix

The author offers to apply matrix approach to analysis of historical path of journalism education in Ural. This approach is the base of the competence system of "threshold levels" of educating journalists. Modern media education is based on the idea of LLL (Life Long Learning) education commensurate with life length.

Key words: *education matrix, threshold levels, LLL, cluster.*

G.V. Yanovskaya

Journalism Education: a View through the Looking Glass

The article presents a spacious approach to the education problems, in particular, to the problems of journalism education. The author attempts to identify the deep causes of degradation of modern education as a system, multilevel, interrelated process. The author considers mechanisms locking intellectual development: social and cultural environment, self-centered definition of objectives and templating of thought.

Key words: *journalism education, social and cultural environment, self-centered definition of objectives and templating of thought.*

K.A. Zorin

Lack of Journalism Community's Will as One of the Problems
of Journalism Education

One of the main problems of modern journalism education is that the professional community backs out of dealing with the common problems of community and higher educational institutions: definition of clear mission of modern journalism, lack of strategic view of industry development and understanding of the mass media employees' qualification required in future, loss of occupational prestige. Higher

educational institutions cannot make a decision alone, but they enjoy more favorable conditions than mass media offices: they may face aggravating of the

Key words: *professional journalism education, mass media education, journalism*

V.V. Bakshin

Training of Journalists Moves Further and Further Away from Journalism
The author discusses the problems of creative educating of future journalists, attracting of practicing journalists to tutorage in higher educational institutions, technical equipment of faculties and chairs of journalism as well as availability of vocational subjects in the federal state educational standards for Journalism and Television.

Key words: *journalism, journalist, education, standard, creative speciality, technical equipment.*

L. P. Shesterkina

Experimental Specific Features of Educating Journalists in Conditions of University Mass Media Convergence
The article is dedicated to analysis of results of long-term experiment of professional training of journalists in the South Ural State University of Chelyabinsk under conditions of innovative operating model of journalist education taking into account mass media convergence process and performance of convergent journalism.

Key words: *journalism education, journalism, mass media, convergence, versatility.*

L. A. Kokhanova

Profession Rebranding is Needed
The article presents journalism as an industry at the stage of transformations caused by such changes in the society as values, technologies, social institutes. High school is reforming in accordance with these changes. Journalism education becomes a two-level education: Bachelor's program - Master's program. Such reformation requires profession rebranding in order to become one of the most popular occupations in the society.

Key words: *journalism, occupation, personnel training, curricula, project education, profession rebranding.*

V.V. Perevalov

Social Asynchrony and Problems of Journalism Education

The world has faced a paradoxical situation: journalism cannot keep pace with information processes in the society any more. The author offers a set of measures to eliminate this paradox: from development of long-term social problems matrix, so that the journalists will have a certain pool of on-topic materials at the time of problem occurrence, to amendment of curricula of modern journalists.

Key words: *social asynchrony, journalism 3.0; new media technologies.*

Theory and Practice of Modern Mass Media

G.V. Lazutina, S.S. Raspopova

Newsmaking in the Light of Concept and Functional Approach
to Genre Differentiation

This article presents newsmaking as a kind of journalism arts qualified to reflect obvious changes of reality. The author considers concept and functional characteristics of newsmaking, main genre models of news texts and techniques of working with such texts.

Key words: *newsmaking, concept and functional approach, genres.*

G.V. Lazutina, S.S. Raspopova

Interactive Journalism as a Special Genre Group

The article presents such terms as “interactive journalism” used for the first time to define a certain genre group. The author discusses the grounds defining in-group genre differentiation. The basis of presentation matter is defined by the contact nature.

Key words: *interactive journalism, genre group, differentiation.*

History of Journalism

E.V. Perevalova

M. N. Katkov – a potential editor of “Saints Petersburg Vedomosti”

The article discusses the opportunity of M.N. Katkov to become an editor of “Saint Petersburg Vedomosti” newspaper of the Academy of Sciences in 1863 and, therefore, to have a significant influence on public opinion. Over five-year successful experience of publishing of “Russky Vestnik” magazine and confidence of Earl D. N. Bludov, President of the Academy,

spoke well for M. N. Katkov. However, long-term hesitation of Katkov due to necessity to move from Moscow to Petersburg caused transfer of rent of "Saint Petersburg Vedomosti" to V. F. Korshu.

Key words: *"Saint Petersburg Vedomosti", Academy of Sciences, editor, rent.*

Scientific life

Regional Journalism: Problems and Tendencies
(Journalism Round Table Discussion Devoted to Centennium of the Magazine)

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС 77-44044
от 01.03.2011

Учредитель: ЗАО «ЭЖ МЕДИА»
Издатель: ИД «Журналист»
Председатель редакционного совета Мальцев Г.П.
Главный редактор Михайлов Н.Н.
Адрес редакции: 125190, Москва, ул. Черняховского, д. 16,
e-mail: journalist-vak@yandex.ru
Тел/факс: (499) 152-88-71, доб. 413, 421.

Издание подготовлено к печати
ООО ИД «Журналист».
Ответственный секретарь: Антоновская Ю.Н.
Оформление: Колышев Е.В.
Верстка, корректура: Антоновская Ю.Н.
Подписано в печать 26.02.2014
Формат 70x108/16
10,5 печатных листов
Тираж 300 экз.
Заказ № 12562
Отпечатано в ОАО «Подольская фабрика офсетной печати»
М.О., г. Подольск, Революционный п-т, 80/42
8 (4947) 69 97 22
При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

ISSN 2221-6073



9 772221 607771 >