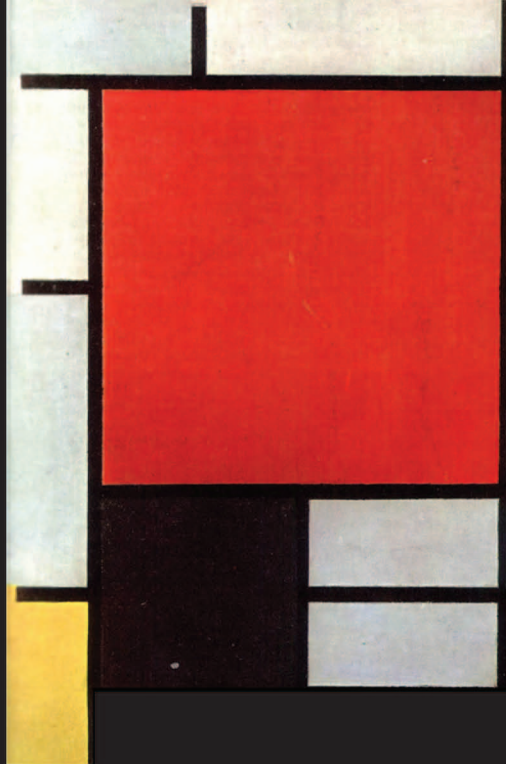




ЮНИТИ-ДАНА



Л.А. Коханова    А.А. Калмыков

# ОСНОВЫ теории журналистики



# Оглавление

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>СМИ о СМИ</b>                                                            | <b>3</b>  |
| <b>Введение. Культурная матрица журналистов</b>                             | <b>6</b>  |
| <b>Методический комментарий</b>                                             | <b>12</b> |
| <b>Часть I. Научные и философские основы<br/>исследования журналистики</b>  | <b>13</b> |
| <b>Облако тегов (список ключевых слов)</b>                                  | <b>14</b> |
| <b>Полилог первый. Социальная ответственность прессы</b>                    | <b>15</b> |
| <b>Глава 1. Проект информационного общества<br/>и журналистика</b>          | <b>21</b> |
| 1.1. Современные социально-культурные условия<br>журналистской деятельности | 22        |
| 1.2. Информационное общество                                                | 24        |
| 1.3. Свойства информационного общества                                      | 29        |
| 1.4. Способ информации                                                      | 32        |
| 1.5. Общество индустрии образов и знаний                                    | 34        |
| 1.6. Целевые установки журналистики                                         | 37        |
| <i>Интервью</i>                                                             | 38        |
| <b>Глава 2. Предметные области исследования<br/>журналистики</b>            | <b>43</b> |
| 2.1. Прагматическая коммуникация и журналистика                             | 44        |
| 2.2. Гиперреальность коммуникации                                           | 47        |
| 2.3. Психологические различия журналистики                                  | 48        |
| 2.4. Медиа — расширения человека                                            | 50        |
| 2.5. СМИ как система                                                        | 52        |
| 2.6. СМИ как предприятие                                                    | 54        |
| 2.7. Типологический и историко-типологический анализ                        | 58        |
| <i>Резюме</i>                                                               | 60        |
| <b>Глава 3. Гипертекстуальность журналистики</b>                            | <b>61</b> |
| 3.1. Коммуникация как возвращение целостности                               | 62        |
| 3.2. Определение гипертекста                                                | 64        |
| 3.3. Гипертекст как явление постмодерна. Джем-сейшн                         | 67        |
| 3.4. Система массовой коммуникации и эйкос                                  | 71        |
| 3.5. Гипертекстуальность журналистских текстов                              | 77        |
| <i>Интервью</i>                                                             | 82        |

|                                                                                       |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Глава 4. Теория коммуникации о журналистике</b>                                    | <b>85</b>  |
| 4.1. Поток коммуникативных действий                                                   | 87         |
| 4.2. Языковые игры                                                                    | 88         |
| 4.3. Ступечатая модель и спираль молчания                                             | 88         |
| 4.4. Система смысловой коммуникации. Аутопойесис.                                     | 89         |
| 4.5. Коммуникативное действие                                                         | 91         |
| 4.6. Перформативное высказывание                                                      | 92         |
| 4.7. Поля Бурдьё                                                                      | 93         |
| 4.8. Маршалл Маклюэн                                                                  | 95         |
| 4.9. Франкфуртская школа                                                              | 98         |
| 4.10. Интеракции Томпсона                                                             | 99         |
| 4.11. Культивационный анализ                                                          | 101        |
| 4.12. Нормативные теории                                                              | 102        |
| 4.13. Структурализм                                                                   | 104        |
| 4.14. Семиотика                                                                       | 107        |
| 4.15. Постмодернизм                                                                   | 111        |
| 4.16. Отечественная школа философии языка                                             | 113        |
| <i>Резюме</i>                                                                         | 115        |
| <i>Интервью</i>                                                                       | 116        |
| <b>Часть II. Грани профессии</b>                                                      | <b>123</b> |
| <b>Облако тегов (список ключевых слов)</b>                                            | <b>124</b> |
| <b>Полилог второй. Свобода и творчество профессии</b>                                 | <b>125</b> |
| <b>Глава 5. Журналист — историк современности</b>                                     | <b>131</b> |
| 5.1. История современности                                                            | 131        |
| 5.2. Социальность 2 точка 0                                                           | 140        |
| <i>Интервью</i>                                                                       | 149        |
| <b>Глава 6. Профессиографические параметры журнализма</b>                             | <b>153</b> |
| 6.1. Образ профессиональной деятельности                                              | 153        |
| 6.2. Профессиография журналистики                                                     | 159        |
| 6.3. Наследование мастерства                                                          | 163        |
| 6.4. Технологические корни журнализма и структурные составляющие профессии журналиста | 174        |
| 6.5. Периодизация становления профессии                                               | 178        |
| 6.6. Модель специалиста                                                               | 181        |
| 6.7. Характеристика детерминант профессии журналиста                                  | 188        |
| <i>Интервью</i>                                                                       | 209        |
| <b>Глава 7. Категория свободы в деятельности журналиста</b>                           | <b>212</b> |
| 7.1. Коммуникативные войны                                                            | 212        |
| 7.2. Дискурс свободы                                                                  | 215        |
| 7.3. Экранная реальность                                                              | 224        |

|                                                                                              |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.4. Свобода СМИ                                                                             | 226        |
| 7.5. Тема повестки дня «Свобода слова»                                                       | 230        |
| 7.6. Свобода доступа к информации. Гласность                                                 | 247        |
| 7.7. Право на защиту информации и ее конфиденциальность                                      | 255        |
| 7.8. Право на добросовестность информации                                                    | 258        |
| 7.9. Свобода слова: четырехкомпонентная модель                                               | 264        |
| <i>Интервью</i>                                                                              | 268        |
| <b>Глава 8. Феномен творчества в журналистике</b>                                            | <b>271</b> |
| 8.1. Феномен творчества                                                                      | 274        |
| 8.2. Образообразующая сила журналистского творчества                                         | 279        |
| 8.3. Этика журналистского творчества                                                         | 286        |
| <i>Интервью</i>                                                                              | 290        |
| <b>Глава 9. Будущее профессии —<br/>транспрофессионализм</b>                                 | <b>293</b> |
| 9.1. От газетчика к медиасреде                                                               | 293        |
| 9.2. Понятие транспрофессионализма                                                           | 296        |
| 9.3. Медиаобразование: между массовым и элитарным                                            | 299        |
| 9.4. Транспрофессионализм — управление знаниями                                              | 305        |
| 9.5. Управление знаниями и информационные технологии                                         | 310        |
| 9.6. Общериторическая подготовка — первая ступень<br>транспрофессии                          | 317        |
| 9.7. Медиаменеджмент — специализация настоящего<br>и будущего                                | 323        |
| 9.8. От стандартизации СМИ к сертификации журналистов                                        | 329        |
| <i>Интервью</i>                                                                              | 337        |
| <b>Часть III. Образование журналиста<br/>и практика жизни</b>                                | <b>343</b> |
| <b>Облако тегов (список ключевых слов)</b>                                                   | <b>344</b> |
| <b>Полилог третий. Профессия открытых дверей<br/>и возможностей. Только учись. Всю жизнь</b> | <b>345</b> |
| <b>Глава 10. Кого и как учить журналистике —<br/>непрерывное журналистское образование</b>   | <b>350</b> |
| 10.1. Школы журналистики                                                                     | 350        |
| 10.2. С перспективой на будущее                                                              | 357        |
| 10.3. Журналистское образование как система                                                  | 366        |
| <i>Резюме</i>                                                                                | 374        |
| <i>Интервью</i>                                                                              | 375        |

|                                                                                                     |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Глава 11. Чему и каким образом учить журналистов</b>                                             | <b>378</b> |
| 11.1. Вариативность подходов                                                                        | 378        |
| 11.2. Концептуальный выбор в образовании                                                            | 379        |
| 11.3. Предпочтения российского журналистского образования                                           | 384        |
| 11.4. На чем зиждется концепция                                                                     | 387        |
| 11.5. Профессионально-практический (инструментальный) фактор построения преподавания журналистики   | 393        |
| 11.6. Системность в журналистском образовании                                                       | 399        |
| 11.7. Доступное, открытое, в течение всей жизни непрерывное журналистское образование               | 410        |
| <b>Глава 12. Структура непрерывного журналистского образования</b>                                  | <b>415</b> |
| 12.1. Конструкция и действие элементов системы НЖО                                                  | 415        |
| 12.2. Медиаобразование                                                                              | 420        |
| 12.3. Высшая школа                                                                                  | 427        |
| 12.4. Послевузовское образование                                                                    | 437        |
| <i>Интервью</i>                                                                                     | 443        |
| <b>Глава 13. Уровни и формы обучения в журналистике</b>                                             | <b>447</b> |
| 13.1. Стандарты в журналистском образовании                                                         | 447        |
| 13.2. Уровни образования                                                                            | 450        |
| 13.3. Знаниевые стандарты                                                                           | 457        |
| 13.4. Формы обучения                                                                                | 464        |
| 13.5. Специфика заочной формы                                                                       | 470        |
| 13.6. Дистанционное образование — шаг в будущее                                                     | 472        |
| 13.7. Технология дистанционного образования: методы и приемы                                        | 476        |
| <i>Резюме</i>                                                                                       | 478        |
| <b>Глава 14. Обучение в действии</b>                                                                | <b>480</b> |
| 14.1. Маркетинговый подход                                                                          | 480        |
| 14.2. Принимающая сторона — индустрия СМИ                                                           | 487        |
| 14.3. Повышение квалификации — содружество с индустрией СМИ                                         | 494        |
| 14.4. Журналистские организации и профессиональные сообщества — концепция практической журналистики | 500        |
| 14.5. Политика приоритетов                                                                          | 511        |
| 14.6. Концепции практической журналистики                                                           | 513        |
| <i>Интервью</i>                                                                                     | 515        |
| <b>Вместо заключения. Web 2.0 как предчувствие</b>                                                  | <b>519</b> |
| <b>Библиографический список</b>                                                                     | <b>527</b> |

# СМИ о СМИ

Сегодня журналистское образование приобретает особое значение. Бурно развиваются все средства массовой информации: телевидение, радио, печать, Интернет, сотовая журналистика. И, конечно, все это требует очень серьезной подготовки журналистских кадров.

Журналистика изменилась. Сегодня она действует уже в глобальной информационной среде. И вместе с тем в среде универсальной, где печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная связь переплетены своей цифровой основой.

Все в цифре. Поэтому вся информация быстро и легко приходит к аудитории. Ей доступны разные виды журналистики. Да и сам журналист, работающий в той или иной сфере, не может уже ограничиться только газетой, радио или журналом. Он должен уметь работать во всех областях.

И здесь очень важно подготовить универсального журналиста, обучив его основным принципам журналистской деятельности, связанной, разумеется, с каналом, на котором работает журналист: печатными СМИ, радио, телевидением, Интернетом и т.д.

Но у них есть общее: основные принципы журналистики. В этом учебном пособии предпринимается попытка представить современное состояние журналистики и методы ее функционирования на основе анализа учебников, учебных пособий и разработок, которые сделаны на факультете журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова и в других центрах журналистского образования.

Ее цель — помочь и начинающим, и опытным журналистам получить новейшие представления о том, какой должна быть и какой является журналистика. Книга предполагает рассмотрение следующих главных вопросов: гносеологического и эпистемологического (как изучать журналистику), праксиологического (что представляет собой журналистская практика), аксиологического и антропологического (кто занимается журналистикой, какую имеет профессиональную подготовку, какие ценностные и нравственные установки исповедует).

Очевидно, можно говорить об одном из первых учебно-методических пособий такого типа, представляющих собой антологию учебных материалов и одновременно предлагающих самостоятельный анализ тенденций, происходящих в медиапространстве. Такой подход позволяет преподавателю дать студентам необходимый материал, представляющий журналистику более объемно, наглядно и понятно.

Большое место отводится в книге научным и философским основам журналистики: информационному обществу, предметным областям исследования журналистики, гипертекстуальности журналистики, онтологии коммуникации как социально-антропологической проблеме, профессиографическим параметрам журнализма.

Общеизвестно, что сегодня есть четыре теории прессы, по которым она развивается в мире. Но журналистика сегодня больше, чем только теории самих средств массовой информации. Она вбирает в себя все достижения мировой мысли, теории, осмыслившие бытие человека, так как предмет ее изучения — человек во всех ипостасях.

Поэтому авторы посчитали возможным обратиться к тем теориям разных наук, которые позволяют журналистам лучше изучать своих героев, ставить диагноз общественной жизни. В этом вижу одно из достоинств книги.

В учебном пособии дан анализ отрывков и извлечений из материалов известных ученых — философов, психологов, культурологов и др. Таким образом удалось представить генезис журналистской профессии. Это даст лучшее понимание журналистской деятельности и поможет ответить на вопрос, что представляет журналистская профессия в современной цивилизации и культуре и каково ее значение в изменяющемся мире. А значит, каков социальный статус журналиста сегодня.

Важно, что эта работа рассматривает современное состояние профессии, проект и перспективы ее развития. Книга содержит множество цитат из работ самых разных авторов с подробными комментариями, мнений о современном журналистов-практиков, интервью у которых брали студенты, аспиранты и даже абитуриенты в процессе обучения, что также делает работу оригинальной и в то же время демонстрирует высокий уровень подготовки студентов.

Отраженные в комментариях взгляды и позиции работающих журналистов позволяют увидеть, что это результат непрерывного образования и культуры тех, кто пришел в профессию и верен ей. Поэтому так важно его постоянно повышать, постоянно обращаться к истории и философии, футурологии и работам по праву. В связи с этим, на мой взгляд, и начинающим, и уже работающим журналистам будут интересны и полезны главы, посвященные феномену творчества, образующей силе журналистской деятельности, атрибутам образа. В них делается попытка осмыслить сегодняшнее состояние журналистики с позиций истории философской мысли. Например, Н.О. Лосский в конце XIX — начале XX в. классифицировал журналистику на трансрациональную, рациональную и иррациональную, и авторы книги доказывают, что эта классификация вполне соответствует современному пониманию профессии.

Сегодня есть журналистика, которая выполняет сверхцели, выходящие за пределы сиюминутных задач, есть журналистика, которая анализирует то, что происходит сейчас, рационально анализирует, т.е. идет от разума, размышляет, доводит смысл тех или иных событий до аудитории. Есть журналистика, которая эксплуатирует иррациональный компонент человека. Яркий пример журналистики такого рода желтые и порнографические издания.

Эти виды журналистики рассмотрены в книге, в которую, к сожалению, не смог войти весь собранный иллюстративный материал — тексты, написанные журналистами самых разных газет и журналов из всех регионов страны. Они подтверждение того, что каждому из этих видов присущи свои принципы творчества, способы создания тех или иных журналистских продуктов.

Первый вид, так как он трансрациональный, требует определенного духовного выражения. Это высшая форма проявления человека. Рациональный предполагает умение логически мыслить. А иррациональная журналистика — это отражение эмоционального состояния человека.

Все это очень важно сегодня, так как требует понимания человеческой природы как самого журналиста, так и читательской аудитории. Важно потому, что параллельно журналистике интенсивно развиваются такие информационно-коммуникативные системы, как связи с общественностью, или PR, и реклама. Например, Макдоналдс, Кока-кола или Пепси-кола имеют в своем арсенале наработанные десятилетиями методы и приемы, которые сегодня приходят и в журналистику. Уже появляются в СМИ журналистские материалы, в которых используются приемы манипулирования.

Очевидно, современный журналист должен знать, что это такое, каковы последствия воздействия таких материалов, и отвечать за свои действия. Но это возможно только при условии, если журналиста этому научить. Вот еще одна цель учебного пособия.

Важно понять, что высшие достижения журналистов отмечены талантом творчества. Это всегда составляло славу и гордость российской журналистики. В отличие от литературы и поэзии, творческий подход в журналистике сводится не только к созданию текста и к его представлению но и к получению информации для текста.

Другими словами, вся журналистская деятельность есть творчество. И этим она привлекает.

*Я.Н. Засурский,  
профессор, Президент факультета журналистики МГУ  
имени М.В. Ломоносова*

# Введение

## Культурная матрица журналистов

Пожалуй, ни одна сфера деятельности так стремительно не меняется, как журналистика. Массовый приход компьютерных технологий, Интернета, а затем и «цифры», безусловно, сказывается на ее конечном продукте, будь то газета, глянецовый журнал, теле- или радиопередача.

Но на каком бы носителе журналистский продукт ни предлагался аудитории, неизменной остается его основа — информация. Она может быть в виде голого или прокомментированного факта, аналитической статьи, публицистики, очерка. Она может быть качественной и «пожелтевшей», как того хочет определенная часть аудитории.

Но она была, есть и будет. Ее нужно добывать, оформлять в текст, который затем тиражируется печатными и электронными средствами массовой информации.

В этом парадокс журналистской профессии, будто сотканной из одних противоречий: быть востребованной аудиторией и принятой властью, уметь создавать коллективный продукт и отстаивать свое право на творчество, четко выполнять сиюминутные требования регламентированного производства и смотреть в будущее, предсказывая его.

Журналист постоянно делает выбор. Осознанный или неосознанный. Поэтому ему суждено постоянно учиться.

Многие начинают осваивать это ремесло, со временем превращая его в искусство, уже со школьной скамьи, потом вузовской. Практические знания и умения получают в процессе профессиональной деятельности и повседневной жизни. Другие сразу приходят в профессию, и учеба — это параллельный этап в их профессиональной карьере.

Но какая бы форма обучения ни была выбрана, она требует программы, учебно-методической литературы, пособия для самостоятельной работы и конспектов вузовских лекций. И всегда для тех, кто приходит в профессию, неизменно остается курс «Основы теории журналистики».

Именно этот курс и является фундаментом данного учебного пособия.

Оно основано на базовых положениях концепции журналистского образования и в то же время вбирает в себя реальный опыт медиапрофессии, который нарабатывается в современных условиях расширения и слияния информационно-коммуникативного пространства.

Структура и тематика книги соответствуют программе данного курса. Состоит учебное пособие из трех блоков, или частей.

*Первая часть «Научные и философские основы исследования журналистики»* рассматривает современные научные и философские подходы к изучению такого явления, как журналистика, понимаемого в качестве одного из основных видов социально-коммуникативной практики.

*Вторая часть «Грани профессии»* рассказывает о базовых детерминантах журналистской деятельности, т.е. о тех условиях деятельности журналиста, которые позволяют ему быть успешным в профессии: личной свободы журналиста, способности творить, праве на защиту информации и ее конфиденциальность. Чтобы это реализовать, ему необходимо учиться.

Поэтому *третья часть «Образование журналиста и практика жизни»* посвящена журналистскому образованию, которое по сути становится непрерывным и отвечает предстоящим изменениям в системе медиаобразования, которые вызваны бурным развитием отрасли, технологическими изменениями, произошедшими в ней в последнее десятилетие. Здесь речь идет об уровнях и формах обучения журналистики, которые уже зарекомендовали себя в российской практике. И о той роли, которую практика играет в обучении.

Думается, что будущее профессии — в транспрофессионализме, в чем убеждают нас интервью с журналистами, которыми заканчиваются главы. Их брали абитуриенты, студенты и аспиранты в рамках подготовки данного учебного пособия у профессионалов, как у тех, которые посвятили журналистике не один год и даже не одно десятилетие, так и у тех, чей путь в профессии только начинается, но уже отмечен яркими успехами. Их с полным основанием можно назвать лицом отечественных медиа. И хотя это учебные работы, но они позволяют судить и об уровне подготовки будущих журналистов и о состоянии журналистского сообщества в стране.

Это начало большого исследования «Лицо российской журналистики», задуманного в рамках учебного курса по журналистскому мастерству, которое уже реализуется на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова и на кафедре журналистики Черноморского филиала МГУ в Севастополе. Цель курса в корне изменить методику обучения: смысл которого не заучивать, а *делать практически*. В таком случае мозг работает в качестве творца, а не складского помещения, набиваемого всякого рода информацией.

Нередко наша система обучения принуждает студентов учить лекционный или семинарский материал и исправно отчитываться. Намерение человека направлено не на получение знаний, а на то, чтобы правильно отчитаться. Полученные таким образом знания порой оказываются бесполезными, так как непродолжительное время находятся в памяти сдающего сессию студента и очень быстро приходят в негодность — забываются.

Есть у этого метода и другая задача: не отчитываться, а *научить других*. Да, именно так. Студент, который начинает общаться с профессиональным журналистом, постигая вместе с ним, что же представляет собой профессия журналиста, быстрее находит в ней себя и своего учителя. Они совместно обучаются.

В данном случае речь идет не о практике, которая обязательна для всех обучающихся профессии в вузе, а о совместно выполняемой работе. И в этом новация данной работы, так как собранные вместе в данном учебном пособии интервью позволяют студенту самому увидеть, в каком направлении развивается профессия, какие перспективы в ее развитии, как они определяют судьбу сегодняшнего студента и даже абитуриента.

В перспективе авторы планируют обширный иллюстративный материал, который не вошел в книгу, представить на компакт-диске. Это будет хорошим методическим пособием, расширяющим рамки данной книги.

Но новация данной работы еще и в том, что она построена по принципу гипертекста. Авторы посчитали невозможным для себя переписывать те главы и параграфы, которые представлены в работах, ставших классическими в журналистской науке, но которые необходимы в рамках данного курса. Поэтому на них делается ссылка. Студент может взять эти книги в библиотеке, найти в Интернете или, наконец, приобрести в личное пользование.

Такая организация материала позволяет зафиксировать изменения, происходящие сегодня непосредственно со знанием. Журналистское в этом ряду — не исключение. Знание приобретает изначально другую форму. Оно подобно лаве, которую выбрасывает ежедневно вулкан жизни. Что-то остается лежать в виде застывшей массы, а что-то сразу востребуется обществом.

Прерогатива университета — обучать, создавая при этом новое знание, и сразу вводить его в учебный процесс. Данное пособие ориентировано на последние новейшие исследования в области массовой информации и коммуникации, расширяющие наши представления о журналистике в контексте общего поля медиа. И не только средств массовой информации, деятельность которых изучена и проанализирована и, как следствие, представлена четырьмя общепризнанными теориями их функционирования.

Мы исходим из того, что журналист по своим функциональным обязанностям просто обязан видеть мир несколько иначе, под другим углом зрения, чем видят его другие люди, а главное — уметь принимать решение в быстро изменяющейся ситуации.

И чтобы решение было взвешенным и единственно верным, журналист не имеет права ограничивать себя только изучением теорий прессы. Он просто обязан знать много больше, чем рядовые сограждане. Нынешний Президент факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, возглавлявший его на протяжении сорока двух лет, Ясен Николаевич Засурский на своей первой лекции обычно рекомендует первокурсникам как можно больше читать. Позже просто будет некогда знакомиться с произведениями русской и зарубежной классики, современной литературой и философией, новыми литературными и философскими течениями. Зато как это гуманитарное знание пригодится в трудных ситуациях, как поможет избежать ошибок и разочарований в профессии.

Причем речь идет не только о литературе или философии, но и о психологии, социологии, экономике, т.е. обо всем спектре гуманитарных наук, которые входят в этот диапазон. Эти знания развивают его умственный кругозор, способствуют развитию таких необходимых качеств, как повышенное чувство профессиональной и социальной ответственности.

Чем образованнее человек, тем больше он стремится к объективному отображению мира, хотя, естественно, элемент субъективности присутствует в журналистском творчестве всегда. Потому оно и называется творчеством. Но творчество, не подкрепленное объективным знанием, в нашей профессии оказывается примитивным. Поэтому в данной книге рассматриваются теории, позволяющие изучать человека, понять мотивацию его поступков, познать, как формируется его мировоззрение и мировосприятие. Без этого знания начинающему журналисту трудно состояться в профессии.

И наоборот, зная, чем дышит каждая наука, изучающая человека как социальный феномен, и студенту, и уже работающему журналисту проще будет справиться с любой, даже очень трудной стоящей перед ним задачей.

Надеемся, что знакомство с представленными теоретическими работками смежных наук поможет журналисту развить свой интеллект, стать компетентнее, приобретение знаний сделать одной из своих приоритетных задач. Эти качества крайне важны для формирования высокопрофессионального журналиста.

Ведь журналист не может не быть любопытным. Но его профессиональное любопытство совсем иного рода, чем бытовое. Оно основано на стремлении знать как можно больше, собирать и отбирать информацию впрок. Сегодня она ему вроде и не нужна, но обязательно пригодится в самый неожиданный момент. Какие-то сведения всплывут в памяти, помогая осмыслить тот или иной конкретный факт, выстраивая ассоциативный ряд, столь необходимый при создании газетного или журнального материала, телевизионной или радиопередачи. Не будь у журнального таких знаниевых запасов, расширяющих пределы наук, ему не на что опереться, нечем подкрепить мысль, трудно найти подтверждение, провести аналогию.

Анализируя опыт работы многих журналистов на протяжении нескольких лет, видишь, что те, которые состоялись как профессионалы, всегда стремились к достижению максимальной компетенции в той тематике, которую они считали своей, будь то космос или биология, медицина или спорт. Знания и только знания, почерпнутые из той или иной науки — вот их жизненное кредо. Для приобретения этих знаний они никогда не жалели ни сил, ни времени. Они делали уникальные картотеки, создавали немыслимые журналистские архивы, которым начинающий журналист может лишь позавидовать.

Порой он и завидует, а чаще еще и не думает о том, сколь это нужно. Как результат, сегодня нередки в прессе, на радио и телевидении примеры статей, теле- и радиопередач, которые явно готовил малообра-

зованный человек. И к сожалению, как показывает практика, вряд ли он станет хорошим журналистом, если не займется своим образованием и самообразованием. Его знания и способность к анализу останутся на бытовом уровне, который, конечно же, не устроит думающего читателя, зрителя, слушателя. Даже неподготовленная аудитория предпочитает умного, мыслящего нестандартно журналиста, чьи точные суждения она воспринимает с интересом и пониманием.

Что касается самого журналиста, то, расширяя свои научные представления, развивая свой интеллект, он овладевает новыми гранями профессионального мастерства. Процесс познания мира и человека — это интереснейшее занятие, которое позволяет все больше знать, еще больше понимать и всегда думать.

Журналистов подчас обвиняют в поверхностном знании. Может быть, эти обвинения и не беспочвенны. Но опыт многих и многих успешно работающих в нашей профессии позволяет утверждать, что очень часто именно эти поверхностные, но обширные знания помогали и помогают им по сей день ориентироваться в той или иной сложной ситуации, находить выход даже там, где его просто невозможно найти.

Если мы имеем дело с журналистом, обладающим компетентностью не только в теории прессы, но и в других науках, которые способствуют развитию и журналистского научного знания, то мы априори можем сказать, что его работа высокопрофессиональна и у него всегда найдется аудитория. Она знает и ценит его, следит за его творчеством, так как он не только сообщит факты, но и сопоставит их с другими, проведет удивительные параллели. Таким образом он включает своего читателя, зрителя, слушателя в мыслительный процесс, делает его соучастником процесса познания мира и себя. Именно этот стиль мышления дает наиболее успешные результаты, делает журналистику качественной и зрелой.

Сам же журналист формирует свою культурную матрицу, которая становится его лицом везде, в какие бы СМИ судьба его не заносила. Аксиома: хороший журналист всегда является личностью. Очень хочется, чтобы эта книга помогла начинающим стать образованными, глубокими, нестандартными, интересными окружающим профи.

Так утверждать мы имеем некоторое основание, так как материалы, которые вошли в учебник, опробованы в студенческих аудиториях разных вузов. Этими аудиториями они откорректированы и отрецензированы. Даже идея гиперссылок ими предложена. Действительно, зачем повторять то, что уже есть, если этим можно просто воспользоваться благодаря совершенным технологиям, которые мир еще не знал вчера.

Авторы выражают благодарность всем своим многочисленным помощникам: студентам и молодым преподавателям, которые апробируют эти методики на практике; рецензентам, которые помогли советами в организации материала и поддержали в новаторских замыслах; редакторам периодических изданий, которые публиковали фрагменты книги в виде статей, что позволяло ориентироваться на местности и постоянно сверять маршрут по карте, который был задан учебной программой курса.

Благодарим всех, кто в той или иной степени был причастен к созданию этого труда. И в первую очередь авторов тех книг по журналистике, которые были тщательно изучены и которые незримо присутствуют в этой работе. Многие из них — это наши учителя и коллеги: преподаватели факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова и кафедры современных коммуникативных социальных и политических теорий Российского государственного гуманитарного университета.

Огромная благодарность профессору Ясену Николаевичу Засурскому, взявшему на себя труд познакомиться с рукописью и написать вступительную статью.

И последнее. Мы заранее благодарны нашим будущим читателям, для которых эта книга может стать началом в освоении непростой и такой увлекательной профессии, как журналистика. Как бы ни менялся мир, всегда будут нужны профессионалы, которые возьмут на себя нелегкую миссию быть глашатаем общественного мнения и одновременно камертоном общественного интереса.

Кого-то эта книга приведет на студенческую скамью. Для тех, кто уже обладает студенческим билетом, поможет освоить курс и хорошо сдать экзамен. Для практикующих журналистов может стать ориентиром в тех теоретических конструкциях, которые неизбежно приходят в информационно-коммуникативные науки, делая их гуманитарным динамично развивающимся знанием.

Наше профессиональное сообщество приобретает новые перья, глаза и уши. Оно, безусловно, становится сильнее и, хочется надеяться, нравственнее. Ведь не следует забывать, что у журналистики есть еще одно предназначение — выступать нравственным ориентиром, отстаивающим интересы массовой аудитории, которая и есть наше общество.

Эта идея, проходящая через всю книгу, делает ее особо актуальной. Социальный запрос на журналиста как на человека, который стоит между событием и аудиторией, никогда не исчезнет. Он будет только возрастать. Современные технологии расширяют рамки массовости, делая журналистику мощной отраслью. Следовательно, потребность в профессионале будет очень острой, а значит, и в подготовке такого профессионала.

*Авторы*

# Методический комментарий

В пособии использованы некоторые относительно новые элементы и принципы организации материала, которые, на наш взгляд, уместны именно в издании по теории журналистики. Их дидактическое значение поэтому нужно обговорить особо.

Весь текст разбит на три части, отражающие способы изучения журналистики, ее профессиональный праксис и методы обучения ей. Каждую часть предваряет полилог, в котором участвуют философ, журналист и читатель. Эти персоналии своего рода отражения сфер изучения журналистики как социально-коммуникативного феномена, присутствия журналистики в реальности повседневности и соответственно обучения и формирования журналиста как актора новых форм социальности. Эти полилоги, другими словами, беседы о журналистике в главных моментах суть проблематизация основного материала учебного пособия. Разница только в том, что основной материал по своей роли и функции обязан быть изложен в форме некоторых констатаций, в то время как в беседах авторы могли позволить себе продемонстрировать иную позицию: сомнения и вопрошания.

Поэтому мы сознательно отказались от таких традиционных элементов учебного пособия, как выводы по главам или частям, а также учебные задания и вопросы. Здесь эти элементы вступали бы в противоречие с общим проблемным стилем работы.

Вместо этого в текст включены многочисленные иллюстрации, а также специально проведенные интервью, из которых, надеемся, станет очевидно, что теоретическая журналистика столь же живая форма деятельности, как и ее практика.

Каждая часть пособия снабжена графом предметной области, с помощью которого читатель имеет возможность проследить логическую структуру части. Некоторые наиболее трудные для усвоения главы, содержащие новый теоретический материал, завершают резюме. Достаточно новым элементом является облако тегов, или ключевых слов. Это фактически цитата из Интернета, хотя такой элемент можно встретить и в офлайновых изданиях, например в еженедельнике «Большой город».

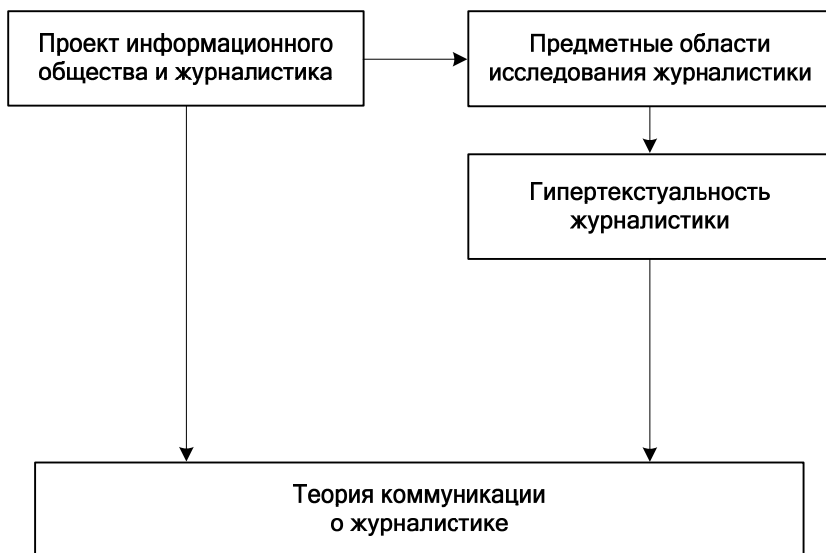
Подобный элемент построен на одном из базовых принципов WEB-2.0 — фолксономии. Мы использовали его в том числе и с той целью, чтобы подчеркнуть, что будущие трансформации журналистики будут тесно связаны с социальными сетями, блогами и обслуживающими их информационно-коммуникативными сервисами. Именно поэтому вместо заключения с согласия автора мы поместили аналитическую статью А.И. Аكوпова «WEB 2.0 как предчувствие»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> //Акценты. Воронеж. Вып. 1—2 (64—65). С. 8—13.

## Часть I

# Научные и философские основы исследования журналистики



## Облако тегов (список ключевых слов)

агент поля **антропология** аутопойесис *виртуалистика* внешние расширения человека **габитус** ГИПЕРТЕКСТ *гиперреальность* голографичность **денотация** *жизненный мир* знак **знание** идентичность **ИН-формационное общество** историк современности код коммуникативистика **коммуникативное действие** коммуникатология *коннотация* культивационный анализ **логос** массовая коммуникация **метаязык** *медиатированное взаимодействие* медиатированное квазивзаимодействие **межличностное взаимодействие** *мир систем* **мультимедийность** мышление повседневности *общая событийность* общение **означаемое** *означающее* ОНТОЛОГИЯ коммуникации **органопроекция** перформативное высказывание **повестка дня** *поле СМИ* постмодернизм *постнеклассическая наука* постструктурализм **прагматические коммуникации** *предельный антропоморфизм* предельный медиаморфизм **пространство коммуникаций** профессиография *рефлексия* семиотика сетература **СИМВОЛ** *символическая власть* символически обобщенные средства коммуникации *символические миры коммуникаций* **символический обмен** симультантные пространства *СИМУЛЯКР* симулятивная коммуникация *система массовой коммуникации* система **СМИ** *смысл* СО-БЫТИЙНОСТЬ *спираль молчания* структурализм **тематизация** теория речевых актов *целевые установки журналистики* **эйдос** ЭЙКОС языковые игры

## Полилог первый

### Социальная ответственность прессы

*Читатель:* Отчего сегодня так не любят журналистов?

*Философ:* А кого сейчас любят? Это отдельная и серьезная тема для разговора. Но если посмотреть немного глубже, то речь идет о тех социальных задачах, которые общество предлагает решать журналистике.

*Журналист:* Недовольство возникает из-за чего? Из-за того, что общество создает некий социальный институт, который ставит определенные задачи перед представителями этой сферы деятельности. А они решают свои задачи, а не те, решения которых ждет от них общество. Вот и все.

*Читатель:* Позвольте, тогда возникает вопрос: а как эти вещи совместить?

*Философ:* Думаю, есть два решения. Первое — это отвечать на запросы общества. Второе — показать, что я сам лучше разбираюсь в том, что вам нужно в информационном плане. И вторая позиция правильная для массмедийного бизнеса.

*Читатель:* Какой медийный бизнес? Мне рассказывали, что в основном сегодня руководящий состав региональных СМИ — это женщины предпенсионного возраста. Они в принципе не могут понять, что информация такой же товар, как колбаса, нефть, мебель...

*Философ:* Но это неправильная позиция.

*Журналист:* Она может быть разной.

*Философ:* Она эпатажная и неправильная. Это другой товар.

*Журналист:* Правильно. Профессионалы массмедиа и утверждают, что это специфический товар, причем скоропортящийся товар. Поэтому медиа живут по специфичным законам бизнеса. Например, в газете «Известия» был период, когда главным редактором стал банкир, и он не справился с этим видом бизнеса. Оказалось, есть специфика: газета выходит каждый день.

Чтобы этот вид деятельности был успешным, требуются еще и определенные профессиональные навыки в сфере журналистики.

*Читатель:* Это придуманная позиция.

*Журналист:* Конечно, можно было бы с этим согласиться. Но на информационном поле резко поменялись правила игры. Для большинства работающих журналистов, да и читателей журналистика воспринимается как рупор идей государства, раньше одной партии, сегодня — многих.

Перестроиться в считанные секунды невозможно. Я прекрасно понимаю многих главных редакторов, да и журналистов, которые умели и умеют работать по старым стандартам. Они понимают, что такое служить Отечеству. Когда же им говорят, что создаваемый информационный продукт еще надо и продавать, чтобы выжить, это вызывает только отторжение.

*Читатель:* Но многие СМИ уже научились жить по новым правилам. Продают и продаются, по-моему, неплохо.

*Журналист:* В журналистской практике есть интересные примеры. Скажем, еженедельник «Экономика и жизнь». Издание не только выжило, но и трансформировалось в мощный информационный холдинг. Газете почти 90 лет. Это одно из немногих партийных изданий, которое обрело второе рождение. В августе 91-го пришли журналисты на работу, а в стране объявлено ГКЧП почти военное положение... Вскоре были проданы многие известнейшие издания. А это удержалось, потому что собралось сообщество журналистов и сказало: не продадимся. На сегодняшний день этот холдинг издает несколько десятков газет и журналов. Одним из них является и журнал «Журналист».

Холдинг занял нишу экономической информации, сейчас осваивает нишу и юридической информации. Его издания имеют своих читателей, которые на них подписываются. В розницу продают также качественный продукт. Это далеко не единственный пример.

*Философ:* А «Комсомольская правда» нравится?

*Читатель:* Это другой вопрос. Я покупаю то, что мне нужно, и не покупаю то, что мне не интересно.

*Журналист:* Но медиа могут предлагать и качественный товар, который также востребован аудиторией. Например, деловая информация. Ее учатся делать не только столичные издания, но и региональная пресса. Есть уже интересные издания, например, в Перми. Да и темы часто поднимаются такие, когда лучше объяснить людям средствами массовой информации, что их ждет, что они получают от нововведений, чем создавать напряженность в обществе.

*Философ:* Можно назвать, к слову, объединение регионов, которое происходит в последнее время. Хороший проект для СМИ — информационное обеспечение устойчивого развития региона.

*Журналист:* Журнал «Медиарынок» поместил даже статью под заголовком «Лучше воевать на страницах газет, чем выйти на улицу и лечь на рельсы». Прессе могут не доверять, ее могут не любить, но практически нет семьи, в который не включали бы телевизор каждый вечер. Это при том, что некоторые из домочадцев могут быть очень критично настроены.

*Философ:* Уверен, что пока политическая ситуация стабильна: как-то разобрались с лекарственным кризисом, бюджетники ждут прибавку к зарплате, к тому же национальные проекты у многих вселяют уве-

ренность в завтрашнем дне, журналистика будет оставаться составной частью бытия нашего человека. Конечно, прежде всего, телевидение. Вот Д. Гавра<sup>1</sup> пишет: «Если экономическая и политическая конъюнктура изменится — вернется потребность в четвертой власти. Тогда нынешние капитаны телевидения уйдут со своих мостиков, и придут другие. Те, кто подобно Евгению Киселеву образца 1996 года снова станут бойцами информационной войны. Не дай нам Бог!»

*Читатель:* Для нас, читателей, пресса все эти годы воспринимается как средство борьбы. Зачем, с кем, во имя чего — нас вроде и не волнует. Татьяна Миткова, Ольга Романова — они борются. Им же все равно с кем бороться. У них имидж такой. Они любой текст делают воинственным.

*Журналист:* Да, это в каком-то смысле правда. Война во имя войны. Четкое разделение журналистов: на борцов с властью, и тех, кто отстаивает ее интересы.

*Читатель:* Правда, накал борьбы сегодня несколько поостыл. Так что и телевизор порой включать не хочется. Разве что Леонтьев остался. У него имидж защитника слабых и угнетенных, правдолюбца. Павловский пытается тоже что-то изобразить. Посмотрел пару передач, вроде умный человек, а столь бездарно. То ли не владеет стилистикой, то ли не ту собрал команду, но так бездарно. Я Пушкина смотрю, Диброва, «Русский взгляд» и Караулова.

*Философ:* Стоп. Еще одна позиция: это имидж журналиста как инструмент. Тем самым мы говорим об актуальности темы: «Институт журналистики в системе социальных институтов». В рамках этого подхода как раз журналистика рассматривается в социальном измерении. Достаточно много реминисценций на этот счет, но главная идея является выразителем некой социальной потребности общества. Речь идет о потребности в информации, потребности в со-бытийности — передачи со-бытийности, об эффекте присутствия всех людей во всех событиях, которые существуют в этом месте.

*Журналист:* Так и обозначим тему: «Социальный заказ журналистики и журналиста». Но не кажется ли вам, что здесь есть противоречие? Есть общество, которое само по себе создает институты. Повторяю, не кто-нибудь, а общество создало прессу как социальный институт, и общество вправе требовать того, что оно хочет. Журналисты и предлагают ему востребованную информацию, в лице, скажем, «желтой прессы». А общество вместо благодарности обвиняет прессу в продажности.

*Читатель:* Хлеба и зрелищ? А что вы хотели? Общество от прессы чего-то ждет. Здесь вопрос: что такое социальный институт? Где его определение? В чем его свойство? Приведите доказательства того,

---

<sup>1</sup> Заведующий кафедрой коммуникации СПбГУ, профессор. — *Авт.*

что журналистика является институтом. Далее — как она соотносится с обществом и общество или только какая-то его часть, например, требует от него одних развлечений? И вообще, кто конкретно делает этот некий социальный заказ?

*Философ:* Отвечаю. Содержание средств массовой информации — это реализация социального заказа. Тем самым этот институт подтверждает свою способность этот самый заказ выполнить.

Но здесь возникает проблема, о которой мы только что говорили. О том, что эти люди, избравшие профессию журналиста, как в любой социальной структуре, занимаются в первую очередь своим собственным творчеством. Более того, они пытаются найти самое простое решение выполнения социального заказа. Вот мы и получаем информацию об инопланетянах, человеке, который укусил собаку и т.д. Читателю это интересно, но до определенного времени. У самого этого института, то есть у прессы, возникает некая абберация представления о потребностях общества. Он теряет связь с обществом и перестает быть рациональным, перестает быть институтом.

*Читатель:* Тогда борьба с властью — это на уровне иррациональном?

*Философ:* Так это естественно, и борьба с властью, и борьба за власть. Кто и как определяет свою позицию в обществе. Это относится к любой форме информации. Каждое средство информации должно находиться не только в информативном, но и в коммуникативном отношении со своими читателями, зрителями, слушателями. Все они должны это чувствовать. Главное назначение этого социального института — он не должен отрываться от общества.

*Журналист:* Да, как только журналистское сообщество начинает вариться в собственном соку, когда во главу угла ставятся творчество ради творчества или чисто прагматические интересы, то, в конце концов, возникает конфликт между прессой и обществом. Вполне резонно, что последнее начинает думать, а зачем нам этот институт, когда и без него все нормально.

*Читатель:* А сейчас еще фактор Интернета возникает. Потому что Интернет очень серьезно двигает прессу вместе взятую. Я, например, не читаю газеты, уж извините, как раньше, и журналы тоже. Я информацию получаю из телевизора довольно часто, избирательно, конечно, и из Интернета. Я захожу в Интернет и получаю полный информационный спектр по интересующему меня вопросу. А газеты мне ни к чему читать в таком наборе, который еще недавно считал обязательным. На самом деле информационное поле изменилось.

*Философ:* Мы сейчас говорим о социальном заказе, это чисто социальный вопрос. Есть в обществе потребность в информации. И не в информации даже, а в событийности, это я подчеркиваю. Не в информировании только, а в сопричастности. В ощущении причастности. Информировать — это другой вопрос. Главное, мы причастны к тем

событиям, к которым мы не имеем отношения. Это очень серьезная проблема.

У Маклюэна участие — зрительское участие. Я не играю в футбол и даже не болею на стадионе. Я смотрю футбол по телевизору.

*Журналист:* Отстраненное участие. О чем он пишет в книге «Возвращение Медиа».

*Философ:* Это совершенно другая история. Но, тем не менее, если я профессиональный болельщик, то, лежа на диване, и инфаркт могу получить.

Речь о другом. Раньше в деревне человек жил и никуда не ходил. Ничего не знал. Почему так все любили странников. Они рассказывали, какие медведи где водятся, какие люди в других странах живут.

*Журналист:* Они несли информацию.

*Философ:* Нет, не информацию. Именно момент движения в пространстве. Человеку свойственно осваивать пространство. Приходил человек, рассказывал о чем-то новом, и он таким образом перемещался в пространстве. И он был в Индии, как Афанасий Никитин, который, может, и был в Индии, а может, и нет. Где вымысел, где правда — водораздел трудно провести.

Важен сам факт, что он погружает этих людей в страну Индию, которая находится непонятно где, и люди преодолевают это пространство. Их мир расширяется. И расширение мира — это естественно.

*Читатель:* Так, по-вашему, выходит, что герой «Аленького цветочка» — первый журналист?

*Философ:* Хороший пример, отлично. Эта роль для журналиста, отражающего российский менталитет, очень характерна, потому что это скорее не временное пространство, а охват территории. Это миры непознанные, которые надо освоить и журналисту в том числе.

*Журналист:* Хотите сказать, что стремление к освоению движет журналистом как профессионалом, то есть тебе как журналисту делегировали некоторые права, и ты просто обязан ими воспользоваться. Если не справишься, не выполнишь социальный заказ общества. Вот и живем, как можем.

*Читатель:* По-моему, насколько я вижу и могу судить, сейчас журналисту никакие права не делегируются, он сам их захватывает.

*Журналист:* Захватывает ли? Ну, допустим, захватил, а ему за это денег не дали. Да и вряд ли он сможет их реализовать, если его общество не поддержит. Причем общество, которое на глазах трансформируется в информационное, и журналисту как человеку, которому свойственно осваивать пространство, теперь предстоит осваивать глобальные миры и в то же время жить в «глобальной деревне». Вот и договорились. Вот вам и Индия вместе с Афанасием Никитиным. За какие тут три моря отправишься. Весь мир в авоське Всемирной паутины.

*Философ:* В информационном обществе журналистика приобретает другую функцию. Информация вообще в информационном обществе становится серьезным фактором. Она была всегда серьезным фактором. Просто общество начало это признавать и более серьезно к этому относиться. К тому же технические возможности доставки информации стали более гибкими, многоплановыми, более мощными.

*Читатель:* А что мне делать, рядовому читателю? Как понять, что определяет тот или иной канал?

*Журналист:* Конечно, потребителям медиа понадобится высококвалифицированная помощь, чтобы найти то, что отвечает их запросам. Если классифицировать сферу деятельности СМИ по качеству информации, по типу публикаций, по их характеру, то следует заметить, что на первое место начинают выходить сетевые коммуникации, затем электронные и печатные средства.

*Философ:* Да, это те детерминанты, которые начинают влиять на сам способ, форму подачи информации и менять их. СМИ и глобальная коммуникация — вот тема сегодняшнего дня, изменяющая кардинально подходы к журналистике.

Информационное поле трансформируется в коммуникационное пространство. Здесь главная мысль — журналист должен осознавать себя в этом измененном мире и отражать его. Если речь идет о том, что информация — это строительный материал, то ее правомерно рассматривать как фундамент будущей культуры.

*Читатель:* Каким же должен быть журналист в этом мире? Джеймсом Бондом? Даже агент 007 вряд ли справится с такими задачами. Не позавидуешь!

*Журналист:* Вот мы и подошли к транспрофессионализму как будущему профессии. Но об этих далеко не национальных особенностях журналистики поговорим в завершение беседы.

# Глава 1

## Проект информационного общества и журналистика

Журналистику следует рассматривать в контексте таких понятий, как информационное общество, ноосфера и ноосферическая цивилизация, информационное пространство и киберпространство, информационная среда, виртуальная реальность и т.п.

Эти понятия прижились не только на страницах научных и научно-популярных изданий, но и в обыденной речи. Массовое сознание прочно связывает их с компьютерами и телекоммуникациями. В то же время профессиональная компьютерная и телекоммуникационная среда получила в свое распоряжение лексику и понятийный аппарат бытийного плана — по Интернету путешествуют, в него входят, в нем живут. Программистский сленг, а за ним и логические конструкции явно «машинного» происхождения все чаще внедряются в повседневную жизнь.

Появляются новые области художественного творчества и новые жанры, связанные с компьютерной техникой. Достаточно упомянуть сформировавшуюся недавно сетературу, т.е. новое литературное явление — литературный процесс в Интернете<sup>1</sup>.

Очевидно, между журналистикой и общелитературным процессом, происходящим в сети, возникают отношения пересекающихся множеств, т.е. существует зона, относящаяся как к журналистике, так и к сетературе. Кроме того, журналистика и сетература оказывают сильное взаимовлияние друг на друга.

---

<sup>1</sup> Сетературе, а точнее литературному процессу в Интернете, посвящено, например, диссертационное исследование: *Долгополов А.Ю.* Исследование литературного процесса в российском Интернете. Дис. канд. филол. наук (Специальность 10.01.10 — журналистика). Воронеж, 2005.

Эти выводы корреспондируются со свойствами системы массовой коммуникации, которые сформулированы нами<sup>1</sup>, а также со свойствами информационного общества, определенными его теоретиками.

Несмотря на очевидную связь новых социально-культурных реалий и научно-технологического прогресса, мы далеки от мысли пытаться выводить свойства и особенности журналистики исключительно из свойств Интернета и сопутствующих ему технологий, так как технический прогресс является не только причиной, но и следствием глобальных цивилизационных изменений.

Всякую технологию можно понимать как стандартизированный способ действия, а само действие как продолжение мыследействия, т.е. как воплощение мысли. Стало быть, технология в снятом виде является не чем иным как операциональным интегратором человеческого знания, позволяющим наиболее эффективно добиваться поставленных практических целей. Таким образом, исследование такого современного феномена, как журналистика, с системной позиции требует учета как минимум следующих факторов:

- 1) связи журналистики с эпистемой (знаниевой структурой) современного общества;
- 2) взаимодействия в своем развитии культурного и технологического компонентов журналистики.

## 1.1. Современные социально-культурные условия журналистской деятельности

Описывая современные социально-культурные условия журналистской деятельности, под которыми будем понимать весь комплекс детерминант человеческой социальной, политической, экономической познавательной и творческой активности, необходимо учитывать специфику переживаемого момента. Речь идет о тех глобальных изменениях как в технологиях, так и в социокультурных реалиях, которые происходят в исторически сжатые сроки на глазах одного поколения и имеют тенденцию к ускорению. Это существ-

---

<sup>1</sup> См.: Джазоян А.Е., Калмыков А.А., Коханова Л.А., Павлов В.В. СМИ и современные медиатехнологии. М.: АСМО-пресс, 2000; Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 (серия «Медиаобразование»); Калмыков А.А. Гипертекст журналистики в системе массовых коммуникаций // Relga. 2005. 17 июня. № 9 [111]. [<http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=538&level1=main&level2=articles>].

венно осложняет детальный и отстраненный теоретико-методологический анализ. Философская рефлексия просто не успевает за этими изменениями. Поэтому нет ничего удивительного в том, что теоретические концепты современной цивилизации носят достаточно размытый характер, и в современных общественных науках нельзя назвать ни одной теории, которая могла бы претендовать на единственно верную и всеобъемлющую даже в пределах одной идеологической области.

Отметим, что еще не так давно ситуация была принципиально иной, когда исследователи таких явлений, как журналистика, действовали в зависимости от своей политической или идеологической ангажированности. Это давало возможность аргументировать свои выводы пусть догматическими, но все же достаточно системно выстроенными положениями. Сегодня такой способ научной работы нельзя назвать репрезентативным, что ставит перед ученым задачу выбора наиболее подходящих для своих исследовательских целей концепций, идей, понятийных систем, теорий и даже форм дискурса. Для того чтобы этот выбор не носил характера абсолютного произвола, необходимо подвергать выбираемые концепты строгому критическому анализу с целью уяснения ограничений их применения.

Подобный релятивизм является одним из характерных черт так называемой постнеклассической науки<sup>1</sup>.

Следуя этой логике, из множества понятий, например: технотронное общество, общество знания, постмодернистское общество, существующих для определения характера настоящего цивилизационного момента, мы будем использовать термин «информационное общество».

Тем не менее, здесь необходимо упомянуть и еще об ином термине, введенном в противовес термину «информационное общество» М. Кастельсом. Он предлагает использовать термин «информациональное общество», подчеркивая факт наследования данным цивилизационным этапом предыдущего «индустриального».

Тем самым предполагается, что информация заменяет собой индустрию. Она, как и индустрия, существует и развивается на разных этапах истории общества, но только на современном этапе в условиях ускоряющегося распространения электронных средств связи становится структурообразующей основой развития общества нового типа. Этот термин в трактовке М. Кастельса «указывает на атрибут особой формы социальной организации, в которой созда-

---

<sup>1</sup> Это понятие одним из первых ввел в научный обиход отечественный философ В.С. Степин. (См.: *Степин В.С., Кузнецова Л.Ф.* Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации. М.: Изд-во ИФ РАН, 1994).

ние информации, ее обработка и передача становятся фундаментальными источниками производительности и власти благодаря возникновению в данный исторический период новых технологических условий»<sup>1</sup>.

Исследователь отмечает, что ядром такой формы коммуникационной организации общества является не информация, а «сетевая логика его базисной структуры». Она придает распространяемой информации особые качества и функции, системно преобразующие все основные сферы жизнедеятельности людей — от экономики и политики до образования и культуры.

М. Кастельс стремится к «плюралистической перспективе, которая объединяет вместе культурную идентичность, глобальное переплетение сетей и многомерную политику с широким кругом интересов». Только с помощью такой перспективы и можно, по его мнению, применить правильную методологию и объяснить особенности того «мультикультурного, взаимозависимого мира»<sup>2</sup>. Он открывается перед человечеством на рубеже тысячелетий, не подменяя при этом глубокий анализ поверхностным наблюдением и не сводя теоретические выводы к комментариям. М. Кастельс выделяет именно сетевой, а отнюдь не информационный аспект нового цивилизационного этапа. Однако предлагаемая им замена термина, по нашему мнению, ничего не меняет.

## 1.2. Информационное общество

Информационное общество в американской Национальной информационной инфраструктуре понимается как общество, где учебные заведения становятся доступными всем студентам вне зависимости от географических условий, расстояния, ресурсов и трудоспособности (т.е. существует развитая система дистанционного образования. — *Авт.*). Огромный потенциал искусства, литературы и науки становится доступным не только в библиотеках и музеях; медицинские и социальные услуги становятся доступными в интерактивном режиме; создается возможность полноценно работать через электронные магистрали; небольшие фирмы могут получать заказы со всего мира электронным способом; каждый может смот-

---

<sup>1</sup> Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. The Rise of the Network Society. Blackwell Publishers. Maiden, Massachusetts, USA. Oxford, UK, 1996. P. 21. (Цит. по: Землянова Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». 1999. № 2. С. 58—69.)

<sup>2</sup> Castells M. Op. cit. P. 2.

реть последние фильмы, обращаться в банк, магазин из своего дома, получать государственную информацию прямо или через местные библиотеки, легко вступать в контакты с государственными служащими; государственные, деловые структуры могут обмениваться информацией электронным путем, снижая объем бумажного документооборота и улучшая качество услуг. При таком понимании информационное общество — это всего лишь общество доступности информации.

Отечественные исследователи также не обошли вниманием этот новый социальный феномен. Так, под информационным обществом иногда понимается такое общественное устройство, где преобладают удаленные коммуникации, дистанционная работа и досуг. При этом формируются новые отношения между людьми в процессе производства и общественной деятельности. Значительная часть ВВП производится в информационном секторе, труд большинства людей становится по характеру информационным; осуществляется развитие интерактивных информационно-телекоммуникационных технологий, глобальных компьютерных сетей, комплексной обработки представления информации; представляются новые коммуникационные возможности для взаимодействия и выражения политической воли общества и социальных групп; возрастает роль стран с мощным информационным потенциалом<sup>1</sup>.

Информационное общество определяется также как общество, где все средства информационной технологии, т.е. компьютеры, интегрированные системы, кабельная, спутниковая и другая связь, видеоустройства, программное обеспечение, научные исследования нацелены на то, чтобы сделать информацию общедоступной и активно внедряемой в производство и жизнь.

Возникает особая информационная экономика, играющая все более важную роль во всех промышленно развитых странах. В ней выделяются два сектора. Первый производит информационные продукты и услуги для непосредственного потребления, второй — для производства других продуктов. Информационное общество демонстрирует такой уровень развития экономики, когда информационный сектор экономики выходит на первое место по числу занятых в них.

Ряд исследователей определяют информационное общество как общество, в котором:

---

<sup>1</sup> См.: Курносое И.Н. Информационное общество и Россия: особый путь // Информ-ревью. 1997. № 4(24). С. 4—5.

- персональный компьютер, подключенный к трансграничным информационным сетям, входит в каждый дом;
- каждый член общества имеет возможность своевременно получать с помощью трансграничных информационных сетей полную и достоверную информацию любого вида и назначения из любого государства, находясь при этом практически в любой точке географического пространства;
- представляется возможность оперативной коммуникации как каждого члена общества с каждым, так и с государственными и общественными структурами в независимости от места нахождения на земном шаре;
- трансформируется деятельность СМИ по формам создания и распространения информации, технологически стыкуясь с информационными компьютерными сетями;
- исчезают географические и геополитические границы государств в рамках информационных сетей, происходят «столкновения» информационного законодательства стран, возникает необходимость гармонизации законодательства;
- появляются новые формы деятельности с использованием информационных сетей: работа, творчество, воспитание и образование, медицина<sup>1</sup>;
- трансформируется деятельность СМИ по формам создания и распространения информации, технологически стыкуясь с информационными компьютерными сетями.

К основным признакам информационного общества некоторые авторы относят:

- формирование единого мирового информационного пространства и углубление процессов информационной и экономической интеграции стран и народов;
- становление и в последующем доминирование в экономике стран, наиболее далеко продвинувшихся на пути к информационному обществу, новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании сетевых информационных технологий, перспективных средств вычислительной техники и телекоммуникаций;

---

<sup>1</sup> Финько О.А., Нестеров Ю.М. О программе нормативно-правового обеспечения формирования в России информационного общества (Рукопись доклада на парламентских слушаниях 10 июня 1997 г.). Цит. по: Мелюхин И.Г. Информационное общество: проблемы становления и развития (философский анализ): Дис. ... д-ра филос. Наук. М., 1997.

- создание рынка информации и знаний как факторов производства в дополнение к рынкам природных ресурсов труда и капитала и переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития за счет расширения доступа к ним;
- возрастание роли инфраструктуры (телекоммуникационной, транспортной, организационной) в системе общественного производства и усиление тенденций к совместному функционированию в экономике информационных и денежных потоков;
- фактическое удовлетворение потребностей общества в информационных продуктах и услугах;
- повышение уровня образования за счет расширения возможностей систем информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях и, соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик услуг труда;
- повышение значимости проблем обеспечения информационной безопасности личности, общества и государства и создание эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации.

Выделяются три главные характеристики информационного общества. Во-первых, информация как экономический ресурс, т.е. использование информации во все больших масштабах с целью повысить эффективность, стимулировать инновации, укрепить конкурентоспособность. Во-вторых, информация становится предметом массового потребления у населения. В-третьих, происходит интенсивное формирование информационного сектора экономики, который растет более быстрыми темпами, чем остальные отрасли. Причем движение к информационному обществу — общая тенденция для развитых и развивающихся стран<sup>1</sup>.

Исходя из сказанного можно дать определение информационному обществу.

***Информационное общество** представляет собой глобальный экономико-политический, антропосоциальный и технологический проект, предполагающий управляемый цивилизационный переход к мировому общественному устройству, при котором доминирующую роль во всех*

---

<sup>1</sup> См.: Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: Изд-во МГУ, 1999.

*областях жизни будет играть система массовых коммуникаций (СМК), реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий Интернета.*

При таком понимании информационного общества его связь с информационно-коммуникативными средствами, среди которых журналистика занимает не последнее место, очевидна.

Кроме того, данное определение отличается от приведенных ранее то, что в нем вводится понятие «системы массовой коммуникации (СМК)» в качестве основного фактора информационного общества. По нашему убеждению, именно системные свойства новых организованностей (сетевых структур), возникающих в СМК, и являются основными детерминантами отношений и коммуникаций в цивилизации типа информационного общества, а не только сами по себе информационно-коммуникативные технологии.

При этом следует отметить проектный, прогностический и сценарный характер информационного общества, который проявляется, в частности, в формулировке национальных программ и концепций перехода к информационному обществу, а также программ информатизации различных отраслей деятельности, прежде всего науки, образования, управления, политики и т.п.

Понятие «информационное общество» было введено профессором Токийского технологического института Ю. Хаяши. Основные черты информационного общества были обрисованы в отчетах, представленных японскому правительству рядом организаций: Агентством экономического планирования (Economic Planning Agency, EPA) — «Японское информационное общество: темы и подходы» (1969), Институтом разработки использования компьютеров (Japan Computer Usage Development Institute, JACUDI) — «План информационного общества» (1971), Советом по структуре промышленности (Industrial Structure Council, ISC) — «Контур политики содействия информатизации японского общества» (1969)<sup>1</sup>. Тогда считалось, что основой формирования информационного общества является развитие вычислительной и информационной техники.

К характерологическим свойствам информационного общества относили также следующие: информация приобретает глобальный характер; на движение информационных потоков уже не оказыва-

---

<sup>1</sup> Japan's Information Society: Themes and Visions, 1969; The Plan for an Information Society, 1971; Policy Outlines for Promoting the Informatisation of Japanese Society, 1969.

ют существенного влияния государственные границы и различные барьеры; попытки ограничить свободное распространение информации наносит вред стороне, стремящейся внести такого рода ограничения; значительно выросли возможности сбора, обработки, хранения, передачи информации, доступа к ней; увеличивается воздействие информации на развитие различных сфер человеческой деятельности; углубляется процесс децентрализации общества; происходит переход к новым формам занятости; идет процесс формирования новых трудовых ресурсов за счет увеличения количества занятых в информационной индустрии.

Впоследствии во многих странах, в том числе и в России, появились национальные концепции перехода к информационному обществу<sup>1</sup>. Таким образом, это понятие приобрело юридический и политико-экономический статус.

### 1.3. Свойства информационного общества

Свойства, присущие информационному обществу, имеют непосредственное отношение и к журналистике. Подтверждением этому являются следующие процессы и зависимости.

- Фактор глобализации информации способствует глобализации и самого процесса ее производства и распространения, что усиливается тем, что государственные границы становятся прозрачными для информационных потоков.
- Попытки ограничения и фильтрации массовой информации деструктурируют тех, кто берет на себя ответственность за эту деятельность. Поэтому между свободой распространения информации и ее мощностью, количеством и качеством возникает положительная обратная связь: чем информация более открытая, тем ее больше, чем ее больше, тем она свободнее и тем выше имидж и репутация любой социальной организации или института (в частном случае государства), в котором она производится.
- Журналистика получает в свое распоряжение новые технологии сбора, обработки, хранения и передачи информации.

---

<sup>1</sup> См.: *Путь России к информационному обществу* (предпосылки, проблемы, индикаторы, особенности). М.: ИСА РАН, 1997; Концепция формирования информационного общества в России, 1999 [<http://www.iis.ru/library/riss/riss.ru.html>].

- Роль журналистики становится все более значимой, так как увеличивается воздействие информации на развитие различных сфер человеческой деятельности.
- Углубляется процесс децентрализации общества, что уменьшает идеологическое и политическое давление на журналистику.
- Происходит переход к новым формам занятости, т.е. возникают новые профессии, в том числе и в сфере журналистики.
- Корпус людей, занятых в информационно-коммуникативной деятельности, возрастает за счет перераспределения трудовых ресурсов в пользу этой области деятельности.

Вместе с тем, концепции информационного общества при всей их прагматичности и конкретности акцентируются как утопии, антиутопии и практопии (Олвин Тоффлер)<sup>1</sup>. Таким образом они ориентируют на глобальный идеал, составленный из ценностей экологизма, гуманизма, антиуниверсализма, антитоталитаризма, плюрализма, приоритета духовного и культурного над утилитарным цивилизационным.

Технологическая обусловленность информационного общества не исчерпывает глубинный философский, социальный и социально-политический смысл этого понятия. В доктрине информационного общества отражен процесс перехода цивилизации от индустриальной фазы развития к постиндустриальной.

Понятие «постиндустриальное общество» было введено Д. Беллом<sup>2</sup>. В соответствии со схемой периодизации исторического цивилизационного общественного процесса он предлагает рассматривать три стадии: доиндустриальную (аграрную), индустриальную и постиндустриальную.

Особенно важны для понимания телекоммуникационной революции следующие три аспекта постиндустриального общества:

- 1) переход от индустриального к сервисному обществу;
- 2) решающее значение кодифицированного теоретического знания для осуществления технологических инноваций;
- 3) превращение новой «интеллектуальной технологии» в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решений<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: *Современные зарубежные теории социального изменения и развития*. Вып. 2. Практипия Олвина Тоффлера. М.: ИНИОН, 1993.

<sup>2</sup> *Bell D. The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. N.Y., Basic Books, Inc., 1973.

<sup>3</sup> *Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технологическая волна на Западе*. М.: Прогресс, 1986. С. 335.

Кроме того, постиндустриальное общество характеризуется следующими чертами:

- детерминированием интеллектуальных технологий в технологической и производственной сферах;
- уменьшением значимости и фундаментальности материальной собственности в системе ценностей;
- повышением значимости знания как основы технологической и социально-политической структур общества;
- смещением семантических и аксиологических акцентов в структуре социальной организации;
- реорганизацией культурной сферы, подразумевающей императивную ориентацию на приоритеты интеллектуализма и трансформацию этики и нравственности личности, самоопределяющейся через осознание себя как производителя знаний;
- возникновением доминанты «университет» (образование, наука) как системоформирующего общественного фактора.

«Подобно тому, как предприятие (фирма) было ключевым институтом в последние сотни лет благодаря его роли в организации массового производства товаров-вещей, университет или какая-либо другая форма институционализации знания будет центральным институтом в последующие сотни лет благодаря своей роли источника инноваций и знания»<sup>1</sup>.

Национальные информационные ресурсы становятся самым существенным потенциальным источником благосостояния, что стимулирует развитие информационной экономики. Постиндустриальная экономика — это экономика, в которой промышленность по показателям занятости и своей доли в национальном продукте уступает место сфере услуг, а сфера услуг сводится к преимущественно обработке информации<sup>2</sup>.

Понятие информационного общества определяет качество и характер постиндустриального общества, поэтому во многих контекстах они сосуществуют в качестве синонимов. В этом же ряду стоят термины: постпрогрессистское общество, постбуржуазное общество, постэкономическое общество, постмодернистское общество и др. Появился даже термин «постчеловек».

---

<sup>1</sup> *Masuda Y.* The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983.

<sup>2</sup> *Стоуньер Т.* Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 394.

## 1.4. Способ информации

Теоретиками информационного общества<sup>1</sup> предпринимаются попытки определить информационное общество в качестве самостоятельного явления, в частности, через периодизацию исторического процесса посредством нововведенного понятия «способ информации» вместо «способ производства».

Выделяются стадии:

- 1) устно-опосредованного обмена информацией;
- 2) письменного обмена, опосредованного печатью;
- 3) электронно-опосредованного обмена.

Такой подход поднимает информацию до уровня экономической и онтологической категории. Тем самым он придает информационному обществу знак совершенства.

Важно отметить, что подобное стадийное деление неплохо корреспондируется с историей развития средств массовой информации. Действительно, период устно-опосредованного обмена информацией можно связать с тем, что исследователи истории журналистики именуют пражурналистикой. Появление печати породило периодические печатные издания. Возникновение электронных средств связи создало радио и телевидение и впоследствии способствовало появлению Интернета. Однако эта схема не различает электронные СМИ и Интернет, который, на наш взгляд, является качественно новой стадией развития СМИ. Поэтому имеет смысл дополнить ее еще одной позицией, определяющей современный способ информации, а именно ее обмена, опосредованного сетью. Таким образом, получим следующие стадии развития цивилизации:

- 1) речевая цивилизация;
- 2) письменная (книжная) цивилизация;
- 3) электронная цивилизация;
- 4) сетевая цивилизация.

Последняя и есть собственно информационное или, по М. Кастельсу, «информациональное» общество.

Фетишизация информации пока обуславливается тем, что информатизация является основным механизмом формирования информационного общества.

Информатизация представляет собой научно-технический, организационный и социально-экономический процесс создания оптимальных условий для формирования и удовлетворения информа-

---

<sup>1</sup> См.: *Nora S., Minc A. The Computerization of Society. A Report to the President of France. Cambridge, L., 1980.*

ционных потребностей граждан, организаций, общественных объединений, органов государственной власти на основе использования информационных ресурсов с применением современных технологий. В правовом плане информатизация призвана реализовать фундаментальное (общечеловеческое) право личности на информацию.

В связи с этим следует упомянуть доклад о воздействии новых информационных технологий на французское общество<sup>1</sup>.

Отличительная черта этого доклада — стремление понять социально-экономическую, политическую, культурную стороны процессов внедрения новых информационных технологий, «телематики» (термин, обозначающий единство компьютера и телекоммуникаций) и предложить единое видение информатизации для последующего определения места и роли государства в этом процессе. Особенность государственного устройства Франции заключается в том, что это «societe bloquee», т.е. общество, в котором очень сильны бюрократические государственные политические институты. Именно поэтому реализация любых технологических новшеств должна сопровождаться социально-политическими переменами.

Доклад ставил своей целью показать, как новая технология может изменить промышленное производство, социальную структуру, культуру, сферу образования и почему политическая система должна измениться, чтобы вписаться в новые масштабы экономики и новые формы социальной жизни.

Поскольку телематика приводит к перевороту в обработке и передаче данных, то она изменяет и структуру социальной организации. Ее задача — упростить административную структуру, повысить эффективность ее деятельности. Она предоставляет местным властям больше свободы, усиливает конкурентные возможности малого и среднего бизнеса, изменяет статус ряда профессий, укрепляет контакты между социальными группами и делает большие организации более уязвимыми.

Важнейшим следствием внедрения информационных технологий является повышение производительности труда при обработке данных. Вследствие этого, по мнению авторов, информатизация может углубить кризис общества в том случае, если ухудшится ситуация с занятостью населения, или, наоборот, способствовать выходу из кризиса, если поможет устранить торговый дефицит, даст

---

<sup>1</sup> Nora S., Mink A. The Computerization of Society. A Report to the President of France // MIT Press. 1980; доклад проанализирован в: Мелюхин И.Г. Информационное общество: проблемы становления и развития (философский анализ). Дис. на соискание ученой степени д-ра философских наук М., 1997. С. 18—20.

экономике новый импульс роста, уменьшит социальную напряженность в обществе.

Какой именно результат будет иметь информатизация, какие направления будут приоритетными, зависит от политики государства. Поскольку в современной мировой экономике определяющую роль играет специализация, необходимо иметь представление, какие именно секторы должны получить преимущественное развитие.

### 1.5. Общество индустрии образов и знаний

В экономическом плане информационное общество подразумевает возникновение постэкономических отношений и виртуальной экономики, в которой процессы производства и потребления приобретают характер дискурса в форме знаковой манипуляции. Система вещей, труд предстают в качестве знаков реального. Они кодируют императив социальной интеграции в ситуации утраты самой социальной реальности<sup>1</sup>.

Виртуальный характер постэкономики является следствием преодоления утилитарно мотивированной активности как доминирующего вида человеческой деятельности.

Это проявляется в увеличении доли дематериализованного компонента в товаре, изменении отношения к труду как к средству совершенствования личности, а также в персонализации денег как образа платежеспособности (электронная кодификация потребителя) путем включения человеческого капитала и экологического ресурса в расчеты стоимости, выдвигении времени в качестве самостоятельной ценности и специфической формы товара<sup>2</sup>, укреплении новой формулы цены, строящейся на экономическом виртуализме, при котором цена есть функция не стоимости, а ее образа<sup>3</sup>.

Это находит выражение, в частности, в появлении и расширении таких отраслей индустрии производства образов, как промоушн, PR, реклама, мифодизайн, имиджмейкерство, в возникно-

---

<sup>1</sup> См.: *Baudrillard J.* Mirror of production. St. Louis, 1975.

<sup>2</sup> *Masuda Y.* The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983.

<sup>3</sup> *Ohmae K.* The borderless world, power and strategy in the interlinked economy. London, 1990.

влении специфических форм предпринимательской деятельности — так называемых виртуальных корпораций и рядом других факторов.

Очевидно, что журналистика находится в первом ряду отраслей, ответственных за подобную деятельность.

В постиндустриальном обществе формируется двухсекторная экономика: 1) производство материальных благ и услуг и вывод их на рынок; 2) сектор развития потенциала человека, отвечающий за накопление человеческого капитала. Образованность, уровень культуры, нравственно-этические качества человека, а не только его профессионализм становятся особой формой собственности — человеческим капиталом. На его формирование, поддержание и охрану требуются затраты труда по воспитанию детей в семье, расходы государства, частных фондов и самих граждан на образование, воспитание и просвещение.

В человеческом капитале воплощаются затраты времени и усилия человека по поддержанию своего здоровья и работоспособности, а также совокупные расходы на охрану и восстановление природы. Человеческий капитал в свою очередь рассматривается как функция качества жизни, обеспечение которого становится именно тем, что ожидает получить человек от общества в обмен на труд. В отличие от прежней материальной заинтересованности на первое место выходит мотивация базовыми общечеловеческими ценностями: здоровьем, безопасностью, свободой, творчеством и т.д. В их числе важное место занимает доступ к информации как условие личностного и социального развития.

В геополитическом плане концепции информационного общества тесно связаны с современными футурологическими конструкциями: концепциями нулевого роста, концепциями устойчивого развития, нового политического мышления, концепциями ноосферы, коэволюции и т.п. В основе этой связи лежит вера в открывающиеся технологические возможности осуществления планетарного управления социальными и экономическими процессами (социально-регулятивная функция информационного общества), а также процессами в биосфере (природорегулятивная функция информационного общества).

В этих концепциях формируется идеал глобальной цивилизации как единого социоприродного комплекса, поддерживающего тонкое социально-природное равновесие на уровне конкретных микроландшафтных зон с помощью применения интеллектуальных компьютерных телекоммуникационных технологий.

Несмотря на гуманистическую и на первый взгляд позитивную, ориентированную на благо цель глобализации через информационное общество, сам по себе процесс глобализации порождает множе-

ство противников. В оппозицию к информационному обществу становятся не только тоталитарные режимы и религиозный фундаментализм, но и вполне цивилизованные и либеральные национальные государства и общественные движения, а также многие интеллектуалы. Внутренняя противоречивость концепции информационного общества отмечается и самими его теоретиками.

Развитие информационных технологий создает угрозу тотального полицейского и политического наблюдения, а также тонкого управления частной жизнью с использованием психотехнических средств программирования личности. Информация становится знаком власти — чем совершеннее технологии, тем потенциально больше власти. Транскультурный перенос ценностей с помощью коммуникаций может привести к унификации и обеднению национальных культур. Государства теряют свои границы, язык, самобытную (уникальную) культуру, собственные национальные интересы. Развиваются новые формы «утечки мозгов» средствами сети.

Информационная карта мира, построенная по принципу плотности информационных технологий, не совпадает ни с физико-географической, ни с экономико-политическими картами. Другими словами, существует и усиливается наднациональное глобальное информационное неравенство. Информационное неравенство на уровне личности — это так называемый цифровой разрыв (*digital divide*)<sup>1</sup>. Он обусловлен не только экономическими или социальными факторами, но и разницей в интеллектуальных способностях. Степень цифрового разрыва будет только возрастать вместе с ростом значимости информационного доступа.

Поэтому информационное общество никак нельзя назвать обществом равных возможностей. Мало исследованы психологические и культурные последствия массового перемещения деятельности и досуга в виртуальное пространство. Психологи предупреждают о компьютерной наркомании, потере чувства реальности, формировании клипового мышления, проблеме самоидентификации (размывание чувства самости) и т.д. Существует тенденция увеличения информационной загрязненности (наличие вредной или лишней информации) как телекоммуникационных сетей, так и других информационных каналов.

Ориентированность концепций информационного общества на всеобщую интеграцию и создание глобальной системы управления вступает в противоречие с традиционными идеологиями. В частности, христианское мировоззрение склонно видеть в интегрированной глобальной сис-

---

<sup>1</sup> См.: Окинавская Хартия глобального информационного общества, 2000 [<http://www.iis.ru/events/okinawa/charter.ru.html>]

теме управления образ грядущего антихристового царства, т.е. не всеобщую свободу, а невиданный доселе глобальный тоталитаризм.

Приведенные контраргументы проекта «информационное общество» далеко не исчерпывающи.

Проект «информационное общество» в своем идеальном законченном виде нигде не реализован, но объективно многие его компоненты уже воплощены в жизнь. В политической, социальной, экономической и культурной реальности наблюдаются сегодня тенденции как позитивные, так и негативные, связанные со становлением информационного общества. В свою очередь анализ процессов, связанных с информационным обществом, перемещается в фокус современных теоретико-методологических исследований.

Постэкономические отношения и виртуальная экономика порождают доминирующие процессы, носящие характер дискурса в форме знаковой манипуляции, т.е. они входят в сферу компетентности информационных и коммуникационной отраслей человеческой деятельности. Индивидуальная активность перестает быть утилитарно мотивированной и направляется на дематериализованные компоненты произведенных продуктов. Упаковка, форма, имидж, паблисити, мнение и другие невещественные образования становятся реальнее и значимее, чем та реальность, которая стоит за ними.

Таким образом, можно сказать, что информационное общество — это общество индустрии образов и знаний.

## 1.6. Целевые установки журналистики

Рассмотрим, как особенности информационного общества сказываются на целевых установках журналистской деятельности.

Переориентация экономики от товаропроизводства к сервису перемещает информационный сервис, к которому можно отнести журналистику, в базовые секторы экономики. *Целевая установка журналистики: управление информационными и коммуникационными секторами рынка.*

Детерминирование интеллектуальных технологий в технологической и производственной сферах и уменьшение значимости и фундаментальности материальной собственности в системе ценностей обеспечивает конкурентное преимущество информационной и научной деятельности перед материальным производством. *Целевая установка журналистики: участие в разработке и широкое использование интеллектуальных технологий представления (презентации) знаний и фактов; роботизация новостных потоков и пер-*

*вичной аналитической обработки; виртуализация производственных циклов издания.*

Повышение значимости знания как основы технологической и социально-политической структур общества формирует потребность в общественных институтах, обеспечивающих трансляцию знаний, т.е. в глобальных информационно-коммуникативных сетях, и в специалистах, их обслуживающих.

*Целевая установка журналистики: смещение акцентов в сторону научной и образовательной журналистики;* журналистика выполняет роль поставщика инструментального знания.

Смещение семантических и аксиологических акцентов в структуре социальной организации — реорганизация культурной сферы, подразумевающая императивную ориентацию на приоритеты интеллектуализма, трансформация этики и нравственности личности, самоопределяющейся через осознание себя как производителя знаний. *Целевая установка журналистики: отказ от односторонних способов коммуникации в пользу интерактивных,* подразумевающих выполнение журналистом функции навигатора в информационном пространстве.

Возникновение доминанты «университет» (образование, наука) как системоформирующего общественного фактора. *Целевая установка журналистики: активное включение журналистики в сферу ответственности социальных образовательных институтов.*

В заключение параграфа еще раз отметим, что средой формирования современной журналистики следует рассматривать информационное общество, особенности которого детерминируют свойства, функции и типологические признаки современной журналистики. Именно оно ставит перед журналистикой качественно новые цели и задачи, являющиеся следствием новой функции журналистики как информационно-коммуникативного менеджера, управляющего развитием информационного общества в соответствии с новыми социально-культурными детерминантами.

Это обуславливает и принципиально новые подходы к изучению журналистики.

## **Интервью**

**Визитная карточка** Оксана Викторовна Пушкина, ведущая еженедельной программы «Женский взгляд».

**Профессиональная биография** Родилась в Петрозаводске. Имеет звание мастера спорта по художественной гимнастике. Закончила музыкальную

школу по классу фортепиано. В 1985 г. закончила Ленинградский государственный университет и с 1985 г. до 1991 г. работала в Молодежной редакции Пятого канала Ленинградской студии ТВ.

С 1991 по 1992 г. выпустила цикл ежемесячных авторских программ «Госпожа Удача». В 1992 г. была приглашена на работу в российско-американскую телекомпанию «Шестой канал», Санкт-Петербург, где продолжила цикл авторских программ «Госпожа Удача» с участием деятелей литературы, искусства и кино; открыла цикл видеопортретов бизнесменов и политиков «Человек результата»; а также была автором и ведущей ежедневных спортивных разминок с участием звезд спорта.

В 1993 г. была направлена в Калифорнию (Сан-Франциско) на стажировку на американское телевидение, где изучала менеджмент и маркетинг американского ТВ, а также работала корреспондентом в информационных программах ABC и одним из координаторов в группе подготовки популярных ток-шоу до 1995 г.

С 1995 по 1996 г. получила диплом международного инструктора по аэробике, а также фитнес-эксперта и работала по этой специальности в фитнес-клубах Сан-Франциско.

В марте 1997 г. вернулась в Россию в качестве менеджера трехкратной олимпийской чемпионки по фигурному катанию Ирины Родниной для организации строительства Ледового центра Ирины Родниной в Москве. С этой идеей была приглашена в программу «Взгляд» телекомпании ВИД. В августе 1997 г. было сделано предложение снять фильм об Ирине Родниной по заказу ТК.

В сентябре 1997 г. телекомпания заказала новый авторский женский проект, который вышел в еженедельный эфир на канале ОРТ с 26 ноября 1997 г.

В 1998 г. перешла на НТВ, где и по сей день продолжает вести еженедельную программу «Женский взгляд».

*Каково Ваше отношение к журналистике?*

Я вообще считаю, что журналистика — это стиль жизни. Когда ты приходишь в эту профессию, ты должен понимать, что у тебя не будет времени на личную жизнь.

Твоей жизнью станут постоянные командировки, съемки, монтажи, раскадровки, интервью и т.д. Поэтому журналист должен быть, прежде всего, ответственным, дисциплинированным и, конечно же, талантливым.

В журналистике работают особые люди, не принадлежащие себе. Я тоже не принадлежу себе, а принадлежу тем героям, о которых я рассказываю. Свою программу я стала делать не сразу, я набиралась опыта в журнальной редакции. Чтобы сделать мои истории поучительными, я долго общаюсь с героями, собираю всю информацию о них.

Мне повезло, что свой стиль жизни я сочетаю с жанром своей программы. Мои герои — это мой круг общения.

*Какова сфера Ваших интересов, и есть ли у Вас какое-либо хобби?*

Мой стиль жизни — моя профессия, поэтому моя сфера интересов находится вокруг. Для того чтобы вынести рабочие нагрузки, надо быть в форме. Поэтому спорт для меня больше чем хобби, это — часть моей жизни. Раз в неделю я посещаю спортивный клуб. Обязательно занимаюсь музыкой. Живопись, театр не люблю. Больше смотрю кино, модные американские сериалы. Поэтому я в курсе всех кино- и теленовостей.

*Расскажите о Вашей жизненной позиции?*

Я — человек искренний. Считаю, что это достижение моих родителей, которые меня так воспитали. Искренность распространяется на все: на общение с коллегами, героями, друзьями. Поэтому моя жизненная позиция такова: «не делай никому гадостей и старайся жить честно». Очень примитивно, очень просто. Но есть какие-то вещи, через которые не переступаю. Поскольку я общаюсь с известными людьми, то после того, как разговор состоялся (в эфире это 30 минут, а в записи 6—8 часов), эти люди мною нигде не обсуждаются. Конечно, я знаю о них все или очень много. Именно поэтому так долго, а я в России десять лет после возвращения из Америки, мне удастся сохранить не только высокие рейтинги, но и репутацию. Ты ответственен за тех людей, к кому тыходишь в дом.

*Возможна ли теория журналистики? Если да, то что это такое?*

Мы должны рассказывать истории. Рассказать историю не каждый может. Это искусство. Поэтому, если говорить о теории журналистики применительно к моему жанру, то мне важно, чтобы у моих историй финал был светлым, чтобы, соотнеся мои истории со своей жизнью, люди, смотрящие передачу, сказали: «О, да, и у нас еще все впереди». Наверное, в теоретизировании я не сильна. Хотя понятно, что есть определенные законы для людей пишущих. Надо владеть своей профессией, поэтому я не верю в тех, кто приходит с улицы. Все равно каждой профессии надо обучаться, и чем основательнее, тем лучше.

*Расскажите, пожалуйста, об особенностях Вашей профессии и какие, по вашему мнению, качества нужны профессионалу?*

Самое главное — журналист должен уметь слушать. Сегодняшние же троечники от профессии начинают самовыражаться в вопросах. Но вопрос — не главное, вопрос — средство для того, чтобы тебя человек услышал, понял и захотел с тобой говорить. Если ты не умеешь слушать, тебе делать здесь нечего. Это значит, что надо уметь сопереживать, надо уметь сочувствовать человеку и вникать во все, что тебе рассказывают. Вопрос — не цель. Вопрос должен следовать из той беседы, которую ты ведешь. Когда человек видит, что ты равнодушен, то он тебе открывается.

*Как Вы понимаете тезис Маршалла Маклюэна: «Средство есть сообщение»?*

Я с ним не согласна. Дело в том, что средства бывают разные при достижении цели. Поэтому средство априори уже не сообщение. Мой шеф

мне говорил: «Делай, что хочешь, но ты должна вывернуть собеседника наизнанку».

Журналист должен понять сам, как сделать, чтобы человек «раскололся». Но эти средства не должны быть обидными ни для тебя, ни для тех целей и задач, которые ты перед собой ставишь. Надо быть осторожным, применяя те или другие средства для достижения нужного тебе содержания. Поэтому я считаю, что Маршалл Маклюэн не прав.

*Сейчас говорят, что журналистика — четвертая власть. Если это так, то в чем ее властная функция?*

Журналистика — абсолютно четвертая власть, более влиятельной машины на сегодняшний день нет, и поэтому ответственность людей, приходящих в эту профессию, колоссальная. Мы влияем на умы, на души и от того, насколько порядочный человек пришел в эту профессию, зависит будущее нашей страны. Поэтому надо быть глубоким, умным, а не строить свою работу на «желтизне». Мы здесь отстаем от мира. Надо понимать, что от твоего слова очень многое зависит.

*Как Вы думаете, какой будет журналистика завтра в связи с предстоящим всемирным кризисом?*

Журналистам всегда работы хватает. Чем мы будем более дерзкими в душе, тем быстрее придумаем, как продержаться и бороться. В основе нашей профессии лежит совершенно иное. Мы все равно найдем, чем заниматься. Поэтому я считаю, нам это вообще не грозит. Жизнь будет, наверное, скучнее. Но наша задача, чтобы она скучной не стала.

*Что принес Интернет в журналистику и конкретно в ее систему и сыграл ли Интернет какую-нибудь роль в Вашей судьбе?*

Здорово, что электронные носители и средства связи появились. Если ты не ленивый, а ленивым журналист не должен быть, то, готовясь к той или иной программе, перекопаешь все архивы, наполнишь свой мозг информацией, которой тебе не хватало. Для этого теперь не надо идти в библиотеку.

В моей жизни Интернет играл разную роль. Когда я была в «Звездах на льду», он мне портил настроение. Я читала некоторые отзывы, и мне было неприятно. Так что в Интернете можно получить разную информацию. Лишь бы им умело и грамотно пользоваться. Я сознательный пользователь и выбираю себе то, что мне нужно и необходимо. Когда я иду на программу, то пересматриваю в Интернете все, что написано о моем герое, все материалы за пять лет. А раньше куда бы я за этим пошла? Интернет дает уникальную возможность собрать материал быстро и полно.

*Сейчас очень много пиара в журналистике. Плохо ли это? И как должны выстраиваться отношения PR, журналистики и рекламы?*

PR — это замечательно. Мы не можем существовать без него. Он, в общем-то, составляющая часть нашей профессии. Отчасти это тот жанр, в котором я работаю. Люди, которые участвуют в моей программе, тоже думают об этом. Десять лет в журналистике продержаться без

скандалов очень сложно. Я пошла в «Звезды на льду». Это своеобразное обновление имиджа.

А вообще, чем грамотнее выстроен PR, тем больше он на тебя работает. Но нельзя опускаться, нельзя ради PR рассказывать, что тебя, например, бьет муж. В каждом случае нужно продуманно высказывать ту или иную мысль, выстраивая PR.

Но все это кратковременно, а основательности и глубины не хватает. И я каждый раз об этом говорю сегодняшним студентам. Все хотят сразу на экран или на первую полосу в супергазеты. Но чудес на свете не бывает. Надо заинтересовать собой, своими горящими глазами, своими мозгами и трудолюбием. У меня был очень хороший шеф, который говорил: «Когда у тебя появятся свои мысли, которыми ты способна поделиться с людьми, тогда ты появишься в кадре, а так сиди. Твоя задача максимально показать героя».

*Считаете ли Вы, что российская журналистика находится в состоянии кризиса? Если да, то в чем он выражается?*

Абсолютный кризис. Мало хорошо пишущих людей. Это искусство. И от этого поверхностность, от этого желтизна. Переломить ситуацию не удастся.

К сожалению, но это так. Поэтому в данном случае только самообразование и работа над собой может сделать из человека, идущего в эту профессию, суперпрофессионала.

*Должна ли российская журналистика иметь национальную особенность или быть калькой зарубежной?*

Сегодня все — калька, но, конечно, журналистика должна иметь национальную окраску. Пока это, к сожалению, невозможно, потому что так, как работают на Западе, мы не работаем.

У нас нет таких мозговых центров, которые придумывают сценарии для телевизионных передач, у нас бюджет «распиливается» до начала работ. А мозги и идеи стоят дорого. Но их надо привлекать, чтобы иметь национальную особенность. Русские более искренние, более сочувствующие, более эмоциональные.

*Кто такой лидер мнения, и являетесь ли Вы им?*

Делая свои истории, я формирую это мнение, в частности мнение о конкретном человеке. Мои истории позитивны. Даже если я знаю много негативного о данном человеке, я стараюсь обойти это, потому что в каждом человеке хочу найти что-то хорошее.

Я формирую позитивное мнение и горжусь этим.

## Глава 2

# Предметные области исследования журналистики

Среди всего исследовательского поля такого масштабного явления, как журналистика, можно выделить по крайней мере две крупные предметные области.

Первая относится к собственно журналистике, или журнализму, которая понимается как особый вид творчества и деятельности. Это исследовательская область находится на пересечении предметных областей таких наук, как филология, языкознание, искусствоведение, литературоведение и т.п. Исследования журналистики с этих позиций направлены в основном на цеховые цели и задачи, т.е. на то, чтобы, с одной стороны, повысить качество и эффективность журналистских материалов (информационно-коммуникативной продукции), а с другой — создать научную базу системы воспроизводства журналистских кадров. Среди отечественных разработок данной направленности упомянем разработки в жанровой области<sup>1</sup>; исследования в области менеджмента СМИ<sup>2</sup>, экономики СМИ<sup>3</sup>, дизайна СМИ, рекламы в СМИ, права и СМИ<sup>4</sup>, политической журналистики, технологий различных типов СМИ. Сюда же следует отнести и подобные смежные вопросы, т.е. все те направления исследований, которые касаются повышения эффективности журналистской деятельности и ее расширений, таких, например, как PR.

---

<sup>1</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс. 2002; Ким М.Н. Жанры современной журналистики. М., 2004.

<sup>2</sup> Менеджмент на медиапредприятиях. Региональный опыт и советы экспертов. М., 2003.

<sup>3</sup> Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003; Демина И.Н. Экономические аспекты деятельности масс-медиа. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003.

<sup>4</sup> Правовое поле журналиста: Сб. науч. тр. М., 1997; Мелюхин И.С. Интернет и правовое регулирование // Законодательство о СМИ: учебно-практические материалы. М., 1999. С. 321—330.

Вторая предметная область центрируется системой средств массовой информации как социальнокультурного и коммуникативного феномена. Система СМИ в данном случае может быть рассмотрена и как социальный институт, и как социокультурный феномен, и как субъект массовой коммуникации. Это выводит проблематику науки о журналистике к проблематике политических, социальных и психологических наук, а также таких направлений, как семиотика, синергетика, эпистемология, виртуалистика, экопсихология, нооферология и т.п.

Приведенное разграничение, впрочем, достаточно условно. Практически любое исследование в области журналистики неизбежно оказывается на пересечении обозначенных выше предметных областей. Вместе с тем в отечественной науке активно дискусируется вопрос о формировании двух новых дисциплин: коммуникативистики<sup>1</sup> и коммуникатологии<sup>2</sup>.

И та и другая определяет своим предметом все виды социальных коммуникаций (журналистику, политические коммуникации, PR, рекламу, образование), интегрируя их в единое коммуникативное пространство. Однако, если коммуникативистика делает акцент на практику, механизмы и технологии социальных коммуникаций, то коммуникатология претендует на метауровень познания феномена социальных коммуникаций, одним из факторов которого является журналистика.

Впрочем, и та и другая дисциплины в качестве ключевой теории принимает быстро развивающуюся сегодня теорию коммуникаций, которая и в самом деле может стать основой для любых исследований в сфере журналистики.

## 2.1. Прагматическая коммуникация и журналистика

В книге «Победа без победителей» авторы вводят в научный обиход понятие «прагматическая коммуникация», под которой «по-

---

<sup>1</sup> См.: *Землянова Л.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М.: Издательство МГУ, 1999; *Землянова Л.М.* Современная американская коммуникативистика. М., 1995.; *Назаров М.М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2002; *Терин В.П.* Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. М., 2000.

<sup>2</sup> Об институализации коммуникатологии в качестве научно-учебной дисциплины свидетельствует, например, включение ее в тематизмы учебных программ Российского государственного гуманитарного университета, см. [<http://kaftip.narod.ru/RITORIKA.html>].

нимаются процессы направленной передачи информации, жестко ориентированные на получение адекватного эффекта»<sup>1</sup>.

Оперирование термином «прагматическая коммуникация» отсекает целый класс коммуникативных явлений, в частности, художественное творчество, как форму коммуникативной деятельности. «Очевидно, что из понятия ПК выпадает коммуникация художественная, в ходе которой коммуникатор-автор самовыражается, а реципиент-читатель (зритель) получает удовольствие и сопереживает творцу»<sup>2</sup>.

Как показывает практика, компонент художественности занимает значительное место в журналистской деятельности, поэтому в полной мере воспользоваться термином «прагматическая коммуникация» в применении к журналистской информационно-коммуникативной деятельности не представляется возможным.

Несмотря на ограничение использования термина и на тот факт, что прагматические коммуникации здесь слишком сильно напоминают просто манипулятивные технологии, эту работу можно считать удачной попыткой формулировки метапринципов и метаподходов к современным массмедийным технологиям и практикам.

Это стало возможным, вероятно, из-за здорового авторского научного скепсиса: «...во влиятельном американском бюллетене «Джорнал оф коммьюникэйшен» отмечалось: «...пока еще нет единой доминирующей парадигмы, чтобы управлять с ее помощью исследованиями коммуникаций». Но этой цели «можно достигнуть путем постепенной интеграции в общую теорию».

Очевидно, в ближайшем будущем такой «метатеории» коммуникации разработано не будет. Да и возможна ли такая теория в принципе? Вместе с тем различие в принципиальных установках исследователей массовой коммуникации позволяет говорить о возможности выделения нескольких исследовательских парадигм, об изучении направлений взглядов, точек зрения, от изменения которых, как известно, существенно меняется и объект анализа»<sup>3</sup>.

Однако прежде чем перейти к выделению этих базовых исследовательских парадигм, отметим еще один важнейший методологический момент. Необходимо выработать такую точку зрения и такой теоретический подход, при котором новые направления журналистики, такие, как интернет-журналистика и интерактивное теле-

---

<sup>1</sup> Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций. М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003. С. 15.

<sup>2</sup> Указ. соч. С. 15.

<sup>3</sup> Там же.

видение, являлись бы органической частью журналистики в целом, а журналистика в целом являлась бы органической частью системы социальных коммуникаций.

В результате выделяются следующие исследовательские подходы.

1. *Функционалистский подход*. Такой подход характерен для коммуникативистики (преимущественно американской), нацеленной на обслуживание интересов мощной рекламной и медийной индустрии. Функционалистский подход при его локальной эффективности фрагментирует целостное медийное пространство и фактически игнорирует общий социально-политический и духовный контекст. Кроме того, он делает затруднительным использование системного взгляда. Его универсализм носит частный характер, и, оставаясь в его рамках, трудно описать такие современные явления, как мультимедийные СМИ.

Вместе с тем в рамках функционалистского подхода можно ставить и решать задачи по определению конкретных цифровых параметров, характеризующих популярность отдельного интернет-издания (рейтингов, посещений, индекса цитируемости и т.п.), но не корректно соотносить полученные данные с аналогичными для СМИ другого типа и другого содержания.

2. *«Социокультурный» подход*. Вопрос о реальности, воспринимаемой из СМИ, в действительности более сложен, чем может показаться на первый взгляд. Важнейшим фактором является вера в буквальную реальность сообщений СМИ. Эта реальность может быть передана на уровне стиля или содержания. Например, стиль подачи новостей предполагает большее подчеркивание фактической точности сообщения, чем стиль развлекательной программы. Содержание приключенческих фильмов, в которых мир выглядит очень опасным, может прививать точку зрения, что подлинный мир обладает аналогичными свойствами.

Иными словами, существует точка зрения, согласно которой массовые коммуникации не отражают реальность, а творят ее, выступая в роли генератора новой социальности. Коммуникация согласно такой парадигме принимается в качестве базового социального процесса управления, формирующего социальное время и пространство, создающего ценности, цели и ориентиры для культуры повседневности.

Подобные представления характерны для современной европейской философской и культурологической традиции в основном постмодернистского и постструктуралистского толка.

Попыткой своеобразного компромисса между теоретическими и практическими сторонами исследования информационно-коммуни-

кативной деятельности можно считать уже упоминавшуюся монографию А.П. Ситникова, М.В. Гундарина «Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций». В ней актуализированы оригинальные идеи и разработки прагматических коммуникаций в современной России на основе изучения теории и практики политконсалтинга, сопоставления западных и восточных парадигм массмедиа. Приведены и обоснованы стратегия и тактика медийной системы будущего.

## 2.2. Гиперреальность коммуникации

В постмодернистской традиции коммуникация может быть возведена в ранг базового фактора новой «гиперреальности» (Ж. Бодрийяр). По Бодрийяру, гиперреальное — это реальное без истока и причины, которое 1) более реально, чем сама реальность; 2) гиперреальное операционально, оно не бытийствует, но действует (замена онтологии эпистемологией); 3) гиперреальное устраняет саму идею соотносительности знака, превращая его в пустой: «вместо объекта репрезентации — экстаз его отрицания и ритуального уничтожения: гиперреальность»<sup>1</sup>.

Подобная позиция не лишена теоретических противоречий. Однако именно она более всего подходит к исследованию современной журналистики и позволяет увидеть многие закономерности действия медиа в глобальном телекоммуникационном пространстве.

Отметим также, что противоречивость и в какой-то степени туговесность постмодернистских конструкций<sup>2</sup> может быть преодолена привнесением в теорию коммуникации концепций психологии виртуальной реальности (виртуалистики) и эконпсихологии, разработанных в отечественной науке.

Легко видеть, что осуществленное А.П. Ситниковым и М.В. Гундариним различие функционалистской и социально-культурной парадигм напрямую корреспондируется с коммуникативистским и коммуникатологическим подходами к исследованию массмедиа. Более того, можно сказать, что предметом коммуникативистики является медиа во всех своих частных проявлениях, а коммуникатология ответственна за обобщенный взгляд на СМИ, т.е. за метамедиа. Это,

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: «Добросвет», 2000. С. 147.

<sup>2</sup> Достаточно упомянуть такие идеи постмодернизма, как отказ от истины, невозможность создать новый текст, так как всякий текст есть комбинация цитат, признание симультанности современных медиапространств и т.п.

в частности, позволяет поставить проблему метаинтернета и мета-журналистики в рамках проблематики системы массовой коммуникации (СМК).

## 2.3. Психологические различия журналистики

Ричард Харрис в книге «Психология массовых коммуникаций» рассматривает исследования массовых коммуникаций исключительно с социально-психологической позиции. Он строит свою классификационную схему, выделяя вначале в качестве общих принципов собственно эмпирические методы, в том числе оценку содержания, оценку продолжительности воздействия, оценку последствий (поведенческих, установочных, когнитивных, физиологических).

«СМИ не только являются объектом пристального внимания со стороны общественности, но и представляют серьезный интерес как для коммерции, так и для науки, представители которых занимаются исследованиями массмедиа, используя для этого различные подходы. Обширные исследования проводятся как самими телевизионными сетями, издательствами, корпорациями и рекламными агентствами, так и по их заказу. <...> Другой распространенный тип научных разработок — это исследования, предпринимаемые независимыми учеными, стремящимися объяснить влияние СМИ и изучить ту роль, которую они играют в обществе и жизни отдельных людей»<sup>1</sup>.

Далее Р. Харрис переходит к перечню научных теорий, которые он именует частными.

1. Теория социального научения (social learning theory), базирующаяся на бихевиористской психологии, т.е. на изучении связи между стимулом и реакцией (S-R).

2. Теория культивирования (cultivation theory), ориентированная на исследование того, как многократное воздействие СМИ, в первую очередь телевидения, на протяжении продолжительного времени постепенно меняет наше представление о мире и социальной реальности. Одним из основных конструктивных положений теории культивирования является унификация (mainstreaming), т.е. направление различных взглядов людей на социальную реальность в единое русло. Когда сконструированный мир массмедиа и

---

<sup>1</sup> Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: ПРАЙМ-ЕВРО-ЗНАК, 2002.

реальный мир хорошо согласуются друг с другом, имеет место явление резонанса.

3. Теории социализации, акцентирующие внимание на том, как СМИ благодаря своему продолжительному воздействию становятся источником наших знаний о мире и нашей роли в нем.

4. Теория использования и удовлетворения, придающая большое значение активной роли аудитории в принятии решений и определении целей при потреблении ею продукции СМИ.

5. Теория «навязывания повестки дня», основанная на способности массмедиа структурировать когнитивные возможности аудитории и вносить изменения в существующие когнитивные возможности или на формировании общественного отношения и интереса к важным вопросам с помощью информационных сообщений.

6. Когнитивная (конструктивистская) теория, базирующаяся на утверждении, что обработка информации носит конструктивный характер, т.е. люди не просто кодируют и затем воспроизводят информацию, они усваивают информацию, интерпретируя ее в соответствии с уже имеющимися у них знаниями и представлениями, а также контекстом, в котором получено сообщение. В процессе усвоения информации и любого ее последующего припоминания участвуют схемы. Понятие «схема» в данном случае связано со структурой знаний или общими рамками, которые упорядочивают воспоминания индивидуума о людях и событиях.

Сравнивая подходы А.П. Ситникова, М.В. Гундарина и Р. Харриса, легко убедиться в том, что они находятся во взаимно-инвертированном положении друг к другу. То, что авторы книги «Победа без победителей» считают общим, для Р. Харриса выступает как частное, и наоборот. В целом же классификационная схема Р. Харриса, вся целиком, попадает в разряд функционалистского подхода.

В то же время приведенный Р. Харрисом перечень теорий представляет определенную ценность, так как демонстрирует, что исследование медийных коммуникаций на Западе опирается на мощный пласт фундаментальной психологической науки, что позволяет использовать полученные результаты для решения частных задач исследования журналистики.

Этот список можно было бы и дополнить, например, теорией нейролингвистического программирования NLP (Д. Гриндер, Р. Бэндлер и др.)<sup>1</sup>. Она акцентирует внимание на подсознательных аспектах восприятия сообщения, утверждая, что обеспечение эффективной коммуникации невозможно без привлечения техник использования каналов доступа в подсознание индивида и массы. Необходимо отметить, что NLP можно считать достаточно модной технологией и в

---

<sup>1</sup> См.: Бэндлер Р. Из лягушек — в принцы: Нейролингвистическое программирование: Пер. с англ. / Бэндлер Р., Гриндер Д. Воронеж: Модэк, 1994. (Психотерапия новой волны) и др.

отечественной журналистской практике. В цитированной выше книге А.П. Ситникова, М.В. Гундарина также не обошлось без упоминания NLP-ских концептов, что не удивительно, так как один из ее авторов Ситников постигал NLP непосредственно у Д. Гриндера. Впоследствии он создал консалтинговую фирму «Имидж-контакт», в задачу которой входило, в том числе, и обучение практике NLP.

Интерес психологической науки к явлению журналистики, а также использование медиапрактикой достижений психологии объясняется не только вполне понятным утверждением, что знание законов психологии позволяет усилить эффективность коммуникации. Есть и более глубинные причины связи теории коммуникации, журналистики, психологии и философской антропологии.

## 2.4. Медиа — расширения человека

М. Маклюэн в своей книге «Понимание медиа: внешние расширения человека» пишет «... личностные и социальные последствия любого средства коммуникации — т.е. любого нашего расширения вовне — вытекают из нового масштаба, привносимого каждым таким расширением, или новой технологией, на наши дела»<sup>1</sup>.

Понимание СМИ как расширений близко провозглашенной еще в 1877 г. Эрнстом Каппом в книге «Философия техники» концепции органопроекции, т.е. проекции своих органов в окружающий мир, осуществляемой человеком при создании орудий. Орудия выступают как продолжения органов человеческого тела, что отмечено еще Протагором в знаменитой фразе: «Человек есть мера всех вещей».

Размышляя над этим, о. Павел Флоренский пишет: «... одно и то же творческое начало в инстинкте зиждет подсознательно тело с его органами, а в разуме — технику с ее орудиями, но и тут орудие-строительная деятельность протекает в важнейших своих стадиях подсознательно, и сознанию достается лишь процесс вторичный. ... первопроекты как телесных органов, так и технических орудий одни и те же, и лаборатория их в одной и той же душе.

Непосредственное действие инстинкта то, что Эрнст Геккель<sup>2</sup> называет «творческой фантазией плазмы», при задержке своего не-

---

<sup>1</sup> Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Зacl. ст. М. Вавилова. М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. (Приложение к серии «Публикации Центра фундаментальной социологии»). С. 9.

<sup>2</sup> Упомянутый о. Павлом Флоренским биолог Эрнст Геккель более известен как родоначальник экологии.

посредственного проявления дает мнимый фокус, мнимый образ творческого импульса»<sup>1</sup>.

Появление компьютеров, а в особенности компьютерных сетей, означает, что «творческая фантазия плазмы» действует, образуя во внешней среде нечто подобное человеческому разуму, который согласно современным концепциям обратится суперсистемой — ноосферой, сферой разума, точкой Омега (по Т. Шардену)<sup>2</sup>.

В этом плане Интернет вполне можно рассматривать как проекцию такого человеческого органа, как мозг<sup>3</sup>. А это значит, что Интернет своим появлением реально угрожает существованию других медиа, так как делает средства не нужными, предоставляя непосредственный, т.е. вне средств, и мгновенный<sup>4</sup> контакт индивида с действительностью. Причем неважно, где эта действительность находится. Эту гипотезу о роли Интернета или того, что придет ему на смену, можно назвать предельным антропоморфизмом. Противоположный взгляд, при котором полагается, что для глобальных сетей принцип органопроекции уже не работает, можно назвать предельным медиаморфизмом. Это объясняется тем, что в них возникают принципиально отличные от человеческих организованности как следствия реализации системного и синергичных механизмов. Вероятно, что напряжение между этими двумя крайними позициями и будет в значительной степени определять стратегию развития информационно-коммуникативных средств.

Следовало бы также дополнить список Р. Харриса и отечественными социопсихологическими концепциями, в частности, теорией установки<sup>5</sup>, психологией творчества Л.С. Выгот-

---

<sup>1</sup> Флоренский П.А. Анализ пространственности и времени в художественно-изобразительных произведениях. М., 1993. С. 51.

<sup>2</sup> Шарден де П.Т. Феномен человека. Вселенская месса. М.: Айрис-Пресс, 2002. С. 352. (Серия: Библиотека истории и культуры).

<sup>3</sup> Возможность уподобления глобальных компьютерных сетей человеческому мозгу разделял и академик Н.Н. Моисеев, развивавший идеи Н.И. Вернадского о ноосфере.

<sup>4</sup> На мгновенность как одно из отличительных свойств современных медиа неоднократно обращал внимание и М. Маклюэн; это свойство современного коммуникативного пространства именуется симультанностью.

<sup>5</sup> Узнадзе Д.Н. дифференцировал установки на два больших класса: субстанциональные и функциональные, тем самым отражая этим внутреннее состояние установки и ее направленность вовне. (Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. М., 1966. С. 150.) Ш.А. Надирашвили, классифицировал установки по особенностям предметного фактора. (Надирашвили Ш.А. Установка и деятельность. Тбилиси, 1987. С. 130–133.) Установки в традиционном понимании часто представляются отражением социальной направленности индивида, выражаемой в деятельности, отношения его к тем или иным нормам и ценностям не только официально «объявленным» или пропагандируемым в обществе, но и имманентно присущим конкретному социуму — т.е. под действием «социального аттитюда» — системы фиксированных социальных установок, актуализирующихся при соответствующих обстоятельствах.

ского<sup>1</sup>, и конечно же, концепцией единства сознания и деятельности и соответственно теории деятельности А.Н. Леонтьева<sup>2</sup>.

Необходимо сказать, что теории деятельности А.Н. Леонтьева «повезло» больше других. Отчасти это связано с тем, что деятельностный подход в большей степени соответствовал идеологической парадигме советской общественной науки, основой которой являлся христаматийный тезис: «бытие определяет сознание». Не случайно и то, что в отечественной науке долгое время доминировал именно социологический подход к феномену журналистики, если речь заходила о роли СМИ в целом, и филологический в частности, если обсуждались отдельные вопросы журналистского мастерства и творчества. То есть, условно можно сказать, что советская коммуникатология была в основном социологичной, а коммуникативистика — филологичной.

Среди положительных результатов социологического подхода отметим институализацию журналистики, то есть рассмотрение журналистики в качестве социального института, а также выработку системного взгляда на журналистику.

## 2.5. СМИ как система

В пользу возможности и целесообразности применения системного подхода к СМИ говорят следующие аргументы<sup>3</sup>.

- СМИ включают в себя различные виды социальной деятельности, имеющей свои цели, средства и результаты (сбор, создание, распространение и потребление массовых информационных продуктов, усвоение аудиторией передаваемой массовой информации). Иными словами, СМИ обладают определенной структурностью, состоят из элементов (объектов систем), связи и отношения между которыми и могут стать предметом системного анализа.
- Создают и потребляют эти продукты социальные субъекты — представители духовной, духовно-практической и практической деятельности. В создании произведений СМИ участвуют авторы, редакторы, режиссеры, ведущие, дикторы и другие личности. Потребляют, усваивают получаемую информацию — читатели, радиослушатели, телезрители, посетители сетевых СМИ и др.

---

<sup>1</sup> *Выготский Л.С.* Психология искусства. М.: Искусство, 1965.

<sup>2</sup> *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М.: Academia, 2004.

<sup>3</sup> См.: *Шкондин М. В.* Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М.: Пульс, 2002.

- Объекты-системы, принадлежащие системе СМИ, одновременно могут являться элементами (объектами-системами) других социальных систем. Это означает, что на систему СМИ через ее элементы могут быть распространены свойства социальных систем, а сама система СМИ может классифицироваться именно как социальная система.
- Средства массовой информации являются частью более общей социальной системы — общества как совокупности исторически сложившихся форм совместной деятельности людей.
- Система СМИ является элементом, подсистемой или объектом-системой более общих социальных систем, что позволяет изучать ее взаимодействие с другими структурно подобными организациями, в частности с другими социальными институтами.
- СМИ участвуют в осуществлении многих социальных функций, в том числе функций общественного сознания: познавательно-отражательных, идеологических, конструирования социальной действительности и др.
- Следовательно, к СМИ как в целом, так и к ее отдельным подсистемам может быть применен функционально-целевой анализ.
- СМИ представляют собой один из механизмов общественного диалога, социального взаимодействия, которое определяет существование и структурную организацию любой социальной системы. Основным участником этого взаимодействия выступает личность как носитель общественных отношений, общественного и группового сознания. Через личность в общественный диалог вовлекаются различные социальные группы и организации. Этот аргумент следует отметить особо, так как важнейшим моментом в информационно-коммуникативной деятельности становится сегодня именно коммуникативный аспект, который актуализируется в большей степени за счет развития интерактивных СМИ, в частности интернет-журналистики.

Подобный подход позволил выделить и описать ряд важных элементов структуры системы СМИ, в частности редакционную и информационную подсистему СМИ, выделить ряд типологических особенностей российских СМИ.

Однако сегодня с развитием новых видов журналистики, в частности интернет-журналистики и интерактивного телевидения, описание системы СМИ требует уточнения. Например, в систему СМИ попадают редакционная газетная, журнальная и книжная подсистемы, а специфика редакционной работы в интернет-изданиях не по-

падает в эту классификацию. Но возникает еще более важный вопрос — перспективность использования самого понятия «система средств массовой информации». Тут интернет-журналистика вносит более существенные коррективы.

## 2.6. СМИ как предприятие

Применимо ли ко всем журналистским интернет-сайтам само понятие «средство массовой информации», ведь далеко не все журналистские сайты работают по схеме «от одного ко многим», являющейся базовой для массово-информационной деятельности? Есть и такие, у которых доминирует модель «от одного к одному» и «от многих к одному», т.е. вещание в них явно замещается диалогом, коммуницированием. Возможно даже и непосредственное участие читателя (посетителя) в создании журналистского произведения. Вместе с тем, конечно, пока еще рано отбрасывать термин СМИ, хотя бы из юридических соображений, но трактовать его необходимо более расширительно.

Поэтому мы будем рассматривать СМИ как *предприятие информационно-коммуникативной направленности, позиционирующееся в секторе производства журналистской продукции*.

В этом определении акцент смещен в сторону типологических свойств продукта, что не случайно. Сегодня становится все более важным и с практической, и с теоретической точки зрения различать журналистские и нежурналистские произведения. Например, является ли журналистской продукцией написанная журналистом рекламная листовка или заказная статья, так называемый черный PR? Что такое пресс-кит или пресс-релиз? Является ли журналистом пресс-секретарь?

Совсем недавний пример: на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова в 2005 г. была успешно защищена кандидатская диссертация, посвященная работе журналиста в штабе кандидата в предвыборный и выборный период<sup>1</sup>. Проходила диссертация довольно трудно, так как диссертанту было сложно убедить коллег, что журналист на выборах остается журналистом, а не становится пиарщиком, так как продолжает производить именно журналистскую продукцию: писать статьи, выпускать газету, собирать информацию, готовить аналитические отчеты.

Иными словами, возникает задача построить такую объяснительную схему, в которой журналистику можно было бы отличать

---

<sup>1</sup> Кравцов В.В. Специфика деятельности журналиста в условиях избирательных кампаний. Автореферат дис. ... канд. филол. наук. М., 2005.

от других видов информационно-коммуникативной деятельности. В рамки понятия «система средств массовой информации» эти другие виды информационно-коммуникативной деятельности не попадут, а если и попадут, то после такой трансформации, что станут неотличимыми от журнализма.

В самом общем случае журналистская продукция отличается от любой другой информационно-коммуникативной продукции тем, что *любое журналистское произведение, по сути, является способом связать его потребителя (сделать свидетелем) с событиями, происходящими в другом месте, а иногда и в другое время*<sup>1</sup>. Потребление журналистских произведений — это опосредованное коммуникативным каналом участие в событийности, следовательно, не информация и даже не коммуникация являются их главным содержанием, а со-бытийность и актуальность. При таком понимании легко отличить журналистскую продукцию от, например, PR-продукции, хотя в некоторых случаях один и тот же материал может одинаково восприниматься и иметь и ту и другую направленность. Например, статья, посвященная кандидату на выборах и подготовленная журналистом из штаба кандидата, прочитанная как журналистское произведение, будет способствовать возникновению чувства причастности к политическому процессу. Эта же статья, воспринимаемая как PR-средство, предназначена для стимуляции заданного поведения избирателя на выборах.

Впрочем, здесь следует оговориться. Выделяя со-бытийность и актуальность как отличительные признаки журналистских произведений, мы отдаем себе отчет в том, что разрывание этих понятий потребует применения специального теоретико-методологического инструментария. Этот инструментарий может быть заимствован из нового научного направления — виртуалистики, так как виртуальность — это и есть собственно актуальная событийность в отличие от распространенного понимания виртуальности как иллюзорности или искусственности. Именно это обстоятельство обуславливает включение в данную работу описания базовых концептов виртуалистики, наряду с концептами таких новых направлений науки, как теория коммуникации и экопсихология.

В рассматриваемом системном подходе надсистемой для журнализма выступает непосредственно общество как система. Это было бы вполне корректно для журналистики советского периода, как и для любой другой идеологически гомогонизированной журналистики, так

---

<sup>1</sup> «Другое время» после появления «мгновенных» СМИ — телевидения и радио стало не обязательным, напротив, эти СМИ стремятся достигать одновременности события и его отражения.

как формы ее организованности и общества здесь в достаточной степени структурно подобны. В современных российских условиях между обществом и журнализмом просматриваются промежуточные системные организованности, такие, например, как информационно-коммуникативное пространство, в котором журналистика имеет свое место, достаточно легко отделимое от PR, рекламы, маркетинга, образования, политики и других коммуникативных сфер.

И наконец, Интернет как система просто не соотносим с системой средств массовой информации ни по объему (мощности), ни по сути (он не является социальной системой). Кроме того, он все-таки в большей степени среда, в которой разворачивается деятельность, а не средство этой деятельности.

Это как раз и не дает возможности корректно вписать его в систему СМИ. А выбирать из массы интернет-изданий только те, которые похожи на традиционные СМИ, означает отсекаать от журнализма наиболее новые и интересные современные явления.

На основании приведенных аргументов в настоящей работе вместо понятия «система СМИ», где это возможно, используется понятие «система массовой коммуникации (СМК)».

Системный подход позволил также автору базового для факультетов журналистики учебного пособия «Введение в теорию журналистики» Е.П. Прохорову сформулировать предмет журналистской науки<sup>1</sup>.

Автор исходит из представления о журналистике как о виде массово-информационной деятельности, в которую включена совокупность факторов, взаимодействие которых определяет характер функционирования журналистики. Из этого следует, что независимо от исторической эпохи или характера политической ориентации изданий и программ принципиальная схема их функционирования будет одинаковой для всех возможных случаев, несмотря на то, что содержание и результаты деятельности журналистики будут различными.

Функционирование системы определяется следующими факторами (действующими силами).

Учредитель (У) — государственные или общественные организации, профессиональные и творческие союзы, ассоциации и общества, группы граждан и отдельные лица, создающие газетные и журнальные предприятия, теле- и радиокomпании, продюсерские фирмы, агентства, пресс-службы, издательские фирмы и другие организации, располагающие правами владельцев и (или) руководителей соответствующих производителей и распространителей массово-

---

<sup>1</sup> Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учеб. пособие. М.: РИП-холдинг, 2000 (Практическая журналистика).

информационных продуктов. Кстати, существуют законодательные предположения о замене термина «учредитель» на «владелец», «вещатель». Деятельность учредителей регламентируется законодательством. Внутренние отношения в редакциях, агентствах, издательствах и других организациях определяются также и редакционными уставами, кодексами поведения персонала и иными документами.

Руководящие органы (РО) — государственные институты, которые в соответствии с конституционными нормами уполномочены принимать, изменять, отменять различные акты (прежде всего законы), регламентирующие деятельность журналистики. В силу своих политико-правовых функций РО правомочны определять права и обязанности всех участников массово-информационных процессов.

Журналисты (Ж) — штатные и внештатные работники редакций (от корреспондента и работника отдела писем до руководителя корреспондентской сети и главного редактора), которые по редакционному уставу определяют направление и характер изданий или программ, ведут авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации в номера газет и журналов, программ радио и телевидения, выпуски агентской информации и т.д.

Тексты (Т) — произведения журналистов, официальные документы, сообщения агентств, рекламные и другие информационные материалы, предназначенные для публикации, отобранные, отредактированные и сверстанные в номера, программы, выпуски.

Канал (К) — используемые журналистами средства массовой информации (газеты, еженедельники, журналы, альманахи, бюллетени, программы радио и телевидения различных типов и уровней со сложной системой редакций, дирекций, отделов, корпунктов и т.д.), предназначенные для доставки журналистских текстов их адресатам.

Массовая аудитория (МА) — та часть общества, на которую специально ориентировано определенное издание (или программа) и к которой оно постоянно обращено (расчетная аудитория), или которая действительно сформировалась вокруг данного издания и считает его «своим» (реальная аудитория), или которую можно привлечь дополнительно (потенциальная аудитория). При этом многие представители аудитории в определенных ситуациях (когда пишут письма, звонят или приходят в редакцию, готовят для нее материалы, собирают информацию, консультируют журналистов и т.д.) выступают и в роли журналистов, которые точно так же в свою очередь оказываются аудиторией других средств массовой информации.

Социальные институты (СИ) — государственные органы, хозяйственные, профсоюзные и другие организации, партии, союзы, ассоциации, которые функционируют в сфере распространения данного средства массовой информации и деятельность которых обсуждается в произведениях журналистов с целью принятия ими определенных

решений. Действительность при этом выступает источником сведений и конечным объектом воздействия журналистики.

Функционирование системы на основе прямых и обратных связей (прямые обозначены сплошными линиями, а обратные — пунктирными) показано на рис. 2.1.

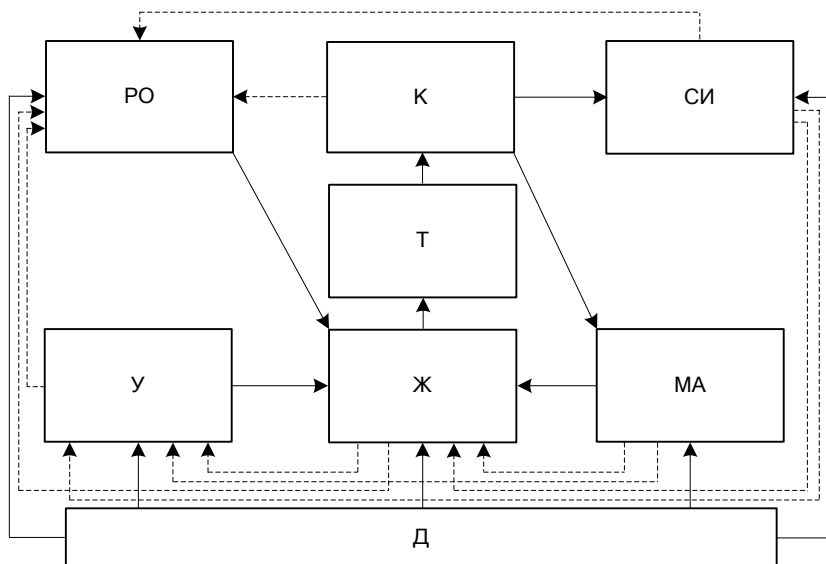


Рис. 2.1. **Функционирование системы массовой информации**  
(из кн. *Е.П. Прохорова* «Введение в теорию журналистики»)

Журналистика как функционирующая система и является предметом изучения и преподавания во всей совокупности журналистских дисциплин (теоретических, исторических, социологических)».

Полученная общая схема действительно представляется достаточно универсальной. Однако и здесь появление новых направлений журналистики привнесет свои коррективы.

## 2.7. Типологический и историко-типологический анализ

Важнейшей составляющей системологических подходов к исследованию журналистики является теоретико-типологический и историко-типологический анализ. Первая такого рода фундамен-

тальная работа в отечественной науке была проделана А.И. Акоповым. В опубликованной монографии «Методика типологического исследования периодических изданий» автор определяет основное назначение метода, как «практическое изучение периодических изданий с целью определения их места в системе печати, выявление типологических признаков и характеристик, а также моделирование и прогнозирование новых изданий»<sup>1</sup>.

Сразу отметим, что, несмотря на то, что метод предназначался для исследования периодических изданий преимущественно прессы, практика показала, что он также с успехом может быть применен, с необходимыми коррективами, и для более широкого класса журналистской продукции. При условии, если понимать под журналистской продукцией не отдельные журналистские произведения, а их блоки, представленные газетой, журналом, телепрограммой, радиопередачей, интернет-сайтом.

Автор метода использует при разработке типологий классическое родовидовое различие и осуществляет классифицирование по основаниям тематического направления издания и целевого назначения издания, а также с помощью конструкта «массовое-специальное» издание, который характеризует целевую аудиторию, т.е. «все — специалисты».

Это позволяет не только построить достаточно формализованную типологическую матрицу<sup>2</sup>, но и показать, как с ее помощью можно осуществлять проектирование новых изданий. Следует отметить, что этот подход предвосхитил развитие в отечественной науке такого маркетингового метода как позиционирование, т.е. определения собственного, отличного от всех остальных игроков, места на рынке. Так как рынок СМИ в России, несмотря на его молодость, уже можно считать состоявшимся, методика А.И. Акопова, вероятно, найдет широкое применение и в задачах маркетинга СМИ.

Упомянутая типологическая матрица строится на основании выделения следующих признаков: типоформирующих (издающий орган, цели и задачи, читательская аудитория), вторичных типоформирующих (авторский состав, внутренняя структура, жанры, оформление), формальных типоформирующих (периодичность, объем, тираж)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. С. 6.

<sup>2</sup> Акопов А.И. Указ. соч. С. 63—74.

<sup>3</sup> Там же. С. 35—39.

## Резюме

Подводя итоги данного обзора, отметим следующее:

Современная практика научного исследования журналистики может быть сведена к двум новым научным направлениям: коммуникативистики и коммуникатологии.

Предметом **коммуникативистики** являются *медиа во всех своих частных проявлениях*, а **коммуникатология** ответственна за *общеметодологический подход к массмедиа, т.е. ее предмет можно обозначить как метамедиа*.

И то и другое направления основываются на достижениях широкого спектра наук и научных школ, среди которых следует выделить набор социопсихологических и социологических методов, филологию, в особенности семиотику, структурную лингвистику, теорию коммуникаций, постструктуралистские и постмодернистские научные школы.

Существуют два взгляда на роль и сущность Интернета. Согласно первому Интернет есть проекция человеческого мозга и ума. Этот взгляд мы называем предельным антропоморфизмом. Противоположный взгляд, обозначенный как предельный медиаморфизм, предполагает, что в глобальных сетях возникают принципиально отличные от человеческих организованности как следствие действия системного и синергичных механизмов. Напряжение между этими двумя крайними взглядами, по нашему мнению, будет определять стратегию развития информационно-коммуникативных средств в будущем.

При этом саму по себе журналистику можно рассматривать как предприятие информационно-коммуникативной направленности, производящее журналистскую продукцию.

В самом общем случае журналистская продукция отличается от любой другой информационно-коммуникативной продукции тем, что любое произведение журналистики, по сути, является способом связать ее потребителя (сделать свидетелем) с событиями, происходящими в другом месте. Потребление журналистских произведений — это опосредованное коммуникативным каналом участие в событийности, следовательно, не информация и даже не коммуникация являются их главным содержанием, а событийность и актуальность. Это требует применения специального теоретико-методологического инструментария, в частности подходов, выработанных в виртуалистике и экопсихологии.

## Глава 3

# Гипертекстуальность журналистики

Гиперреальность, в которую погружают современника масс-медиа, формирует качественно новые картины мира, и следовательно, новые формы мышления. Более того, считается, что для описания современного мышления достаточно описания картины мира. Однако этот вполне феноменологический подход перестает работать, как только оказывается, что картину мира не так просто представить в качестве некоего системного целого. Напротив, при первых же подобных попытках она рассыпается на непредсказуемое число фрагментов. С подобной ситуацией сталкивается всякий, кто пытается выделить ее наиболее общие характеристики. Например, вполне логично реконструировать мышление, исследуя знание, т.е. выделяя эпистемологическую составляющую картины мира, поскольку знание принято считать квинтэссенцией мышления.

Так и поступал М. Фуко с помощью своей «археологии знания»<sup>1</sup>. Однако вместо универсального метода он создал всего лишь еще одну операциональную исследовательскую модель, которая оказалась в чем-то лучше, в чем-то хуже других исследовательских инструментов. Не спасает тут и на первый взгляд абсолютный постмодернистский оптимизм, способный смонтировать все со всем, поскольку платой за эту «языковую игру» является честный отказ от возможности истины, а значит, отказ от мысли об истине, т.е. от философии и науки.

Это означает, что и здесь попытка найти нечто целое и общее приводит к еще большему дроблению и фрагментации. Иными словами, бесповоротно отказываясь от рациональных интерпретаций истины, постмодернизм одновременно отказывается и от допущения присутствия в ней не только эмпирических, но и внеэмпирических содержаний. Как это далеко от того, что нашли в бытии рус-

---

<sup>1</sup> См.: Фуко М. Археология знания: Пер. с фр. Киев: Ника-Центр, 1996 (Серия «OPERA APARTA»; Вып. 1).

ские философы Серебряного века, например, от понимания Бытия как сверхрационального всеединства (по С. Франку)<sup>1</sup>.

Впрочем, феноменологический подход действительно мог оказаться выходом из сложившейся ситуации. У Э. Гуссерля<sup>2</sup> сама истина является феноменом, обладающим инструментальными и операциональными качествами, т.е. условием понимания и действия. Она всего лишь определяет формат представленности предмета познания субъекту познания, фиксируя при этом сам факт этой представленности. Главным становится вопрос о том, каким способом вещь явлена нашему сознанию и каков смысл этой явленности. Интенциональность сознания, а за ним и знания лишает сознание вещественности, более того, представляет сознание как нечто отвлеченное от своей собственной изнаночности. Делает его открытым миру.

Дистанция между мыслью, сознанием и предметом разрушается, следовательно, мы, исследуя что-либо одно, можем делать правильные суждения и о другом. И, наоборот, предполагая невозможность формирования правильных суждений, например, о мысли, мы вынуждены будем сомневаться в самом существовании и предмета, и сознания. Что не просто абсурдно, а неконструктивно. Это — нечто, уведящее даже дальше от смысла, чем предельный солипсизм.

### 3.1. Коммуникация как возвращение целостности

Современная картина мира все в большей степени презентуется в своей коммуникативной ипостаси. Например, наблюдаемый и широко обсуждаемый феномен так называемого клипового мышления, очевидно, порожден информационно-коммуникативной перегрузкой. Брендируемое визуальное пространство города, мелькающее телевидение и путешествия по окнам операционной систе-

---

<sup>1</sup> С.Л. Франк охарактеризовал эту идею как «трансрациональное единство раздельности и взаимопроникновения», в котором сверхрациональным образом осуществляется тождественность всякой части целому; оно недостижимо в эмпирическом, «падшем» мире, где непреодолимы разъединенность и конечность. (См.: *Франк С.Л. Сочинения*. М., 1990. С. 251; *Хоружий С.С. Перепутья русской софиологии // Хоружий С.С. О старом и новом*. СПб., 2000. С. 155).

<sup>2</sup> *Philosophie der Arithmetik*, Bd I, Lpz., 1891: *Vorlesungen zur Phänomenologie des inneren Zeitbewusstseins*, Halle, 1928; *Husserliana*, Bd 1-8, 's-Gravenhague, 1950—1959; *Erfahrung und Urteil*, Hamb., 1954: в рус. пер. *Философия, как строгая наука*, «Логос», 1911, кн. 1.

мы Windows — это все то, из чего и складывается картина мира у современного человека.

Эпистема обыденности сегодня — набор несвязанных друг с другом знаниевых фреймов-клипов. Естественно, что в эту знаниево-образную свалку становится практически невозможно вносить строгие понятийно-категориальные описания, так как клипы не могут быть связываемы ни с понятиями, ни с категориями. Фреймы-клипы являются именно тем, что Ж. Бодрийяр<sup>1</sup> считал знаками без значений — симулякрами.

Существует мнение, что теоретическое понятийное мышление уже не отражает реальности. Реальность состоит из клипов, следовательно, и мышление также должно быть клиповым. Однако такое утверждение актуализирует общий вопрос уже не о возможности философии мышления, а о возможности самого мышления, поскольку схватывание отдельных знаниевых кусков трудно назвать мышлением.

Вот так философия может прийти к своей невозможности и уже одним этим спасти мышление. Представим, что современные клипы и фреймы — это будущий алфавит цивилизации, которая научится строить свои суждения, пользуясь языком, составленным из чрезвычайно информационно емких и одновременно пустых симулякров-клипов. Но для подобного семантического переворота потребуется как минимум формирование теоретического клипового мышления, а это пока не просматривается даже в проекте. Кроме того, клиповая вселенная, даже учитывая ее сходство с архаической картиной мира, слишком сильно хаотизирована, чем порождает хаотизированное мышление, которое в принципе не может рассматриваться как теоретическое.

С нашей точки зрения, клиповость не является базовым признаком, а лишь продуктом феномена глубинной природы — гипертекстуальности.

Основными свойствами гипертекстуальности являются:

- *голографичность* как представленность в любом фрагменте текста целостного гипертекста;
- *мультимедийность* как эксплуатация всех каналов восприятия с использованием всего спектра презентационных технологий;
- *виртуальность* как стимуляция перехода в особое психологическое состояние, виртуал.

---

<sup>1</sup> Подробнее см. работы Ж. Бодрийяра, например: «Симуляции» (1981), «В тени молчащего большинства» (1983), «Симулякр и симуляция» (1985), «Экстаз коммуникации» (1988), «Невозможный обмен» (1999), «Слова прошлого» (2000) и др.

## 3.2. Определение гипертекста

Но как следует понимать сам гипертекст? Самое простое определение гипертекста можно найти в почти любом руководстве по веб-дизайну.

**Гипертекст** — это текст, связанный ссылками с другими текстами.

Словарь культуры XX века В. Руднева<sup>1</sup> дает следующее определение гипертекста:

**Гипертекст** — текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов.

Приведем еще некоторые дефиниции, многообразие которых само по себе подчеркивает сложность этого феномена.

1. Гипертекст — это соединение смысловой структуры, структуры внутренних связей некоего содержания, и технической среды, технических средств, дающих возможность человеку осваивать структуру смысловых связей, осуществлять переходы между взаимосвязанными элементами<sup>2</sup>.

2. Механизм, заключающийся в возможности связать отрывки текста, переходить от одного к другому, называется гипертекстом или нелинейным текстом<sup>3</sup>.

3. Надтекст — некая единица информации, частями которой являются тексты и (или) текст, части которого имеют сверхсвязи, т.е. соединены друг с другом не линейным отношением в одномерном пространстве (отношением следования как в обычном тексте естественного языка), а множеством различных отношений, представляемых в многомерном пространстве. В гипертексте отсутствуют заранее заданные ограничения на характер связей (сеть)<sup>4</sup>.

4. Гипертекст можно определить как нелинейную документацию, документацию, которая ветвится и взаимосвязывается, позволяя читателю исследовать содержащуюся в ней информацию в последовательности, которую он сам выбирает.

Гипертекст позволяет связывать текст, аудио, фотографии, чертежи, карты, движущиеся картинки и другие формы информации в осмысленное целое, к которому может осуществляться доступ при помощи системы индексации, ориентированной на конкретные идеи, а не на конкретные слова в тексте<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Руднев В.П. Словарь культуры XX века. М.: Аграф, 1997.

<sup>2</sup> Субботин М.М. Итоги науки и техники. Сер. Информатика. Т. 18. М.: ВИНТИ.

<sup>3</sup> Conklin J. Hypertext: an introduction and survey//Computer, 1987. Vol. 20. № 9.

<sup>4</sup> Овчинников В.Г. Автоматизированные ГТС: назначение, архитектура и перспективы развития // Научно-техническая информация. Сер. 1. 1990. № 12.

<sup>5</sup> Эпштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. [Электронный документ]. <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.ht>. Проверено 12.02.2006.

5. «Под гипертекстом я понимаю непоследовательное сочинение (non-sequential writing) — текст, который разветвляется и позволяет читателю выбирать <...>. Проще говоря, это ряд кусков текста (a series of text chunks), соединенных линками, предлагающими читателю различные пути [чтения]»<sup>1</sup>.

6. Гипертекст — это текст, организованный таким образом, что из некоторых его элементов возможен алеаторический (по выбору читателя) переход сразу на несколько других элементов либо возможны ссылки на другие элементы этого же текста или других текстов<sup>2</sup>.

Считается, что гипертекст — новейшая конструкция, вызванная к жизни интернет-технологиями и виртуальными реальностями. Однако это далеко не так. Возьмем, например, древнейший пример гипертекста — Библию.

Библия — это не только литературное и историческое произведение, но и богослужебная книга. Библия снабжена ссылками, так называемыми параллельными местами, связывающими события Священной истории, Старого и Нового Завета, которые через литургию включаются в настоящее и определяют будущее. Библию не читают от страницы к странице, а читают в соответствии с церковным календарем. Каждому дню соответствует свой текст и определенное храмовое действо, которое, конечно, тоже является текстом. Текстом, актуализируемым богослужением, является убранство храма, фрески и иконы. Все, что происходит в отдельном храме, связано с церковью, которая согласно христианским догматам есть собор всех живых и всех почивших. Церковь, естественно, связана с миром, культура которого в значительной степени детерминируется церковными устоями. Таким образом, книга Библия разворачивается во все многообразие человеческого бытия.

*«Есть книга, коей слово истолковано, проповедано во всех концах земли, применено ко всевозможным обстоятельствам жизни и происшествиям мира; из коей нельзя повторить ни единого выражения, которого не знали бы все наизусть, которое не было бы уже пословицею народов; она не заключает уже для нас ничего неизвестного; но книга сия называется Евангелием».* (А.С. Пушкин)<sup>3</sup>

Приведем еще одно определение гипертекста.

**Гипертекст** — это представление информации как связанной (linked) сети гнезд (nodes), в которых читатели свободны проклады-

---

<sup>1</sup> Nelson T. Literary machines. Sausalito, CA: Mindful Press, 1993.

<sup>2</sup> Бутов М. Отчуждение славой // Новый мир. 2000. № 2. С. 188—209.

<sup>3</sup> Пушкин А.С. [Рец. на кн.:] Об обязанностях человека. Сочинение Сильвио Пеликко // Пушкин А.С. Полн. собр. соч. М., 1949. Т. XII. С. 99.

вать путь (*navigate*) нелинейным образом. Он допускает возможность множественности авторов, размывание функций автора и читателя, расширенные работы с нечеткими границами и множественность путей чтения<sup>1</sup>.

В этом определении необходимо подчеркнуть три основные характеристики гипертекста.

1. *Дисперсность структуры*. Информация представляется в виде небольших фрагментов-гнезд, и «войти» в эту структуру можно с любого звена.

2. *Нелинейность гипертекста*. Читатель отныне волен (вынужден) сам выбирать путь чтения, создавая при этом свой текст. Такая ситуация делает невозможной классическую литературную критику. Гипертекст «растворяет» жесткую фиксированность текста. Читатель в принципе не может прочесть гипертекст целиком; это нечитаемый (*readless*) текст.

3. *Разнородность и мультимедийность*, т.е. применение всех средств воздействия на потребителя-читателя, какие только возможны технически в данной системе (именно это имеется в виду под словами «расширенные работы», *expanded works*) — от чисто литературных (выбора повествовательной стратегии и стилистики) через издательские (шрифты, верстка, иллюстрации) и вплоть до самых сложных компьютерных (звук, анимация, отсылка к другим нехудожественным материалам).

Почти о том же писал и Р. Барт:

*«...текст пронизан сетью бесчисленных, переплетающихся между собой внутренних ходов, не имеющих друг над другом власти; он являет собой галактику означающих, а не структуру означаемых; у него нет начала, он обратим; в него можно вступить через множество входов, ни один из которых нельзя признать главным; вереница мобилизуемых им кодов теряется где-то в бесконечной дали, они «не разрешимы» (их смысл не подчинен принципу разрешимости, так что любое решение будет случайным, как при броске игральных костей); этим сугубо множественным текстом способны завладеть различные смысловые системы, однако их круг не замкнут, ибо мера таких систем — бесконечность самого языка»<sup>2</sup>.*

Приведенные определения гипертекста можно резюмировать следующим образом.

---

<sup>1</sup> Электронный лабиринт. [Электронный документ]. (<http://www3.iath.virginia.edu/elab>). Проверено 14.01.2006.

<sup>2</sup> Барт Р. Избр. работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс-Универс, 1994. С. 14.

***Гипертекст** — это целостный текст, содержащий смыслы, раскрывающиеся при прочтении через произвольную актуализацию связей с другими текстами, и с текстом социокультурной реальности в целом.*

Очевидно, что гипертекст слабо напоминает печатный текст, относительно которого справедлива русская поговорка «Написано пером — не вырубишь топором». Гипертекстуальность — это преодоление императивности печатного текста гутенберговой галактики, так как его значение определяется уже не автором и издателем, а читателем — соавтором гипертекста.

Если характерной чертой гипертекста, как отмечалось, является отсутствие непрерывности — прыжок или скачок в другое текстуальное пространство, то визуальную рекламно-брендовую среду современного горожанина можно интерпретировать, как набор ссылок, побуждающих к «прыжкам» в иные текстуальные пространства. Они обещают, как правило, «бесконечное товарное счастье», а сами бренды, соответственно, как гиперссылки, связывающие частные реальности в глобальную реальность общества потребления. К сожалению, в построении гипертекстового образа мира не обошлось без участия постмодерного общества потребления, проанализированного в известной работе Ж. Бодрийера<sup>1</sup>.

### 3.3. Гипертекст как явление постмодерна. Джем-сейшн

Гипертекст как явление постмодерна обладает рядом свойств, присущих постмодерну. Известный американский критик Ихаб Хасан выделяет (нумерация наша) следующие признаки<sup>2</sup>:

- 1) неопределенность, культ неясностей, ошибок, пропусков;
- 2) фрагментарность и принцип монтажа;
- 3) «деканонизация», борьба с традиционными ценностными центрами;
- 4) отсутствие психологических и символических глубин;
- 5) молчание, отказ от мимесиса и изобразительного начала;
- 6) положительная ирония, утверждающая плюралистическую вселенную;
- 7) смешение жанров, высокого и низкого, стилевой синкретизм;

---

<sup>1</sup> См.: *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры: Пер. с фр. М.: Культурная революция, 2006.

<sup>2</sup> *Hasan I.* Pluralism in Post-modern Perspective/ Critical Inquiry 3-1986.

- 8) театральность современной культуры, работа на публику, обязательный учет аудитории, срастание сознания со средствами коммуникации, способность приспосабливаться к их обновлению и рефлексировать над ними.

Человек — читатель текста постмодерного бытия программируется на скользящий поверхностный «просмотр», а не на углубленное включение (1). Он сам монтирует общую картину из фрагментов текста (2), причем все, что мешает свободной интерпретации, отбрасывает (3). Такой подход напоминает скольжение (серфинг) по поверхности текстуального пространства, гиперссылки чаще всего — это не движение вглубь, а в сторону (4), и напоминает языковую игру (5).

Индивидуальное эго бесконечное количество раз переодевается, вследствие чего появляется необходимость принимать навязываемый тем или иным брендом образ. Он остается молчаливым наблюдателем даже там, где его провоцируют на высказывание, так как это высказывание осуществляется под маской (масками) потребителя определенного бренда. Механизм компенсации эмоциональной бедности поверхностного скольжения включает иронию, уход от серьезности, всеобщий безграничный плюрализм (6), сопровождающийся возможностью эклектики, сочетанием несочетаемых стилей, циклично профанирующих и сакрализирующих друг друга (7), соучаствуя в витальном спектакле, сочетающем в себе и сакральную мистику, и профанную буффонаду (8).

В целом гипертекст — это то, что в действительности разрушает детерминированность и однозначность бытия и его понимание. А соответствующее ему мышление, похоже, использует в большей степени ритуальные инициации знанием, характерные для мифологических форм мышления, чем сформированные цивилизацией рациональные способы продуцирования знания.

Тем не менее гипертекст достаточно адекватно описывает современные взаимоотношения с реальностью. Легко убедиться, что доступные для наблюдения и отражаемые в СМИ социокультурные процессы имеют гипертекстовую природу. Даже такие события, как войны, воспринимаются и описываются с использованием виртуальной и гипертекстовой терминологии. Следовательно, современная журналистика (печатные и электронные СМИ, Web) просто не может не изъясняться на языке гипертекста. Гипертекст опять-таки из-за присущих ему свойств способен объединить культурную активность цивилизации автокоммуникативного типа, в которую мы входим, с классической цивилизацией сообщения во взаимосвязи и взаимодополнении.

Это одна сторона гипертекста, но есть и другая, имеющая как будто прямо противоположные свойства.

1. Неопределенность, нелинейность, разрывность переходов создает некоторое новое качество, не вытекающее логически из формы и контента. Переход в иную текстуальность — открытие другого окна реальности.

2. Фрагментарность и клиповость ведет к созданию новых информационных конструктов — иероглифов современной культуры, которыми можно оперировать как буквами алфавита.

3. Деканонизация ветхих ценностей и их профанация имеет своим следствием формирование и сакрализацию новых ценностей. А так как новых ценностей не бывает, то здесь речь идет о критическом пересмотре ценностных структур и придании им большей устойчивости к вызовам цивилизационного развития.

4. При поверхностном скольжении считается геометрия поверхностей, т.е. структура информационного пространства. Углубление в поверхность бессмысленно, потому что это поверхность, а не объем, следовательно, углубляться некуда. Осознание одного этого факта на практике уже является очень серьезным культурным действием, определяющим жизненные стратегии. Сама поверхность гипертекста больше всего напоминает лист Мёбиуса, который, как известно, имеет только одну сторону. Двигаясь по нему, можно прийти с лицевой его части в изнаночную, не пересекая поверхность. Таким образом, нахождение на изнаночной стороне есть следствие движения с лицевой.

5. Игровая реальность — это реальность проб и возможностей, языковая игра — это одно из условий языкотворчества, плодотворность которого мы наблюдаем в Интернете.

6. Плюралистичность и ироничность — ответ психически здорового организма на невозможность реальности профанированных ценностей. То, что ценности в современной социокультурной реальности, действительно, почти полностью профанированы, убедительно доказал постмодернизм.

7. Овеществленный гипертекст — Интернет приучает к тому, что жанровые границы, как и любые другие границы, есть либо игровые правила, либо добровольно взятые на себя самоограничения. В любом случае ограничение есть действие индивидуальной воли, без логического рационального обоснования. Стирание границ приводит к проявлению трансрациональных причин существования границ, т.е. попытки разрушения границ приводят к разрушению условных границ и к укреплению безусловных, истинных.

8. Интернет сделал потенциально публичной жизнь каждого человека. Получился своеобразный театр наоборот, в котором право наблюдать за игрой предоставляется актерам, а право играть — публике. Задача актеров — наблюдать и испытывать катарсис (очищение от переживания искусства), а публика проигрывает перед ними вживание во все новые образные миры. Вырабатывается культурная логика оценки действительного по возможности, в которой сама возможность реальности санкционируется гиперреальностью.

Таким образом, мы видим, что гипертекстуальность имеет как минусы, так и плюсы, и ее можно рассматривать и как фактор массовой дебилизации, и напротив, как стимул формирования новых типов продуктивного мышления и соответственно нового типа личности. Предсказать, какой полюс окажется в будущем более существенным, невозможно. Ясно одно, мы что-то обязательно потеряем и что-то обязательно приобретем, точно так же, как случилось с нашими предками, когда они изобрели письменность<sup>1</sup>. В любом случае можно констатировать, что цивилизация в данный момент находится в точке интеллектуальной бифуркации, причем эта неустойчивость есть следствие ускоренного развития коммуникативных практик и технологий.

Так как каждому виду деятельности присущи свои собственные коммуникативные функции, основанные на потребностях взаимодействия между участниками этой деятельности, а также между ними и представителями других видов социальной активности, то эти потребности детерминируют и вид информационно-коммуникативной практики. Соответственно, и гипертексты также можно попытаться как-то различать. Итальянский ученый-философ и писатель Умберто Эко, например, выделяет гипертексты:

- 1) конечные и предельные;
- 2) предельные, но бесконечные;
- 3) беспредельные и бесконечные.

К первым он относит текстуальные гипертексты, т.е. художественные произведения, написанные в форме гипертекста (примером могут служить его собственные романы). Несмотря на гипертекстуальную форму, они сужают бесконечные или неопределенные возможности гипертекста и создают закрытый текстуальный универсум, оставляя при этом возможность бесконечных интерпретаций.

Ко вторым У. Эко относит энциклопедические и лингвистические системы, т.е. свертки знания, служащие справочным и консультационным целям.

---

<sup>1</sup> См. Платон. Федон // Платон. Собр. соч. В 4 т. Т. 2. М.: Мысль, 1993.

Третьи, бесконечные и беспредельные, он ассоциирует с текстами в Интернете. Так, по его мнению, «запускается сюжет и каждый пользователь дописывает кусочек, и этот бесконечный червяк тянется и тянется. Получается джазовый джем-сейшн, когда исчезает традиционное понятие авторства и открывается новое поле для свободного творчества»<sup>1</sup>.

Однако гипертекстуальность в художественной культуре можно увидеть и раньше. Возьмем, например, полифонический роман<sup>2</sup> Ф.М. Достоевского. Его произведения отличает не только множественность героев, но и тот факт, что они не укладываются в какую-то жанровую классификацию. «Преступление и наказание» — это и детектив, и психологическая драма, и триллер, и «поток сознания», и так далее.

Критики романа «Имя Розы» Умберто Эко отмечают зависимость развития сюжета от поведения героя, т.е. факт провоцирования цепи преступлений его расследованием, факт незаданности сюжета, «эффект наблюдателя», возможность выбора различных траекторий движения, которые как бы предлагаются читателю, отождествляющему себя с героем — все это характерные черты гипертекстуальности. Но почти то же самое мы наблюдаем и в «Подростке» Ф.И. Достоевского.

Итак, *гипертекстуальность* — это свойство и современного мышления, и современного бытия. Причем проявляется оно в основном в коммуникативных практиках, так как через них формируется картина мира современного человека.

Иными словами, все большая доля того, что остается в сознании, поступает по информационно-коммуникативным каналам, а не является следствием собственного опыта. Эти каналы составляют конструкцию, имеющую гипертекстовую структуру. Данную конструкцию, ставшую неотъемлемым элементом бытия, почти таким же неотъемлемым, как звезды физического космоса, можно назвать *системой массовых коммуникаций (СМК)*.

### 3.4. Система массовой коммуникации и эйкос

Существуют экономические, научные, художественные, профессиональные, социальные, рекреационные, педагогические, производ-

---

<sup>1</sup> Умберто Э. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998 г. // Интернет. 1999. № 6—7.

<sup>2</sup> Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Худ. лит., 1972.

ственные и другие информационно-коммуникативные практики. При этом коммуникативные функции каждого вида деятельности определяются как спецификой деятельности, так и отношением к этой деятельности общества, т.е. структурой и образом деятельности. СМК реализует результат сложения особенностей деятельности и особенностей общественного отношения к деятельности в форме массовой коммуникации и на языке массовой информации. Они становятся, таким образом, глобальным экраном, на котором проецируется целокупная картина повседневного бытия. Это делает ее не только образом действительности, но и самой действительностью.

Социокультурный контекст, в котором реализуются эти процессы, сегодня обозначается как постиндустриальное информационное общество — общество индустрии образов и знаний. Это значит, что приоритетными становятся те виды деятельности, которые отвечают за производство образов и знаний. Вот почему исследования коммуникаций и коммуникативной деятельности сегодня происходят в самых разных направлениях.

Актуальным здесь становится и экологический взгляд, обращающий особое внимание на влияние параметров информационно-коммуникативной среды, в которую погружен человек, на его состояние и перспективы развития. Действительно, именно психологические и информационно-коммуникативные свойства человеческого окружения все в большей степени определяют его качество жизни. Эйкос человечества сегодня напоминает дом, в котором вместо стен, окон и дверей плотно пригнанные друг к другу экраны, проецирующие все, к чему человек проявляет интерес, но и преграждающие путь к тому, что он сам мог бы увидеть, выйдя на улицу.

Налицо прогрессирующее отчуждение человека от его собственного опыта — дебилизация. Однако было бы наивно считать, что подобное положение можно как-то изменить. Речь идет об объективном глобальном цивилизационном процессе. Единственный конструктивный подход — попытаться ответить на вопрос, что происходит с человеческим сознанием, миром, в котором он живет, и как в этом мире жить, не теряя человеческое.

Речь идет о проблеме экологии коммуникативных сред. Эта проблема может быть рассмотрена в нескольких направлениях: и как проблема качества коммуникативной среды, которое должно коррелировать с качеством жизни, и как проблема изменения структуры сознания и мышления человека в направлении достижения соответствия усложняющемуся миру, и т.п. Частными, но не менее значимыми вопросами являются вопросы о психологических загрязнениях, задача защиты от информации, противодействие информационному

терроризму, перестройка антропологической парадигмы образования, учитывающей гипертекстовость знания и т.п.

Остановимся пока только на первом аспекте, т.е. на качестве коммуникативной среды и ее соотнесенности с качеством жизни. При этом ограничимся фактором массмедиа, к которым будем относить традиционные средства массовой информации, глобальные телекоммуникационные средства (сеть) и сумму технологий работы с массовой аудиторией — политические технологии, PR, рекламу и др. Предполагается, что СМК (массмедиа) порождает виртуальные реальности информационных пространств и детерминирует гипертекст реальности в целом.

Качество жизни будем рассматривать только в информационно-коммуникационно-психологическом срезе, обращая внимание на то, какие факторы приводят к обогащению внутреннего мира личности, а какие — к его обеднению. Такой подход развивается в экопсихологии — научном направлении, исследующем психологические аспекты взаимодействия человеческой психики и мира, в котором происходит процесс ее становления<sup>1</sup>.

Во-первых, *СМК провоцирует вхождение в виртуальные реальности общей событийности*. СМК нацелены на обеспечение причастности всех ко всему. В этом главная пружина глобализма, что, с одной стороны, обеспечивает расширение поля сознания и формирование чувства принадлежности к глобальным цивилизационным процессам, но с другой — разрушает всякую частность и соответственно усложняет процесс самоидентификации. Кроме того, виртуальные реальности общей событийности, как правило, имеют более низкий онтологический статус, чем частная событийность. Например, показанная по телевизору автокатастрофа вызовет меньшую эмоциональную реакцию, чем подобное событие, но случившееся в ближайшем окружении человека.

Однако снижение эмоционального реагирования на плохие и хорошие события, к которым причастными нас делают СМИ, постепенно становится нормой реагирования на все события, независимо от того, произошли ли они с нами или были показаны нам. Происходит эмоциональное отупление аудитории, а также наложение на обыденность гипертекстуальной и клиповой структуры сообщений. Это в свою очередь приводит к размыванию границ событийности самости. Иными словами, под информационно-коммуникативным ударом оказывается личность человека, что подтверждается рассмотрением и других аспектов влияния СМК.

---

<sup>1</sup> См.: Калмыков А.А. Введение в экологическую психологию. М.: Издательство МНЭПУ, 1999.

Во-вторых, *СМК осуществляют производство собственных событий*. Это относительно новое явление, в котором как раз и проявляется существенное отличие СМК от СМИ. Суть его в том, что структура информации, а не сама информация является условием коммуникации, следовательно, событие здесь — это порождение новых коммуникаций. Происшедшее в предэкранном мире имеет значение только в том случае, если оно порождает или способно породить новые коммуникации. Причем только те из них, которые могут вызвать структурные изменения в коммуникативной системе. Так, например, «раскрутка» есть не что иное, как создание новой коммуникативной структуры, центрированной раскручиваемым брендом.

Наиболее значимым событием в СМК является возникновение коммуникаций нового типа. Например, возникновение Интернета и целого класса новых способов коммуницирования было и остается таким событием. Действительность уже не отражается СМК, а управляется ей, причем возможность индивидуального участия в этом процессе снижается. СМК отдаются приоритеты в управлении действительностью. Нас уже не спрашивают, нам показывают. Это не может не сказаться на статусе воли, как индивидуальной, так и политической.

В третьих, *СМК осуществляет глобальную структуризацию событийности в слове*.

Условием появления системы массовой коммуникации как целостности является наличие метаязыка, связывающего все языки, и не только естественные национальные языки, но и профессиональные сленги, языки программирования, языки символов, языки жестов, языки газетных заголовков и др. То, что такой метаязык действительно существует, доказывает существование Интернета.

Однако составить его словарь и написать правила вряд ли когда-нибудь станет возможным, так как этот язык не является чем-то устойчивым, имеющим какие-то базовые основания, какие-то корневые слова. Интернет как информационная система позволяет структурировать знание относительно любого произвольного понятия или термина, которые и становятся временным виртуальным основанием знания в целом. Интернет все связывает со всем, да так, что в качестве первоначала может быть использовано произвольное высказывание.

Работая в Интернете, пользователь *словом* заново пересоздает вселенную, правда, только свою и только виртуальную. Однако бесконечная вариативность и произвольность виртуальных вселенных напоминает новое вавилонское столпотворение. Возникает парадоксальная ситуация, когда развитие коммуникаций может привес-

ти к невозможности какой бы то ни было коммуникации, поскольку каждый индивид приобретает возможность существовать в своем собственном коммуникативном пространстве. Здесь актуализируется проблема обеспечения условий выживания самих СМК, т.е. экологии СМК.

Некоторые исследователи выделяют некоторый до-словный период развития человеческой культуры, при котором слово еще не являлось средством коммуникации, а играло роль камертона, настраивающего общество на гармонические вибрации со-общего смысла<sup>1</sup>. Слово изначально не требовало шифрования и дешифрования, так как не являлось системой условных знаков и, следовательно, не требовало и перевода с одного языка на другой. Язык как самоопределяющаяся лингвистическая система еще не существовал. Слово было фонетическим образом бытия, понятным без перевода всеми теми, кто имел отношение к Бытию.

Впоследствии изобретение алфавита и письменности способствовало превращению слова в код и соответственно разделению единого человечества на языки. Вавилонское Столпотворение как раз и свидетельствует о перерождении слова и о следствии перерождения слова — разделению языков. Примечательно, что образ Вавилонского Столпа все чаще появляется на страницах популярных изданий в связи с глобализмом и глобальными коммуникациями, как будто, несмотря на декларируемый всеобщий плюрализм, абсолютную толерантность и политкорректность, человечество ждет новое разделение, множественность иерархий постсловности посткоммуникативной цивилизации.

В-четвертых, *достоверность интерпретации события устанавливается через референцию структуры информации.*

Качество информации о событии становится зависимым не от ее новизны, полноты, логичности, ясности и других привычных критериев, а от того, в какой степени эта информация способна центрировать собой порожденную ею коммуникативную структуру, что в свою очередь зависит от того, насколько форма ее представления соответствует сложившимся на данный момент нормам. Отсюда и появляется новый критерий достоверности — более достоверно то, что по своей структуре более соответствует СМК в целом. Например, так называемый плоский текст, т.е. сообщение, не связанное гиперссылками с другими текстами, априори менее достоверно, чем текст, отсылающий к другим текстам.

---

<sup>1</sup> См.: Гиренок Ф.И. Патологии русского ума: (картография дословности). М.: Аграф, 1998.

Здесь, очевидно, появляется сдвиг известной категориальной оппозиции «форма — содержание», или «контент — дизайн», в сторону формы и дизайна. Впрочем, по Маклюэну, средство есть сообщение<sup>1</sup>, а значит, контентом становится дизайн, а содержанием — форма.

Факт установления коммуникации для передачи контента — уже контент. Значит ли это, что категориальная оппозиция «форма — содержание» преодолевается или может быть преодолевается возможность различения, а значит, и существования категориальных оппозиций? Очевидно, что постановка такого вопроса имеет следствием ревизию фундаментальных принципов мышления, где различение играет главную роль.

В-пятых, *событность, порождаемая СМК, предполагает диалоговые субъект-субъектные отношения.*

Действительно, читатель газеты остается читателем газеты, даже если он пишет письма в редакцию. Читатель интернет-газеты становится на самом деле и писателем, и издателем, даже если он только заглянул на титульную страницу. Так как обращение к ресурсу изменяет структуру информации, интернет-публикация создается как публикаторами, так и пользователями. Если это так, то коммуникация потенциально субъект-субъектна.

Однако неясным остается, кто именно скрывается под понятием субъекта. Является ли субъектом сама публикация или автор публикации, рекламный призыв купить зубочистки или сами эти зубочистки, вступающие в диалог с взирающим на баннер прохожим?

Реальный человек из плоти и крови в этом процессе не участвует. Видимо, по этой причине диалоговость современных информационно-коммуникативных практик пока трудно считать тем, что, в конце концов, будет гарантировать невозможность манипулирования общественным сознанием. Хотя, конечно, ее повсеместное распространение приведет к существенным и пока достаточно сложно предсказуемым изменениям в самой структуре информационно-коммуникативной деятельности.

Приведенный перечень аспектов влияния СМК на сознание и бытие современного человека, очевидно, далеко не полон. Но и его достаточно для того, чтобы прийти к выводу о необходимости внимательнее взглянуть в происходящее. Как-то так получилось, что видение будущего в большей степени захвачено литераторами и кинематографистами. Антиутопии «Матрица», «GENERATION П»,

---

<sup>1</sup> См.: Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003.

весь киберпанк и другие наполнены страшилками внебытийного бытия, и их следует рассматривать как справедливый вопрос, обращенный к культуре человечества, о ее состоятельности. Напротив, теоретико-методологический анализ этих проблем пока находится на стадии попытки извлечения смыслов, запутавшихся в паутине коммуникаций.

### 3.5. Гипертекстуальность журналистских текстов

Интернет, как уже неоднократно отмечалось, не изобрел ничего нового, а всего лишь открыл свойства, изначально присущие журналистике, в том числе факт гипертекстуальности журналистских текстов. Например, гипертекстуальность есть прямое следствие того, что журналистика есть поле множества пересекающихся дискурсов, причем среди них нельзя выделить привилегированные слои, что заставляет признать их равноправие. Вот почему У. Эко вводит метафору энциклопедии, в которой отсутствует линейность повествования. Именно так создаются и читаются гипертексты в компьютерных сетях, когда каждый из пользователей вписывает свою версию и отсылает ее для дальнейшего наращивания другим пользователям.

Получается, что метафора энциклопедии более подходит к СМИ, чем метафора книги. При этом с очевидностью будет происходить стирание прежних категорий жанра и дискурса, да и самих жанров между собой. Если газетную полосу еще можно анализировать с жанровых позиций, хотя и здесь уже возникают вопросы, связанные, например, с различием PR-текста и аналитической статьи, то жанровое деление в интерактивном гипертекстовом интернет-издании становится вообще проблематично.

Причем дискурс здесь можно понимать как текст, взятый в событийном аспекте как социально направленное действие. Метафорически дискурс — это речь, погруженная в жизнь. Так, Р. Фаулер, анализируя язык новостей, постоянно повторяет, что данный язык — частный случай языка вообще, пропитанного невидимой, жесткой идеологией: «Новости — это представление мира в языке; поскольку язык — это семиотический код, он навязывает всему, что представляет, определенную структуру ценностей, социальную и экономическую по своему происхождению; и новости, как и любой дискурс, с неизбежностью конструируют согласно собственным образцам все, о чем в них говорится»<sup>1</sup>. Приводя эту цитату, отечественный исследо-

---

<sup>1</sup> Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. L., N.Y. 1991. P. 4.

ватель А.Д. Трахтенберг<sup>1</sup> отмечает, что «приведенное высказывание по сути представляет собой цепочку тавтологий, в рамках которой язык приравняется к дискурсу, а дискурс — к идеологии. Поскольку все аспекты высказывания — фонологический, лексический, семантический или прагматический могут (и должны) нести идеологическую нагрузку, анализу подлежит любое произвольно взятое высказывание и любой произвольно взятый текст. Это Фаулер и демонстрирует своим читателям с помощью газетных статей на самые разные темы — от проблем общественного порядка до контрацепции, причем подчеркивает, что даже если не все наблюдения строго документированы, общая картина является более чем убедительной».

Гипертекст репрезентирует множество дискурсов и одновременно объединяет их в единый дискурс.

В некотором смысле предтечей гипертекста являлся «текст в тексте». «Текст в тексте» — структура, получившая в XX веке особенно широкое распространение, хотя присутствовала в литературе и раньше. Эта конструкция характеризуется тем, что один текст оказывается вложенным в другой. Последнее создает условия взаимодействия между двумя структурными организациями, между двумя языками, двумя кодировками<sup>2</sup>, что потенциально может породить неограниченное количество смыслов. Более того, только общение и взаимодействие разных текстов способно стать «активным фактором культуры как работающей семиотической системы»<sup>3</sup>. Эта структура позволяет создавать и удерживать смысловое напряжение между фрагментами. Так, чем дальше отстоят друг от друга составляющие системы, тем активнее будет их взаимодействие. Чем серьезнее различие между компонентами, объединяющимися в целое, тем глубже кризис, обозначающий их слияние.

Применительно к журналистике текст в тексте это не только исследовательская модель, а рабочий инструмент. Публикации — газетные и журнальные статьи объединены общим контекстом — журналом или газетой, т.е. текстом, смысл которого определяется заявленной позицией, спецификой своей аудитории, и уже этим становятся текстом в тексте. Но текстом в тексте являются и позиционирование в рубрике, и имеющее определенную символическую

---

<sup>1</sup> Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания. Полис. Политические исследования. 2006. № 4.

<sup>2</sup> См.: Лотман Ю.М. Текст в тексте // Об иск-ве. Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962—1993 гг.). СПб.: Искусство, 1998. С. 423—436.

<sup>3</sup> Там же. С. 427.

нагрузку местоположение материала на газетной полосе. Можно аналогичным образом показать наличие текста в тексте в теле- и радиовещании. Однако увидеть этот феномен можно только, если трактовать текст расширительно, т.е. включить в него все используемые средства трансляции символических значений: место на газетной полосе, заголовки соседних статей, типографику, музыкальные заставки, перерывы на рекламу, имидж ведущих и т.п.

Существование структуры «текст в тексте» позволило ввести понятие «интертекстуальность». Какие бы мы ни взяли признаки интертекстуальности — цитатность, децентрированность, безграничность, все они являются неотъемлемыми характеристиками гипертекста. Очевидно, что цитатный подход заложен в саму основу гипертекста — ссылки есть не что иное, как указатели на смежные тексты, т.е. цитаты. Также не вызывает сомнения, что гипертекст децентрирован по своей природе, стержневая идея неизбежно рассеивается в бесконечности ссылок. Что касается безграничности гипертекста, то масштабы виртуального пространства глобальной сети говорят сами за себя. Специфическим образом в гипертекстовом пространстве выявляется такая характеристика интертекстуальности, как деперсонализация автора.

Сама технология ссылок предполагает множественность авторов, т.е. делает невозможным существование обособленного текста. В глобальной сети именно ссылки определяют онтологический статус текста, ибо лишенный их он становится невостребованным и умирает, затерявшись в информационном океане Интернета.

В трудах Тартуской школы семиотики культура предстает как текст, выстроенный из множества текстов, это «сложная, иерархически организованная, работающая система»<sup>1</sup>. Элементом такой системы является и сам человек, взаимодействующий с текстом, поскольку читатель (или исследователь) понимается как носитель определенного смыслового кода. Участие читателя в производстве смысла особенно ярко проявляется в журналистике, даже в ее вещательной форме, поскольку читательская аудитория в любой политической ситуации продолжает оставаться основным заказчиком информации. В интернет-журналистике, интерактивной по своей сути, вопрос о взаимодействии с текстом переходит в вопрос производства самого текста, а не только его смысла, что воплощается в конкретных технических решениях.

Тезис о «работающем» тексте приобретает дополнительный аспект: текст, таким образом, представляется как «устройство», открывающее себя только в процессе взаимодействия.

---

<sup>1</sup> Лотман Ю.М. Указ. соч. С. 431.

Гипертекст в принципе не может рассматриваться как линейный, или плоский, который видит читатель, читая книгу. Нелинейный текст рассредоточен в пространстве. Он позволяет свести множества значений воедино во времени, позволяет зафиксировать ускользающие значения в виде гибких связей-переходов. Отказ от линейности постулат постмодернизма. Ж. Деррида, например, говорит о новом типе книги, основанном на нелинейном принципе ее организации. Философ уверен, что в предстоящую эпоху нелинейное письмо станет реальным фактом культуры, лишив монополии линейный текст, книгу. Тем самым подрывается тотальность, которую несет в себе книга традиционного типа<sup>1</sup>. И это действительно происходит в коммуникативной реальности Интернета.

Гипертекст, разрушающий детерминированность и однозначность сообщения, оказался созвучным такому постмодернистскому понятию, как деконструкция, применимому к анализу любого феномена культуры, любого текста, неизбежно превращающегося в многосмысленный и бесконечный интерпретативный процесс. В свою очередь, язык оказывается изменчивой средой, и не может сам собой нести смысл или истину. Текст теряет свойство самотождественности, а знание — надежность, поскольку и то и другое транслируется с помощью языка. Исторически определенная картина действительности (эпистема, по терминологии М. Фуко) внутренне проблематична. Эпистема — это существующая в каждую историческую эпоху специфическая, более или менее единая система знания, которая образуется из разнородных дискурсивных практик. Она реализуется как языковой код, языковая норма, бессознательно предопределяющая языковое поведение, а следовательно, и мышление индивидов. По мнению Фуко, эпистема всегда внутренне подчинена структуре властных отношений, выступает как «тотализирующий дискурс», легитимирующий власть, поэтому она не может быть нейтральной или объективной.

Этот тотализирующий дискурс, транслируемый прежде всего СМИ, мистифицирует массовое сознание, порождает мифы и иллюзии и ведет в конечном итоге к фундаментальным трансформациям культуры. Методологически полезно здесь специализировать понятие «эпистема», выделив ее часть — эпистему массмедиа в качестве продукта, порожденного дискурсом повседневности.

Эпистема массмедиа — это и есть все сказанные когда-либо слова, стоящие в сложных отношениях-коммуникациях друг к другу, интерпретируемые в контексте изменяющейся «повестки дня», однако она не стоит на месте, а обладает свойством версильности.

---

<sup>1</sup> См.: *Скоропанова И.С.* Русская постмодернистская литература. М., 1999. С. 26.

Версиален, например, новостной поток. В интернет-СМИ, в частности в поисковиках, на первых страницах приводятся ссылки из новостных лент различных изданий, по сути версий одного и того же события. Это предоставляет возможность пользователю познакомиться со всем спектром их интерпретаций. Еще более примечательный в этом плане проект осуществляет википедия, где открыт отдел новостей, собираемый пользователями-добровольцами. Здесь новости проходят через дополнительный «народный» фильтр, что создает полную иллюзию «народного радио».

В результате такого подхода разрушается представление о существовании определенности значений и фиксированной шкале смыслов. Откуда стало возможным понимать текст, который обходится без контекстов, без языка, и не означает ничего, кроме субъективности акта обозначения.

В этой ситуации все труднее становится различить, где качественная журналистика, а где желтая пресса, где авторская позиция, а где заказная статья. Поле журналистики погружает аудитории в сложный полицентричный дискурс, где трудно определить, чьи интересы поддерживает издание или автор. Методы пропаганды сегодня становятся не только не эффективны, а просто невозможны в этой ситуации, хотя «промывание мозгов», конечно же, никто не отменял, только осуществляется это совсем другими способами, чем раньше.

Подобные эффекты особенно ярко проявляются в мире электронных текстов, который в данном случае ничем не отличается от мира текстов печатных.

Компьютер предоставляет возможность интеллектуальной коммуникации, развивает элементарную грамотность и учит работать с текстовым материалом, т.е. выводит на передний план печатный текст. Но вместе с тем коренным образом меняется способ построения текстового пространства — на смену одномерному тексту приходит многомерный электронный гипертекст. Именно эта качественная трансформация самой природы текста указывает на вхождение в постгутенбергову эру — текст более не может мыслиться исключительно в качестве линейно выстроенного, имеющего определенную направленность, структуру, границы.

Современный способ организации текста соответствует основным идеям номадологии (от *англ.* *nomad* — кочевник, странник), разработанным Ж. Делезом и Ф. Гваттари в «Тысяче поверхностей». Человек, погружающийся в информационно-коммуникативные пространства, управляемые СМИ, становится в определенной степени номадом — кочевником, населяющим пространство, метки которого постоянно смещаются вместе с его трассой. Обитатель

информационно-коммуникативной сети сращен с пространством так же, как и номад, только его мир не степь, а гиперреальность, в которой и проходят его бесконечные путешествия.

Важной особенностью гипертекста является срастание сознания со средствами коммуникации, способность мгновенно осваивать все новые и новые средства, что позволяет говорить о существовании обособленной субкультуры гипертекста. Причем обладание ею становится сегодня профессионально значимым качеством любого журналиста.

## ***Интервью***

***Визитная карточка*** Дарья Хрусталева, журналист

***Профессиональная биография*** Моя профессиональная деятельность началась с практики на телевидении на канале ТВЦ. Хотя, конечно, мне приходилось писать и до журфака. Поскольку весь первый курс на факультете мы занимались журналистикой новостей, я работала на программе «События. Время Московское».

За время практики я узнала, как делается программа от начала и до конца. Вначале меня очень удивило, что журналист еще и сам должен все смонтировать. Поскольку эта практика была ознакомительной, я писала только пробные материалы, которые не шли в эфир. Но редакторы рубрики все равно вычитывали их, указывая все плюсы и минусы получившегося текста.

В итоге, я научилась быстро собирать материал, на месте писать тексты, научилась монтировать и озвучивать тексты на телевидении.

После второго курса я пошла в редакцию газеты «Новые Известия» в отдел культуры. Я ездила на пресс-конференции, брала интервью, комментарии.

Моя самая серьезная и интересная работа — аналитический материал о реалити-шоу и о будущем таких программ в России. Я собрала огромное количество информации о реалити-шоу, которые планируют запустить в новом сезоне центральные телевизионные каналы. Кроме того, я изучила историю появления таких шоу в мире. Специально для меня очень авторитетная исследовательская компания в области СМИ и рекламы «Гэллап-Медиа» составили рейтинги популярности существующих в России шоу и попыталась спрогнозировать их будущее.

Эта практика научила меня планировать материал, продумывать, как писать, с чего начать, чем закончить, т.е. логически выстраивать работу от начала до конца.

После третьего курса я захотела поработать в глянцево-м журнале. Я стала писать для «Seventeen». На мой взгляд, эта практика была наиболее полезной для меня. Именно здесь я научилась писать, по крайней мере, стала гораздо увереннее в своих силах.

Я писала материалы про образование, культуру, отношения, психологию, модные вечеринки, делала интервью и опросы.

Я очень увлеклась модой, модными тенденциями, так что моя практика в «Seventeen» затянулась. В марте я перешла в «YES!». И свою четвертую практику прошла в этой редакции. Здесь я смогла раскрыться как стилист, делать более серьезные и значимые съемки. В «YES!» я стала внимательнее относиться к цвету, к чистоте картинки. Перед съемками я показывала готовые образы редактору моды или главному редактору, и они корректировали их, говорили, чего не хватает, что надо изменить или, наоборот, хвалили и утверждали сразу.

Когда я закончила факультет, меня пригласили работать штатным стилистом в журнал «Cosmopolitan» и редактором отдела моды в журнал «Cosmopolitan Beauty». Там я приобрела хороший профессиональный опыт, научилась быстро реагировать и действовать в сложных ситуациях.

Нынешний этап в моей жизни связан с журналом «Magazine выходного дня». Этот журнал уже был на рынке, но сейчас он перезапускается. Поэтому я с головой погрузилась в этот проект: мы формируем журнал, придумываем рубрики, контент. Недавно сдали первый номер и с нетерпением ждем его выхода в свет.

*Возможна ли теория журналистики, на Ваш взгляд?*

Без теории практически в любой сфере нельзя обойтись. Она дает много знаний и интересных фактов. Думаю, теория журналистики существует, но она должна обязательно быть связана с практикой, так как журналистика, основанная только на теории, не может существовать.

*В чем Вы видите особенность своей профессии? Какими качествами должен обладать профессионал?*

Журналистика — профессия очень специфическая, она требует творчества и трудолюбия. Журналист должен быть ответственным, порядочным, быть патриотом своего дела, хорошо знать его и уметь оперативно работать.

*Если журналистика — «четвертая власть», то в чем ее властная функция?*

Скорее всего, это влияние на сознание людей, формирование их мнений. По сути дела эту функцию можно назвать моральной, как мне кажется.

*Какой будет журналистика завтра в связи с предстоящей цифровизацией?*

Цифровой вариант журналистики — дополнительное средство массовой информации. В нем есть определенные плюсы. У большинства газет есть свои сайты, которые разработаны для предоставления читателю полного архива информации. Теперь можно не хранить все номера газет, а просто зайти и посмотреть их на сайте.

*Что принес Интернет в журналистику и в Ваше журналистское мастерство?*

Оперативность, информативность, активность. Плюс Интернет — это дополнительное средство для рекламных целей. Например, я могу зай-

ти в Интернет на сайт [www.style.com](http://www.style.com) и найти там нужную информацию. Мне не нужно перечитывать все последние материалы о моде или пытаться найти свежую новость. Интернет в этом случае — очень хорошее средство для подготовки материала.

*Каково Ваше отношение к такой проблеме, как пиаризация журналистики и рекламы?*

Журналистика не может существовать без рекламы. Редакционная и рекламная части издания должны быть взаимосвязаны. Но существует разграничение рекламных и нерекламных изданий. Например, в журнале «Cosmo Shopping» очень много рекламы, свыше 60%. В обычных изданиях реклама не должна превышать 30—40%.

*Должна ли российская журналистика иметь свое лицо или быть калькой зарубежной?*

Русскому изданию «Cosmopolitan» не разрешают снимать обложки самому. В журнале «Vogue» — разная верстка для разных стран. Журналистика не должна быть калькой, но она должна быть рассчитана на аудиторию. Яркие материалы можно скопировать, но при этом надо все-таки учитывать интересы читателей.

*Кто, по-вашему, являются лидеры мнений?*

Это авторитетные политики, известные ученые, деятели культуры и искусства. Чтобы человек был лидером, его прежде всего должны показывать по телевидению или писать о нем в прессе. Известные журналисты так же могут оказывать влияние на формирование тех или иных взглядов.

## Глава 4

# Теория коммуникации о журналистике

Журналистика является одним из основных коммуникативных акторов, следовательно, к ней применимы подходы, развиваемые в общих теориях коммуникаций. Мы не будем подробно останавливаться на классических, уже ставших хрестоматийными схемах коммуникации (Р. Якобсона<sup>1</sup>; Г.Д. Лассуэлла<sup>2</sup>), сосредоточившись на понимании коммуникации, социальной коммуникации, массовой коммуникации, как целостных феноменов, присущих социальной реальности с момента ее исторического возникновения.

В современных теориях коммуникации сообщение, в том числе и журналистское, рассматривается как культурно-семиотический конструкт, участвующий в процессе производства и трансляции смыслов. «Общество только кажется статичной суммой социальных институтов: в действительности оно изо дня в день возрождается или творчески воссоздается с помощью определенных актов коммуникативного характера, имеющих место между его членами»<sup>3</sup>.

В связи с этим стоит упомянуть недавно вышедшую на русском языке работу Коринны Куле «СМИ в Древней Греции»<sup>4</sup>. Несмотря

---

<sup>1</sup> Наиболее распространенная схема коммуникационного акта (известна так же как схема Романа Якобсона) выглядит так: «Коммуникатор — Текст — Реципиент». Коммуникатор (он же отправитель, или адресант) «запечатывает» нужную для него информацию в конверт-текст и отправляет реципиенту (он же получатель, или адресат), который ее «распаковывает», принимает к сведению, хранит и пользуется.

<sup>2</sup> Г. Лассуэлл сформулировал ставшее классическим определение массовой коммуникации в 1948 г. Массовая коммуникация — это такой «акт коммуникации», который раскрывается по мере ответа на возникающие в процессе его осмысления вопросы: кто — что сообщает — по какому каналу — кому — с каким эффектом. При помощи этой формулы Г. Лассуэлл выделил основные разделы исследований в области массовой коммуникации: 1) анализ управления процессами массовой коммуникации; 2) анализ содержания сообщений средств массовой информации; 3) анализ работы различных СМИ; 4) анализ их аудитории; 5) анализ результатов воздействия средств массовой информации на аудиторию.

<sup>3</sup> Сепир Э. Коммуникация // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс-Универс, 1993. С. 426.

<sup>4</sup> Куле К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия.../Пер. с франц. Кулланды. М.: Новое литературное обозрение, 2004.

на неудачный перевод названия работы (во французском оригинале «*Communiquer en Grece Ancienne*, т.е. «Коммуникации в античной Греции»), она представляет значительный интерес для исследователей коммуникации. В работе на фактическом материале демонстрируются образцы коммуникативных действий и их генезиса.

В предисловии К. Куле пишет: «Отправной точкой последних (теорий коммуникации — *авт.*) неизменно служат проблемы распространения некоего сообщения, функционирования «групп» индивидов, социальных отношений, которые они объясняют с помощью разнотипных подходов, например, математическая теория информации, психологии «групп», культурная антропология. Такого рода анализ сочетается с собственно лингвистическими исследованиями, такими, как прагматика, занимающаяся словом в контексте, или с более специфическими, подобными Хабермасовым, взглядами на развитие и преобразование социального пространства. Тем самым понятие коммуникация стало ключевым для постижения современных обществ»<sup>1</sup>.

Далее автор показывает, что теории коммуникации применимы к историческим исследованиям. Хотя он ставит перед собой в книге более скромную задачу: «Прежде всего, что мы понимаем под коммуникацией в Греции? Это обмен словами, писаниями, людьми, их передвижение из одного места в другое или внутри одного места, например, на агоре, площади общественных собраний. Мы возмемся за решение сугубо практических вопросов: как в полисе узнавали новости? Устно? Посредством письменных текстов? На каких носителях? При помощи каких средств распространения? Легко ли греки общались с чужеземцами? На каком языке? Нам интересно человеческое общение в широком смысле — перемещение людей, передача знаков»<sup>2</sup>.

Поиск ответов на подобные вопросы позволяет автору представить широкую палитру коммуникативных явлений политической и общественной жизни Древней Греции: риторику, театр, политические собрания, Олимпийские игры и т.п.

Именно такой широкий взгляд на средства коммуникации и коммуникацию — от алфавита до путей сообщения и вызывает особый интерес у читателя. Коммуникации в жизни современного общества — это прежде всего системы связи, обработки и передачи различных видов информации, разветвленные пути сообщения. В распространении коммуникаций находит непосредственное выражение специфика современной производственной деятельности человека,

---

<sup>1</sup> Куле К. Указ. соч. С. 6—7.

<sup>2</sup> Там же. С. 7—8.

невозможной без широкой кооперации, обмена знаниями и материалами, без маневра трудовыми ресурсами в региональном и глобальном пространственно-географическом пространствах<sup>1</sup>.

Реконструкции коммуникативных аспектов античной культуры посвящена также книга Е.Я. Басина. «Искусство и коммуникация (очерки из истории философско-эстетической мысли)»<sup>2</sup>. В ней коммуникативные аспекты разыскиваются в основном в литературных источниках и предметах искусства. Знакомство с этими и подобными работами дает право предположить, что прототипы хорошо известных нам сегодня коммуникативных практик были сформированы еще в Древнем мире и затем лишь видоизменились вместе с развитием технико-технологической базы коммуникаций<sup>3</sup> вплоть до эпохи Интернета, являющейся качественно новым этапом в развитии цивилизации и соответственно коммуникативных практик, в том числе и журналистики. Говоря о коммуникации и тем более о массовой коммуникации, в данном контексте, мы одновременно говорим о массовой информации, поскольку массовая информация с помощью средств массовой информации превращается на самом деле в массовую коммуникацию.

## 4.1. Поток коммуникативных действий

По определению П. Лазарсфельда и Р. Мертон, массовая коммуникация — это поток коммуникативных действий, направленных на присвоение статуса общественным проблемам, личностям, организациям и общественным движениям, укрепление социальных норм, наркотизацию социума путем непреднамеренного (преднамеренного) преобразования энергии людей от активного участия к пассивному знанию, способствование конформизму путем укрепления существующей структуры общества, минимизации возможности появления критических настроений в обществе, развитию ре-

---

<sup>1</sup> См.: Клягин С.В. К проблеме междисциплинного синтеза наук в российских моделях PR-образования // Public Relations — наука, образование, профессия (матер. Междунар. научно-практ. конф. 17 апреля 2003 г.). СПб., 2003 С. 39—41.

<sup>2</sup> Басин Е.Я. Искусство и коммуникация (очерки из истории философско-эстетической мысли). М.: Московский общественный научный фонд; ООО «Издательский центр научных и учебных программ», 1999 (Серия «Учебная литература», вып. 6).

<sup>3</sup> Понятие технико-технологической базы коммуникации было введено Клягиным (указанное сочинение).

ального критического мировоззрения<sup>1</sup>. Здесь аналогия с пропагандистской функцией СМИ очевидна.

«Как оценить социальную роль массовой коммуникации? Какими для общества являются результаты деятельности Голливуда, городского радио и прочих структур? Не имея точных сравнительных данных и результатов эмпирических исследований, мы можем обсуждать эти вопросы лишь умозрительно. Сравнения с обществами, где массовая коммуникация не получила столь широкого развития, будут страдать чрезмерным огрублением. То же следует сказать о попытках анализа этих проблем на базе ранней американской реальности. В этой ситуации различные точки зрения должны приниматься во внимание»<sup>2</sup>.

## 4.2. Языковые игры

На формирование подобного отношения к коммуникациям существенное влияние оказали работы философа Людвиг Йозефа Иоганна Витгенштейна, а конкретнее его работы по философии языка<sup>3</sup>. В частности его тезис о множественности языковых игр, согласно которому языковая деятельность в различных ситуациях регламентируется различными правилами. Таким образом, участники коммуникации, например журналист и читатель, включаясь в языковую игру, оперируют языком для достижения собственных целей, ограниченных правилами игры.

## 4.3. Ступенчатая модель и спираль молчания

Одним из следствий этого принципа можно считать модель П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Г. Годэ<sup>4</sup>, выявивших ступенчатый характер воздействия СМИ. Анализируя несоответствия результатов выборов направленности воздействия СМИ, они пришли к выводу, что политические установки, внедряемые через СМИ, распространяются не непосредственно, а опосредованно через лидеров мнe-

---

<sup>1</sup> См.: Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000. С.138—149.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> См.: Витгенштейн Л. Философские исследования // Витгенштейн Л. Философские работы. Ч. 1. М.: Гнозис, 1994.

<sup>4</sup> Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. N.Y., 1948.

ний, т.е. путем межличностной, а не массовой коммуникации. Это наблюдение легло в основу и подтвердилось в концепции Э. Нозль-Нойманн, получившей название «спираль молчания»<sup>1</sup>.

В эпоху Интернета межличностные связи, возникающие в глобальной сети, в том числе и на фоне использования традиционных массмедийных вещательных технологий, например в процессе обсуждения публикаций на форуме созданного каким-либо изданием, является важнейшим фактором распространения и утверждения мнений. Среди новейших явлений подобного рода можно упомянуть блогосферу, в которой авторы блогов выступают в роли лидеров мнений организованных вокруг блогов сообществ. Тот факт, что блогосфера занимает все более значимое место в медиапространстве, подтверждается интересом, который начали проявлять к блогам представители бизнеса и традиционных СМИ.

#### 4.4. Система смысловой коммуникации. Аутопойесис

Коммуникация — явление социальное и реализуется в рамках той или иной социальной системы. Социальные системы, как показал немецкий социолог Никлас Луман, являются самовоспроизводящимися и самореферентными системами смысловой коммуникации. Они трансформируют невероятность коммуникации в вероятность и надежность, поддерживая тем самым жизнь общества. Порождаемый коммуникацией смысл, по Луману, это форма упорядочения человеческого существования, определяющая контур, внутри которого возможна организация социальных систем. «Под социальной системой здесь должна пониматься смысловая связь социальных действий, которые соотносятся друг с другом и могут быть отграничены от среды, состоящей из не относящихся к ним действий»<sup>2</sup>.

В концепцию «символически обобщенных средств коммуникации» Н. Луман включает любовь, религию, власть как средства коммуникации, истину, подтверждающие существование веры, семьи, науки, политики. Коммуникация, в его представлении, является элементарной социальной операцией, конституирующей общество как систему<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: *Нозль-Нойманн Э.* Общественное мнение: открытие спирали молчания. М., 1996.

<sup>2</sup> См.: *Филиппов А.Ф.* Социально-философские концепции Никласа Лумана // Социологические исследования. 1983. № 2.

<sup>3</sup> *Луман Н.* Что такое коммуникация: Пер. с нем. // Социологический журнал. 1995. № 3.

Ключевым понятием в теории Н. Лумана является понятие аутопойесиса т.е. самовоспроизводства, заимствованного у нейробиолога Хумберто Матураны<sup>1</sup>.

Свойство аутопойесиса, заключающееся в способности воспроизводить себя из самого себя, характерное для биологических объектов, приписывается Н. Луманом социальным системам. Общество как самовоспроизводящаяся, аутопойетическая система образуется и отграничивается от внешней среды путем отбора определенных способов действия. Среди этих способов действия значительную роль играют СМИ. Следствием отношения к СМИ, как к аутопойетическому фактору, является распространенная сегодня идея о доминирующей роли журналистики в конструировании и проектировании реальности.

В работе «Социальные системы» Н. Луман рассматривает их с позиции трех различных уровней: интеракции, организации и общества. Каждая коммуникация, происходящая в мире, принадлежит обществу, и общество определяется через коммуникацию: вне коммуникации общества не существует<sup>2</sup>.

По мнению Н. Лумана, массовые коммуникации структурируются посредством тематизаций, т.е. актуальных на данный момент вопросов. Причем их количество ограничено, а роль их формирования принадлежит в основном СМИ. Они воспроизводят темы и выдвигают их на повестку дня, опережая события во времени (функция СМИ в определении повестки дня — agenda-setting function).

Важно отметить, что концепция аутопойесиса имеет непосредственное отношение к Интернету, так как самоорганизация и самопорождаемость являются системными свойствами сети. Интернет не имеет тех ограничений по объему информационных потоков, которые естественны для традиционных СМИ. Достаточно посмотреть, как развиваются дискуссии на форумах и чатах, чтобы убедиться в том, что заранее заданная тема, за редким исключением, не удерживается, а быстро порождает другую тему, а та следующую, и так до тех пор, пока общающиеся готовы поддерживать общение. Именно субъекты коммуникации, а не темы обсуждения ее структурируют.

---

<sup>1</sup> См: *Maturana H.R.* Erkennen: Die Organisation und Verkörperung von Wirklichkeit: *Ausgewählte Arbeiten zur biologischen Epistemologie*. Braunschweig, 1982.

<sup>2</sup> *Luhmann N.* Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main, 1984.

## 4.5. Коммуникативное действие

Коммуникативное действие — следующее ключевое понятие теории коммуникации. Его ввел Юрген Хабермас («Коммуникация и эволюция общества», «Теория коммуникативного действия», «Знание и интересы» и др.). Позиция Ю. Хабермаса основывалась на позиции К. Ясперса, заключающейся в том, что истина — это коммуникация, а истинная коммуникация — это коммуникация по поводу поиска истины.

Ю. Хабермас говорит о теории коммуникативного действия как о теории общества, стремящейся выявить свои критические масштабы<sup>1</sup>. Коммуникация включена в систему действий. Но акторы могут действовать, лишь достигая понимания ситуации действия. Понимание — механизм координации действий, в значительной степени опирающийся на многоуровневую систему знаний. Стремясь к пониманию, актор прилагает интерпретационные усилия, выявляя смыслы сообщения в контексте ситуации. Отсюда актуализируется проблема интерпретации сообщения. Смыслы, порожденные в результате проинтерпретированных сообщений, формируют «жизненный мир» участников коммуникации. Жизненный мир (*Lebenswelt*) — ключевое понятие в его теории — организованный и передаваемый от поколения к поколению посредством культурных традиций запас знания, сосредоточенного в культуре, и прежде всего в языке.

По мнению философа, сегодня коммуникативные действия преобладают над действиями, ориентированными на достижение цели, следование нормам, преднамеренную экспрессию (телеологическое действие, действие, регулируемое нормами и драматическое действие в терминологии Ю. Хабермаса). Стало быть, социальные процессы (процессы интеграции, социализации, институционализации) протекают в проинтерпретированной культурно-коммуникативной сфере, а каждое действие индивида в обществе сопровождается сопоставлением возникающих смыслов и смыслов, уже зафиксированных в культуре. «Культурой я называю запас знания, — пишет он, — из которого участники интеракции, стремясь достичь понимания относительно чего-либо в мире, черпают интерпретации. Обществом я называю легитимные порядки, через которые участники коммуникации устанавливают свою принадлежность к социальным группам и тем самым обеспечивают солидарность. Под личностью я понимаю компетенции, делающие субъекта способ-

---

<sup>1</sup> *Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main. M.: Suhrkamp, 1985. B. 1: Handlungsrationality und gesellschaftliche Rationalisierung.*

ным к владению речью и к действию, т.е. позволяющие ему принимать участия в достижении понимания и тем самым утверждать свою идентичность»<sup>1</sup>.

Таким образом, сущность коммуникации для Ю. Хабермаса заключается в личностно освоенной социальности (идентичности), а коммуникативное действие — это механизм сохранения или обновления консенсуса как фактора стабильности. Сутью коммуникации является взаимопонимание, которое помимо установки на согласие говорящих и взаимного отказа от субъективизма включает еще и общность жизненного мира.

Важным элементом теории Ю. Хабермаса является противоречие между жизненным миром и системным миром (или миром систем), под которым понимается мир инструментальных отношений, связанных с рынком и государством. Хабермас говорит о постепенной колонизации и захвате жизненного мира системным миром. Системный мир — паразитарное образование, поскольку для своего развития нуждается в воспроизводстве жизненного мира. Системный мир рационализирует жизненный мир и ставит его в зависимость от экономики и государственного управления. В связи с этим важно понять роль СМИ в этом процессе, выяснить, на чьей стороне четвертая власть, объединяющая в себе свидетельство событийности (жизненный мир) и служение господствующим общественным институтам? Однозначно на этот вопрос мы не ответим.

Интересно соотнести концепции Хабермаса со свойствами Интернета, который, с одной стороны, является воплощением рациональности и системности, а с другой — становится плацдармом для структуризации иных жизненных миров, в полном соответствии с трактовкой этого термина Ю. Хабермасом, т.е. мира осваиваемого и конструируемого посредством понимания.

## 4.6. Перформативное высказывание

Другой подход развивает Дж. Остин, вводя понятие перформативного высказывания, для которого производство высказывания и есть осуществление действия. При этом речь как действие и действие как следствие речевого акта становятся различными<sup>2</sup>.

Перформативы, таким образом, непосредственно конструируют реальность, поскольку инициируют некоторые действия и являются их неотделимой частью. Согласно известной теореме Томаса «Если

---

<sup>1</sup> *Habermas J.* Указ. соч. С. 209.

<sup>2</sup> См.: *Остин Дж. Л.* Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М.: Прогресс, 1986.

ситуация определяется человеком как реальная, то она реальна по своим последствиям». Перформативное высказывание как раз и создает условия для восприятия ситуации как реальной, причем реальность ее подкрепляется последствиями. Одним из условий этого процесса является наличие конвенциональных процедур, приводящих к ожидаемому результату и включающих в себя произнесение определенных слов определенными лицами в определенных обстоятельствах. Необходимо сказать, что этот прием эксплуатируется СМИ и вообще разными коммуникаторами с начала их появления в социуме.

Конвенциональность журналистики определяет не только содержательные, но и стилевые характеристики сообщений. Собственно говоря, жанры журналистики порождаются определенной конвенциональностью, задающей правила дискурса на том или ином поле, и определяющей уместность или неуместность формы подачи той или иной информации в том или ином издании (текстуальном пространстве), в то или иное время (темпоральном пространстве). В акте понимания сообщения и вскрытия его смысла необходимо уметь отделять перформативные высказывания, которые в данном случае играют роль формы и упаковки. Впрочем, поскольку средство тождественно сообщению, перформативные высказывания также являются смыслодержащими, только этот смысл не может быть прочтен буквально, а имеет символический характер.

## 4.7. Поля Бурдье

Удачную структуризацию социальных пространств осуществил Пьер Бурдье, выделив несколько *полей* — областей коммуникативной практики. Поле здесь — это пространство игры, подчиненное исторически сложившимся законам функционирования, интересам, целями, ценностям. Понятие поля позволяет различать по функциональному основанию относительно замкнутые области практики: религию, культуру, экономику, политику. Индивидов, действующих в поле, П. Бурдье называет *агентами поля*. Агент может занимать позиции одновременно в нескольких из них. Они могут быть как индивидуальными, так и институциональными.

В поле СМИ индивидуальными агентами выступают отдельные журналисты, репортеры, ведущие передач, редакторы, владельцы СМИ, а институциональными агентами являются вещательные организации, теле- и радиоканалы, информационные агентства, издательства, газеты, интернет-издания и т.д.

Понятие агента заменяет понятия субъекта и индивида, отличаюсь от них тем, что агенты реализуют стратегии — системы практики, движимые определенной целью. Агенты «доминирующие в данном поле, находятся в позиции, когда они могут заставить его функционировать в свою пользу, но должны всегда рассчитывать на сопротивление, встречные требования, претензии, «политические» или нет, тех, кто находится в подчиненной позиции»<sup>1</sup>.

Согласно концепции П. Бурдьё, массмедиа — это поле, являющееся системой социально-детерминированных объективных связей между различными позициями, находящимися в альянсе или в конфликте, в конкуренции или кооперации, и независимых от физического существования индивидов, которые эти позиции занимают. Культурная практика агентов поля СМИ заключается в производстве и распространении информации. Массмедиа имеют дело только со знаками и поэтому объективно не отражают реальность. Однако они не являются и манипуляторами общественным мнением, так как поле СМИ — это конкурентная среда, где пересекаются интересы, позиции и практики многих агентов.

Для описания практик П. Бурдьё вводит понятие «габитус». *Габитус* — это система диспозиций, порождающая и структурирующая практику агента и его представления, позволяющая ориентироваться в социальном пространстве и адекватно реагировать на события и ситуации. Габитус есть продукт социализации, произведенный за счет неосознанного усваивания жизненного опыта. В каком-то плане габитус можно сравнить с понятием социальной установки (аттитюдом), которая определяет форматы реагирования на определенные ситуации и поведения при решении определенных социальных задач.

Политическая власть и влияние медиа, политическое влияние и политика влияния СМИ во взаимодействии образуют *символическое пространство*, т.е. являются предпосылкой формирования институции *символической власти*. Она заключается в управлении моделями массового и индивидуального поведения, социальными представлениями, установками, а также проектами устройства общества и государства. Вот в каком смысле можно говорить о четвертой власти журналистики.

В современном мире поле политики и поле СМИ все более пересекаются, так как все более обостряется борьба за информационные ресурсы, за доступ к вещанию.

Анализ концепции П. Бурдьё вызывает ряд вопросов. Например, применима ли концепция поля в ситуации расширения участия интернет-организованностей в политической и информационно-

---

<sup>1</sup> Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1993. С. 19.

коммуникативной действительности, если одно из системных свойств Интернета заключается в том, что все в нем происходящее трудно оконтурить, и следовательно, трудно определить поля и их агентов. В силу этого усиливающиеся взаимопересечения полей политики и СМИ, равно как и бизнеса, образования, религии и других, являются следствием интеграционных процессов, свойственных информационному обществу.

Символическая власть — это так называемая четвертая власть СМИ, а точнее СМК, которая претендует уже на нечто большее — на управления образом реальности (эйкосом).

Также актуальным становится вопрос, насколько поведение юзеров в Интернете (именно поведение, а не только общение) будет модифицировать поведение обывателей в социуме, то есть насколько коммуникативное пространство будет задавать модусы поведения, ценности и установки в посюсторонней от экрана дисплея жизни.

## 4.8. Маршалл Маклюэн

Важными для понимания глубинной сущности СМИ являются работы Маршалла Маклюэна, который провел теоретический анализ влияния массовой коммуникации на социальное развитие.

Ключевым тезисом Маклюэна считают следующее: *the medium is the message (средство есть сообщение)*. Это означает, что содержание любого сообщения не может рассматриваться вне формы его выражения и вне каналов его распространения. Любое событие приобретает общественную важность не само по себе, а в связи с переданными средствами коммуникации сообщениями о нем, с точностью, быстротой, широтой этой передачи. Средство массовой коммуникации нашего времени — электронная техника — изменяет и перестраивает формы социальной взаимозависимости. Мгновенность (симультанность) электронной технологии усиливает соучастие и вовлеченность не только в медиасобытия, но и в порождаемые медиа псевдособытия — симулякры.

Основные идеи Маклюэна выражаются в следующем.

*Признание за СМИ огромного манипулятивного потенциала.* СМИ способны на «всеобъемлющее насилие», лишение человека возможности оценки собственного жизненного опыта, точнее замены личного опыта распространяемым через СМИ мнением.

*Имплозия коммуникации* (взрыв вовнутрь) — предельно стремительное «взрывное сжатие» пространства, времени и информации, а следовательно, «взрыв» глубинных ценностей индивида.

*Холодные и горячие медиа.* Горячие медиа разжигают какое-то одно чувство до предела, до очень высокого разрешения, т.е. до

полного заполнения информацией содержания. Такие медиа не дают работать фантазии и воображению коммуникантов и аудиторий. Напротив, холодные медиа оставляют такую возможность. По Маклюэну, холодные медиа — это технологии племени, живого включения, участия; горячие — технологии цивилизации, абстрагирования, уединения, пассивности. Холодные медиа, появляющиеся сегодня, реплеменизируют общество; горячие — рецивилизируют. На их противоречии и чередовании основано социальное развитие. Маклюэн вводит также понятие перегретых медиа. Когда горячие медиа перегреваются, насыщаются другой системой, они видоизменяются в другие медиа.

*Медиа как ампутация.* Маклюэн рассматривает СМИ как расширения чувств человека, подобно тому, как в свое время Э. Геккель рассматривал орудия деятельности, как органопроекции, т.е. продолжение человеческих органов. Причем при многократном расширении одного из его чувств возможно наступление состояния оцепенелости, отключения чувства. Это состояние Маклюэн называет автоампутация. Подобный механизм объясняется тем, что нервная система защищает себя посредством изоляции, ампутации «ненормального» органа, чувства или функции. Будучи отделена от тела, функция замыкается и достигает в себе высокой интенсивности, но такое усложнение опять воспринимается и переносимо нервной системой только оцепенением или уже следующей блокировкой восприятия. Так самоампутация исключает самоознание, т.е. разрушает самость. Следовательно, СМИ, по Маклюэну, уничтожают самости и личностности.

*Медиарасширения чувств порождают не пересекающиеся системы.* Если изолированность наших чувств компенсируется действием сознания, то их медиарасширения остаются замкнутыми системами, не способными к взаимодействию.

Главная идея М. Маклюэна — средства массовой коммуникации есть базовая детерминанта исторического процесса.

Здесь, на наш взгляд, проявилась идеолатрия<sup>1</sup> М. Маклюэна. Точно так же весь исторический процесс можно объяснить изменением отношений собственности (как это делал К. Маркс) или прогрессом в обработке металлов, или военными компаниями, и еще чем-нибудь. Тем не менее, это положение можно использовать как хорошую и продуктивную исследовательскую модель.

---

<sup>1</sup> Идеолатрия (по русскому философу Н.Ф. Федорову) — поклонение идеи, свойство ученых абсолютизировать ими же самими созданные идеи. Идеолатрия аналогична идололатрии (идолопоклонству). См.: *Федоров Н.Ф.* Философия общего дела. В 2 т. М.: Издательство АСТ, 2003.

По Маклюэну, во второй половине XX в. человечество стало жить в постписьменном электронном мире, где действует макромиф как динамично-смысловая структура общения людей друг с другом и миром. К подобной структуре относятся и языки. Причастность к таким языкам и мифам придает современным формам СМИ характер коллективного мифотворчества. Можно даже говорить о коллективной медиагенной галлюцинации. Следовательно, СМИ — это мифотворческая сила, покоряющая массы, конструирующая мир синтезированной чувственно-осозательной и слуховизуальной постписьменной культуры.

В «Галактике Гутенберга» М. Маклюэн доказывает, что книгопечатание закрепило переход цивилизации от аудитактильного к визульному типу, что привело к многочисленным культурным разрывам, в частности к «разрыву» сердца, ума, эмоций. Постписьменная электронно-опосредованная цивилизация нашего времени — это возврат к аудиовизульному типу, который осуществляется особенно драматично для визуалистического Запада. Восток (в том числе и Россия) в большей степени сохранил в себе навыки слуховых форм коммуникации<sup>1</sup>.

Средства общения (в самом широком смысле этого слова, включая книги, кино, средства связи и другие формы общения между людьми) не только и не столько передают информацию, определенные сообщения, но и сами активно влияют на индивидуальное и общественное сознание. Знакомство, произведенное опосредованным опытом, может зачастую приводить к чувству инверсии реальности. Реальная вещь или событие при их рассмотрении кажутся имеющими меньше конкретной значимости, нежели то, как они представлены в СМК.

Концепции и идеи М. Маклюэна важны тем, что постулируют мощность влияния СМИ на все стороны человеческого бытия. Вместе с тем, по нашему мнению, революция, устроенная электронно-опосредованными средствами коммуникации (телеграфом), уже завершена. На повестке дня свершающаяся революция под знаменами сетевых коммуникаций, отличающихся не особенностями каналов связи (все тот же телеграф, только через спутник), а способами организации их взаимодействия, т.е. сети.

Осмысление последствий этой революции столь же проблематично для наших современников, как было проблематично осмысление последствий книгопечатания для современников Гутенберга.

В связи с последним тезисом М. Маклюэн отмечает: «Булер говорит о ”значительном числе дошедших до наших дней манускрип-

---

<sup>1</sup> См.: *Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры*. Киев: Ника-Центр, 2003 (Серия «Сдвиг парадигмы». Вып. 1).

тов, которые были скопированы с печатных книг”». И далее: «В действительности, разница между манускриптами пятнадцатого столетия и инкунабулами очень невелика, поэтому исследователю начального периода книгопечатания следует знать, что первопечатники смотрели на новое изобретение как на всего лишь другую форму процесса писания — *artificialiter scribere*»<sup>1</sup>. «”Безлошадная карета” — хороший пример такого же двусмысленного положения, в котором некоторое время находилась печатная книга»<sup>2</sup>.

## 4.9. Франкфуртская школа

Достаточно последовательную позицию относительно СМИ работала группа известнейших философов и социологов из Франкфуртской школы (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм, с 1960-х годов. — Ю. Хабермас), каждый из которых достоин отдельного рассмотрения. Ее представители первыми в западной философии обратились к анализу массмедиа, как к средству манипуляции и подавления личности, сосредоточившись на критике идеологии потребления, товарного фетишизма, анализа индустрии культуры, с целью выявления зон манипуляции и анализа ее способов.

По мнению представителей этого направления, прошли времена, когда господство достигалось с помощью террора. Сегодня оно обеспечивается суммой технологий медиа. Причем существует прямая зависимость между уровнем благосостояния общества и степенью тотальности контроля индивидов.

Появление индустрии культуры, точнее перерождение культуры в индустрию, обусловлено необходимостью экономико-технического координирования, осуществляемого за счет манипуляции потребностями, в частности подавление протестности путем насаждение адекватных статус-кво материальных и интеллектуальных потребностей.

Индустрия культуры предполагает перерождение в товар предметов культуры и связанный с этим процесс стандартизации, массовизации, стереотипизации. Стереотипизация приводит к потере адекватных представлений о реальности. Индивидуальный опыт, опосредованный медиа как институтом индустрии культуры, чреват нарушением социализации в обществе, т.е. является угрозой его существования и воспроизводства. Следствием разворачивания ин-

---

<sup>1</sup> Buhler C. The Fifteenth Century Book. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1960. P. 16.

<sup>2</sup> Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. К.: Ника-Центр, 2003 (Серия «Сдвиг парадигмы»; Вып. 1). С. 228.

дустрии культуры является также атомизация общества, ослабление межличностных коммуникаций, отчуждение.

Следствием и проявлением этих тенденций становится то, что в СМИ начинает преобладать функция развлечения, исключая самостоятельное мышление и воображение. Коммуникативная технологическая реальность захватывает личное внутреннее пространство человека. Творческое одиночество, которое является условием размышления и способности индивида противостоять обществу, становится невозможным.

Массовое производство культуры не предполагает существования позиции индивидуальности. Даже в тех случаях, когда индивидуальность оказывается способной на бунт против общественных стереотипов, мегамашина индустрии культуры поглощает ее, превращая в новый товар-бренд. Таким образом, система выработала совершенные механизмы абсорбции любых форм спонтанности.

Работы теоретиков Франкфуртской школы выявили ряд системных противоречий современного этапа цивилизационного развития. Эти противоречия, вероятнее всего, будут только усилены развитием проекта информационного общества. Однако, по нашему мнению, проблема товарного фетишизма, характерная для индустриальной эпохи и первого этапа постиндустриальной эпохи — так называемого общества потребления, снимается овеществлением информации. Это в свою очередь приводит к обесцениванию материальных товаров и благ и одновременному перепроизводству информационно-имиджевых товаров. Последнее не может не вызвать кризиса перепроизводства, что ведет к последующей структурной перестройке мировых рынков. Глобальная сеть при этом будет выступать в роли мощнейшего катализатора.

## 4.10. Интеракции Томпсона

Конечно, не все исследователи разделяют пессимистическую позицию представителей Франкфуртской школы. Например, Дж. Томпсон полагал, что во Франкфуртской школе слишком прямолинейно рассматривают аудиторию как пассивных реципиентов сообщений СМИ. Он пишет: «Сообщения массмедиа обычно обсуждаются людьми в процессе восприятия, рассказываются и пересказываются, трансформируются в соответствии с образом жизни людей, благодаря интерпретации и повторной интерпретации, комментариям, осмеянию и критике. Воспринимая и принимая сообщения и обыденно включая

их в наши жизни... мы снова и снова создаем и перестраиваем наши умения, навыки и знания, проверяем наши чувства и вкусы, расширяем горизонты нашего опыта»<sup>1</sup>.

Теория Дж. Томпсона о медиа базируется на различии между тремя типами взаимодействия (интеракций).

- Межличностное взаимодействие (face-to-face interaction), требующее взаимного присутствия, соучастия, ориентированности на собеседника.
- Медиатированное взаимодействие (mediated interaction) — взаимодействие при помощи СМИ, использование медиатехнологий: бумаги, электрической связи, электронных импульсов. Коммуникаторы разделены во времени и пространстве. Медиатированное взаимодействие имеет место между индивидами напрямую — например, два человека разговаривают по телефону — но здесь нет того же разнообразия каналов и символических кодов, что в межличностном взаимодействии.
- Медиатированное квазивзаимодействие (mediated quasi-interaction) — псевдовзаимодействие при помощи СМИ. Это вид социальных отношений, создаваемых массмедиа. Такое взаимодействие характеризуется отсутствием прямых индивидуальных связей (поэтому квазивзаимодействие), благодаря медиа коммуникаторы разделены во времени и пространстве. Медиатированное квазивзаимодействие происходит в форме монолога: например, телепрограммы, — односторонняя форма коммуникации. Люди, смотрящие телепрограммы, могут обсуждать их и, возможно, направлять свои замечания на телевидение, но, конечно, без обязательной обратной связи.

С точки зрения Дж. Томпсона, все три типа переплетены в современности, что приводит к изменению баланса между общественным и частным.

Дж. Томпсон трактует идеологию, продвижение которой является одной из основных функций СМИ, как проявление символической власти. Содержания, передаваемые в сообщениях СМИ, мобилизуются властью и, посредством символических форм, служат установлению и поддержанию отношений доминирования. Сами символические формы конституируют социальные отношения, что позволяет массмедиа участвовать в расширении границ идеологий в современных обществах. Получается, что вопреки распространенному представлению о том, что значение идеологий и идеологии по

---

<sup>1</sup> Thompson J.B. The Media and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1995. P. 42—43.

мере демократизации ослабевает в современном обществе, идеологическое давление, вооруженное совершенными медиатехнологиями, будет только возрастать.

## 4.11. Культивационный анализ

Влияние идеологий на индивида, а также формирование и изменение политических установок личности в результате воздействия медиа оказались в центре внимания Анненбергской школы, сформировавшейся вокруг Дж. Гербнера и его коллег по Пенсильванскому университету. В рамках этой школы была разработана методика культивационного анализа, основанного на представлениях о значительных социализирующих возможностях современных СМИ.

Анненбергская школа была создана в 1959 г. для изучения СМИ по трем главным направлениям: 1) анализ кодов и форм структурирования образов и сообщений; 2) исследование поведения разных групп в коммуникационном процессе; 3) изучение коммуникационных институтов и политики.

Согласно концептологии этой школы, коммуникация рассматривалась не только как неотъемлемый атрибут человеческой культуры, но и как медиум с эволюционирующими общественными отношениями. Следовательно, теория коммуникации приобретала многопрофильный характер и обязана была включать в себя сравнительно-историческое объяснение специфики современных СМИ.

Один из наиболее известных проектов Анненбергской школы — программа «Профиль насилия» (1967—1977). Основным объектом исследования в этой программе было телевидение как актор трансляции повторяющейся и ритуализированной системы символов. Целью исследования было раскрытие системной природы телевидения как средства сохранения существующих общественных отношений и структур. Функция телевидения соотносилась с функцией мифологии, превращающей представления и ритуалы в формы символической социализации и контроля.

Телевидение — средство установления и сохранения существующего порядка, а не источник изменений. Его главная функция — распространение и стабилизация социальных моделей, культивирование сопротивления изменениям. Телевидение — средство социализации большинства с помощью стандартных ролей и поведения.

Виртуальный мир, создаваемый телевидением, управляется насилием, долгое созерцание которого может привести к культу страха и уступкам силе. «Аудитория, для которой предназначаются те-

левизионные передачи, ... это в большинстве своем средние классы, представляющие Америку страной демократии: наши руководители действуют в соответствии с желаниями людей, наша экономика — свободна, а Бог — живой, белый и мужчина»<sup>1</sup>.

Методология исследования Анненбергской школы включает два уровня изучения системы телевизионных сюжетов и образов.

Первый — *системный анализ передач*. Он выявляет структуру и композицию символического телевизионного мира. Телемир — символическая окружающая среда — получает географические, демографические, социальные характеристики, воплощающиеся в главных действующих лицах (типажах), населяющих этот телемир, их образе жизни, пристрастиях, занятиях и судьбах. Системный анализ позволяет выявить макрохарактеристики основного потока информации.

Второй уровень — *культивационный анализ*. Он изучает, что именно усваивается сознанием зрителей в качестве норм и ценностей. Факты из телемира переформулируются в вопросы, при помощи которых познается социальная реальность. Таким образом, выявляются основные аспекты символической окружающей среды, а кроме того концепции социальной реальности, которые культивируются в сознании зрителей.

Упрощенно методология исследования состоит из трех этапов, на которых анализируется: 1) содержание программы в целом; 2) эпизоды насилия, имеющиеся в этой передаче; 3) типы характеров — главные и второстепенные.

Результаты работы Анненбергской школы для нас интересны прежде всего тем, что СМК также может быть рассмотрено в качестве символической окружающей среды, создающей новые ритуалы и формы символической социализации и контроля. Разработанная в рамках этой школы методология может быть применена в частном и общем плане.

## 4.12. Нормативные теории

Отдельное место в теориях коммуникации занимают нормативные теории, ориентирующиеся на поиск необходимого баланса между экономическим благополучием существования средств

---

<sup>1</sup> Gerbner G., Gross L. Living with Television: the Violence Profile // Journal of Communication. 1976. Vol. 26. № 2. P. 174. Цит. по: Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. М., 1995. С. 76.

коммуникации, профессиональной этикой журналистов и интересами общества.

В качестве примера упомянем работы Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма, которые предложили типологию моделей (теорий) общественного статуса средств массовой информации<sup>1</sup>. В основании этой типологии структурно-функциональные взаимосвязи СМИ с теми общественными системами, которые гарантируют равновесие между свободой и контролем.

Было выделено четыре модели функционирования СМИ:

- 1) авторитарная;
- 2) либертарианская, или четвертой власти;
- 3) социально-ответственная;
- 4) советская тоталитарная.

Последняя модель относилась к взаимоотношению власти и СМИ, существовавшему в СССР, и была авторами почему-то выделена в отдельную группу.

*Авторитарная модель* характеризуется централизованностью власти над средствами массовой информации, односторонним (сверху вниз) процессом трансляции информации и сохранением за властью права устанавливать и изменять политику и правила в отношении средств массовой информации, право выдавать лицензии и право на цензуру.

*Либертарианская модель* характеризуется делегированием аудиториям референтной функции, партнерством в поиске истины, контролем над средствами массовой информации в рамках гражданского права и «самопроизвольным процессом установления правды на свободном рынке идей», отношением к СМИ как средству контроля общества за властью. Средства массовой информации таким образом действуют как четвертая власть наряду с исполнительной, законодательной и судебной.

*Модель социально-ответственных СМИ* характеризуется ограничениями деятельности СМИ со стороны общественного мнения, общества потребителей информации и профессиональной этики при участии государственной власти, ответственной за охрану жизненно важных общественных интересов, и предотвращение возможного общественного вреда, связанного с монополизацией СМИ.

Нельзя обойти вниманием такие направления исследования коммуникаций, как генетически связанные структурализм, пост-

---

<sup>1</sup> Siebert F., Peterson Th., Schramm W. Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do. Urbana: University of Illinois Press, 1956.

структурализм и постмодернизм, поскольку этими направлениями, особенно постмодернизмом, выработаны методы, адекватные современному состоянию массмедиа. Их роднит видение в языковых структурах универсальных метафорических средств для раскрытия знаковой природы различных форм социальной и коммуникативной практик.

## 4.13. Структурализм

Структурализм сформировался в 20-х годах XX века на основании использования структурного метода, моделирования, элементов семиотики, формализации и математизации в лингвистике, литературоведении, этнографии, истории, антропологии и др. Особо следует отметить появление структурной лингвистики, разрабатывающей грамматические и синтаксические модели языка как системы социальной коммуникации.

Исследователи выделяют три этапа развития структурализма:

- 1) становление метода — прежде всего в структурной лингвистике;
- 2) распространение метода и философское осмысление этого процесса;
- 3) «размывание» метода, включение его в социально-политический и культурно-исторический контекст.

Основания структуралистского метода были заложены французским лингвистом Фердинандом де Соссюром (1857—1913) в «Курсе общей лингвистики». По Соссюру, язык — это система отношений, форма, а не субстанция. Структурами, подобными языковым, обладают многие классы объектов, что позволяет расширить границы науки, названной им семиологией (семиотикой).

Функция языка сводится к созданию условий коммуникации, следовательно, можно выявить способы воздействия на коммуникацию через отношения друг с другом различных элементов языка. Ф. Соссюр выводит за рамки семиологического анализа речевую коммуникацию, поскольку она реализуется в качестве индивидуального и единичного речевого акта.

Напротив, язык обладает всеобщностью и относительным постоянством и является структурой, или логикой, лежащей в основе речи. В качестве элемента этой структуры принимается знак как единство выражаемого и выражающего.

Знак — минимальный носитель языковой информации.

Типология знаков ранее была предложена Чарлзом Сандерсом Пирсом.

1. Икона — отношение выражающего и выражаемого основано на сходстве.

2. Индекс — отношение имеет причинно-следственный характер. Примерами индексов могут служить знаки дорожной сигнализации.

3. Символ — отношение есть следствие социального договора, это абстрактное отношение, где связь между частями лишена черты необходимости. Такого рода знаки называют конвенциональными или условными.

По мнению Ф. де Соссюра, все знаки естественного языка являются конвенциональными, т.е. результатом соглашения. Впрочем, многие исследователи, в частности русский лингвист и семиотик Р.О. Jakobson, считают такое представление упрощенным.

Тем не менее, основы метода — вычленение структуры как устойчивой совокупности отношений; признание методологического примата отношений над элементами в системе; частичное отвлечение от развития объектов (примат синхронии над диахронией) дали в руки исследователей инструмент, обеспечивающий закрытость, синхроничность и самовоспроизводимость исследуемых знаковых систем, т.е. сделали семиотические структуры доступными для точного знания.

Структурализм оказал серьезное влияние на современную культуру и науку. Именно ему мы обязаны появлением во многих областях науки заимствованной из лингвистики терминологии. Достаточно упомянуть понятие парадигмы, заимствованное Т. Кунном из грамматики, понятие кода, присвоенное информатикой, и т.п. Кроме того, в структурализме выработался взгляд на достаточно произвольный набор объектов социальной практики как на знаковую систему, что позволяло говорить о семиотике спорта, бизнеса и т.п.

Еще более значительным являлось понятие текста, расширенное затем в постмодернизме до любых сюжетно-ситуационных явлений, включающих сообщение и действие, сценарий и декорации, распределение социальных ролей и даже пространственно-временные характеристики события, т.е. все, что можно было рассматривать как содержащее и передающее смыслы. Так, например, к тексту может быть причислена городская архитектурная застройка и способы коммуникации горожан в ней. Некоторые исследователи говорят даже о господстве лингвистической парадигмы в современном мышлении<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Structuralism* // International Encyclopedia of Communications. N.Y., Oxford, 1989. Vol 4.

Классическим примером продуктивного распространения структуралистических подходов являются исследования К. Леви-Стросса. Характерно, что при анализе культуры первобытных племен К. Леви-Стросс использует бинарные оппозиции, а также приемы теории информации. Последнее неудивительно, так как двоичное (бинарное) исчисление является основой современной машинной математики, и, кроме того, различения и дихотомии еще со времен Аристотеля являлись основным методом анализа.

Леви-Стросс считал, что исходным фундаментом человеческой цивилизации является метафорическое, раскрывающееся в многообразных образных трансформациях мифологическое мышление, основанное на оперировании бинарными оппозициями, собранными в определенные ансамбли.

Для мифа характерна синхронно-диахронная структура, позволяющая упорядочить его структурные элементы в диахронические последовательности (ряды в таблицах), которые должны читаться синхронно (по колонкам). Другими словами, всякий миф обладает «слоистой структурой, которая на поверхности, если так можно выразиться, выявляется в самом приеме повторения и благодаря ему»<sup>1</sup>. Сама структура, по Леви-Строссу, «не имеет обособленного содержания: она сама является содержанием, заключенным в логическую форму, понимаемую как свойство реальности»<sup>2</sup>. Миф, таким образом, не только сам является структурой, но и его содержание также нужно рассматривать как структуру.

В методологии К. Леви-Стросса нас интересуют прежде всего его подходы к исследованию мифов, в частности идея структурности содержания мифа (понимаемого здесь как средство коммуникации), перекликающаяся с маклюэновским отождествлением средства и содержания. Речь идет фактически о том, что категориальная оппозиция «форма—содержание» не применима по отношению к средству коммуникации, так как свойства канала сообщения (форма) детерминируют смысл сообщения (содержание) и наоборот. Вместо категориальной оппозиции «форма—содержание» мы предлагаем использовать конструкт «контент—дизайн», элементы которого взаимно структурно подобны и взаимозамещаемы, т.е. одновременно с оппозицией возникает тождество — контент, который структурно подобен дизайну.

---

<sup>1</sup> *Леви-Стросс К.* Структурная антропология. М.: Наука, 1985. С. 206.

<sup>2</sup> *Леви-Стросс К.* Структура и форма. Размышление над одной из работ В. Проппа // Зарубежные исследования по семиотике фольклора. М., 1985. С. 9.

В применении к современной журналистике структуралистский метод позволяет не только анализировать продукцию массмедиа как современную форму мифотворчества с присущим ей ансамблем бинарных оппозиций, но и вскрывать структуры взаимодействия содержаний и форм представления информации.

## 4.14. Семиотика

Структурализм породил семиотику, которая по определению Ф. де Соссюра, «наука о жизни знаков в обществе» и о том, как они формируют восприятие мира.

В 1960—1970-е годы образовалось две школы семиотики — французская (Клод Леви-Стросс, Альгирдас Греймас, Цветан Тодоров, Ролан Барт, Юлия Кристева) и так называемая тартуско-московская (Ю.М. Лотман, З.Г. Минц, И.А. Чернов — Тарту; В.Н. Топоров, Вяч. Вс. Иванов, Б.А. Успенский, И.И. Ревзин — Москва).

Одно из наиболее полных и адекватных определений термина «семиотика» содержит работа А.Ж. Греймаса и Ж. Курте «Семиотика. Объяснительный словарь»<sup>1</sup>.

Семиотика может означать: 1) некоторую так или иначе манифестированную величину, которую стремятся познать; 2) объект познания, каким он предстает в ходе и в результате описания; 3) совокупность средств, делающих возможным его познание.

Важно отметить, что для семиотики послание есть знаковая конструкция, производящая (открывающая) значения через взаимодействие знаков с их получателем, вступающим в диалог с текстом сообщения.

Значение есть производная не только послания, но и прочтения. Идея совместного производства текста писателем и читателем находит чисто техническое подтверждение в Интернете, где взаимодействие с текстом (посещение страницы) меняет ее содержание, хотя бы из-за увеличения рейтинга страницы, т.е. накручивания счетчика посещений.

Структура коммуникации может быть представлена в этом случае схемой, где референт — это то, с чем соотносится смысл, символ, знак (рис. 4.1).

---

<sup>1</sup> См.: Греймас А.Ж., Курте Ж. Семиотика. Объяснительный словарь // Семиотика. М.: Радуга, 1983. С. 526.

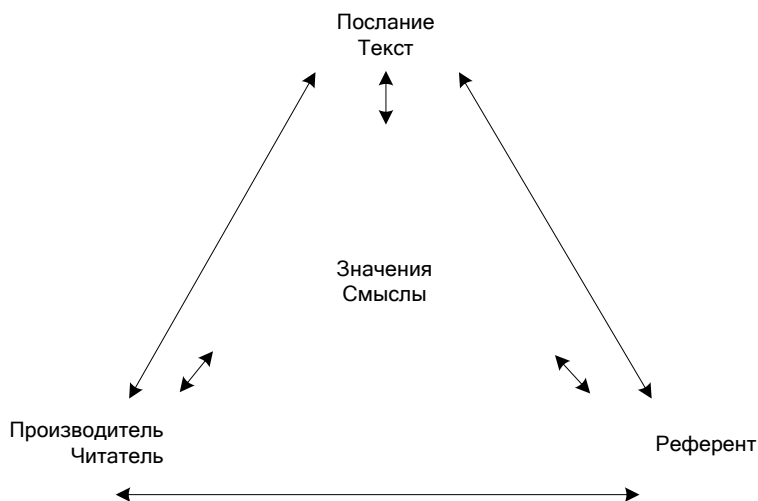


Рис. 4.1. Схема структуры коммуникации

Ролан Барт использовал семиотические и структуралистские подходы при анализе СМИ и популярной культуры, понимаемых им в качестве «современных мифов» или «фрагментов идеологии». Мы бы сказали «мифологем» и «идеологем», т.е. определенных эпистемологических организмов.

Миф, в понимании Барта, представляет собой коммуникативную систему, некоторое сообщение. Кроме того, это форма, способ обозначения.

Барт различает знак, означающее и означаемое, объединенные в знаке. Это соотношение соединяет разнопорядковые объекты, а потому представляет собой не равенство, но эквивалентность. При этом миф формируется на основе уже ранее существующей семиологической цепочки — как вторичная семиологическая система, где язык — лингвистическая система естественного языка, а миф — метаязык, вторичный язык (рис. 4.2). Миф возвышается над формальной системой первичных отношений.

То, что в первичной системе было знаком, во вторичной становится означающим. Р. Барт вводит понятия денотации (первый уровень означивания) и коннотации (второй уровень) буквального и подразумеваемого значения знака.

|      |                          |                  |                |
|------|--------------------------|------------------|----------------|
| Язык | 1.<br>Означающее         | 2.<br>Означаемое |                |
|      | 3. Знак<br>I. Означающее |                  | II. Означаемое |
| Миф  | III. Знак                |                  |                |

Рис. 4.2. Вторичная мифологическая система

При денотации означающее находится со своим означаемым в отношении системной обусловленности и релевантности, при коннотации — привносятся подразумеваемые потребителем смыслы.

Р. Барт полагает, что миф создается из материала, уже обработанного с целью определенной коммуникации, так как в любых материалах мифа, образных или графических, уже предполагается их понимание как знаков, следовательно, о них можно рассуждать независимо от их вещественной основы. Эта основа не совсем безразлична: зрительный образ императивнее письма, свое значение он внушает сразу целиком, без разложения на drobные элементы<sup>1</sup>.

Р. Барт выделяет такое свойство мифа, как адресность, вероятно именно из того, что предметом его рассмотрения была продукция СМИ: «В мифическом понятии заключается лишь смутное знание, образуемое из неопределенно рыхлых ассоциаций. Основополагающая черта мифического понятия — его адресность, оно должно затронуть какую-то ниточку души, оно точно соответствует функции, оно обладает строгой ориентированностью»<sup>2</sup>.

Однако культурная и коммуникативная роль мифа этим утверждением значительно принижается. Более понятной представляется позиция отечественного философа А. Лосева<sup>3</sup>, фактически приравнявшего по статусу миф к другим формам реальности. Тем не менее, фундаментальные разработки современного медиаориентированного мифотворчества, осуществленные Р. Бартом, дают обширную методологическую базу для исследования мифологических

<sup>1</sup> Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. М.: Прогресс, 1989; Барт Р. S/Z. М., 1994.

<sup>2</sup> Барт Р. Мифологии. М.: Издательство им. Сабашниковых, 1996. С. 234.

<sup>3</sup> См.: Лосев А. Ф. Философия. Мифология. Культура. М.: Политиздат, 1991 (Мыслители XX века).

компонентов, порождаемых глобальным коммуникативным пространством.

С точки зрения Умберто Эко, семиотика считает все явления культуры феноменами коммуникации и рассматривает их как знаковые системы. Именно в ней совершается переход от мира сигнала к миру смысла. У. Эко определяет код как систему, устанавливающую репертуар символов и правила их сочетания. Означающее у У. Эко становится смыслопорождающей формой.

Структура не есть данность, а лишь модель, делающая реальность познаваемой. «Структура, — считает он, — это модель, выстроенная с помощью некоторых упрощающих операций, которые позволяют рассматривать явление с одной единственной точки зрения»<sup>1</sup>.

У. Эко выделяет три типа характеристик визуального знака: оптические (видимые), онтологические (предполагаемые), условные. Под условными характеристиками У. Эко подразумевает иконографические коды той эпохи, к которой относится визуальный знак, постулируя историчность кодов и отрицая их универсальность.

В момент достижения адресата сообщение «пусто», затем человек активизирует смыслопорождающий механизм фундаментальными кодами, при этом начинают опознаваться денотативные значения, сообщение наполняется смыслом. Изменения обстоятельств принятия сообщения порождают новые смыслы. Для У. Эко предложить код — это значит выдвинуть гипотезу о его существовании и представить, что из этого будет. С этого начинается семиологическое исследование. Предложенный код выделяет определенные значения, но затем он сопоставляется с другими кодами, лексикодами и подлексикодами для того, чтобы убедиться в том, что все коннотативные возможности исчерпаны.

Главный методологический тезис У. Эко — отрицание онтологической сущности структуры, поэтому отсутствующая структура не может рассматриваться как объективная цель исследования, но может быть рабочим инструментом исследования. Описать структуры — это значит выявить коды на уровне феноменов коммуникации.

Следующим этапом развития исследований коммуникативных моделей, по мнению У. Эко, будет обращение к проблеме процессуальности коммуникаций, в которой заложены историчность форм коммуникаций и процессуальность смысла.

---

<sup>1</sup> См.: Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.

Процессуальность коммуникации означает недопустимость их изучения в качестве некоторых статичных данностей, что наводит на мысль о возможности использования для их описания машинных (медиа — машина коммуникаций) и органических (коммуникация как организм) моделей. Эти аспекты особенно актуализируются в глобальном информационно-коммуникативном пространстве. Говоря о нем, У. Эко констатирует один из парадоксов анти-монополистской природы Сети: контролировать технологию — не значит контролировать информационные потоки<sup>1</sup>.

При этом У. Эко предупреждает: «Уже наблюдается расщепление человечества на два больших класса: тех, кто смотрит только телевидение, то есть получает готовые образы и готовое суждение о мире, без права критического отбора получаемой информации, и тех, кто смотрит на экран компьютера, то есть тех, кто способен отбирать и обрабатывать информацию. <...> Тема для фантаста! Будущий век, в котором пролетарское большинство пользуется только зрительной коммуникацией, а планируется эта коммуникация компьютерной литературной элитой»<sup>2</sup>.

Для предотвращения такого сценария им разработан проект «Мультимедийная Аркада», направленный на максимальную демократизацию сетевых технологий.

## 4.15. Постмодернизм

К постмодернистскому направлению философской мысли можно отнести Ж. Бодрийяра, Ж. Деррида, Ж. Делёза, Ж.Ф. Лиотара, Ф. Гваттари, М. Серра, Р. Рорти, М. Фуко и многих других.

Постмодернизм провозгласил, что послание-текст не отображает реальность, а творит ее, точнее много реальностей, гиперреальность. При этом любая история — это история создания и интерпретации текста, что выводит реальность за рамки онтологии и позволяет отказаться от такого понятия как истина.

Позиция существования в гиперреальности близка современным концепциям отечественной виртуалистики, однако последней удалось преодолеть тупиковую идею отказа от истины.

---

<sup>1</sup> Маршалл Л. и Умберто Эко У. Под Сетью (интервью) // Искусство кино. 1997. № 9.

<sup>2</sup> Отрывки из публичной лекции Умберто Эко «От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст» на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998 г. [<http://www.gagin.ru/internet/10/32.html>]

Отечественный исследователь постмодернизма И. Ильин пишет: «...постмодернистская мысль пришла к заключению, что все, принимаемое за действительность, на самом деле не что иное, как представление о ней, зависящее к тому же от точки зрения, которую выбирает наблюдатель и смена которой ведет к кардинальному изменению самого представления. Таким образом, восприятие человека объявляется обреченным на «мультиперспективизм»: на постоянно и калейдоскопически меняющийся ряд ракурсов действительности, в своем мелькании не дающих возможности познать ее сущность»<sup>1</sup>.

Впрочем, подобный методологический подход позволяет постмодернизму уходить от чисто герменевтических проблем искажения и представления смысла текстов как незначимых. Например, у Бодрийара образы реальности и реальность не имеют различного онтологического статуса (причем независимо, что имеется в виду: реальность социальных отношений или эмпирического пространства), т.е. не существует различия между имиджем и реальностью.

Этим вместе с М. Фуко Ж. Бодрийар фактически отказывается от различения как базового метода познания и вводит понятие симулякра, т.е. видимости, или кажимости, означающего лишенного означаемого — пустого знака.

Этим же в полном согласии с Ж.Ф. Лиотаром, Ф. Гватари Ж. Бодрийар отказывается от самого понятия истины. Значение чего-либо определяется в коллапсе, «взрыве». Достаточно автономные области радикально трансформируются, проникают друг в друга и взрывают принятые ранее границы и различия. А если нет истины, то и правдоподобность или неправдоподобность журналистских описаний также не имеет никакого значения.

Ж. Бодрийар фиксирует факт перенасыщенности (перегретости) образами современного общества. Причем эти образы большей частью являются симулякрами, т.е. эйкос современности — это фактически потерявшее бытийность, исключительно конвенциональное пространство-мир, не оставляющий никаких надежд на возможность реконструкции, т.е. возвращения к исходным смыслам.

Этот мир и в самом деле похож на ту реальность, в которую погружается юзер, с той лишь разницей, что деятельности в Интернете сводятся к созданию условий деятельности, т.е. реальности. Поэтому эта реальность виртуальна, хотя бы в том смысле,

---

<sup>1</sup> Ильин И.П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996. С. 230.

что порождается активностью ее творца — юзера. Объяснение испытываемому западной мыслью страху и трепету перед открывшимися виртуальными реальностями можно попытаться найти, если обратиться к выявленному М. Маклюэном противоречию между визуальным и аудитактильным способами восприятия реальностей. Интернет не поддается визуализации, это аудиотактильная машина, возможно даже преимущественно тактильная, и потому остается для визуалистов, сформированных печатной культурой, нереальной. Кстати, вероятно, не только моральными диссонансами объясняется то, что наиболее популярными сайтами в Интернете остаются порносайты, игровые сайты и чаты. Все они гипертрофировано тактильны. Это, безусловно, нужно учитывать при определении политики современных СМИ.

Таким образом, постмодернизм вводит в качестве одного из основных понятие «текст». Причем текст становится универсальным средством обмена, а также самостоятельной социальной структурой.

## 4.16. Отечественная школа философии языка

Отечественная школа философии языка (точнее философии имени) представлена прежде всего такими русскими философами, как А.Ф. Лосев, С.Н. Булгаков, П.А. Флоренский и др. Ими доказывалась интегративная функция коммуникации, а язык рассматривался как специфическая среда, передающая совокупный опыт человечества. Само по себе речевое общение — не просто прямое отражение действительности, так как действительность в нем интерпретируется и понимается, делая возможным коммуникацию. Сравните это положение с постулатами структуралистов и тем более постмодернистов. В этом русская школа достаточно резко контрастирует с западной, но, к сожалению, ее множественные находки так до конца еще не оказались востребованы.

Для реализации коммуникации, по А.С. Лосеву, необходимо «полное взаимное понимание, взаимное и сознательное намеренное сочувствие»<sup>1</sup>. При этом слово — это «стихия разумного общения живых существ в свете смысла и умной гармонии...»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Лосев А.Ф. Имя. Сочинения и переводы. СПб., 1997. С. 211.

<sup>2</sup> Лосев А.Ф. Философия имени. М., 1990. С. 166.

С помощью слова человек, «микрокосм», становится интегральной частью мира, «макрокосма». «Без слова и имени человек — вечный узник самого себя, по существу и принципиально анти-социален, необщителен, несоборен и, следовательно, также и неиндивидуален, не сущий, он — чисто животный организм, или, если еще человек, умалишенный человек»<sup>1</sup>.

Как бы полемизируя с появившейся в будущем у Ж. Бодрийара концепцией пустотного симулякра, С.Н. Булгаков подчеркивал, что словами, лишенными значения, ничего нельзя высказать. Их употребление возможно только потому, что каждое слово содержит идею и смысл. Однако «слово-мысль никогда не может быть показано в своем чистом виде, потому что все слова оформлены и вовлечены в организм речи»<sup>2</sup>.

В то же время, будучи символом, слово «подлежит основной формуле символа: оно — больше себя самого. И притом, больше двояко: будучи самим собою, оно вместе с тем есть и субъект познания, и объект познания»<sup>3</sup>.

С.Н. Булгаков полагал, что мы не творим язык, но творим «из него»,<sup>4</sup> а П.А. Флоренский, различая сущность и проявление языка, утверждал, что язык в своей сущности является вселенским, в своем явлении — индивидуальным. «Два устоя языка, — писал он, — взаимно поддерживают друг друга, и устранением одной из противодействующих сил опрокидывается и другая. Язык... возможен лишь их борьбою, осуществляясь как подвижное равновесие начал движения и неподвижности»<sup>5</sup>.

А.Ф. Лосев представлял эту дуалистичность слова посредством категорий тождественности (самотождественности) и отличимости: «Слово..., с одной стороны, везде тождественно, и, с другой стороны, оно везде различное. Только благодаря этой живой диалектике тождества и различия слов или грамматических категорий, только благодаря этой живой диалектике сущности и явления в области семантики и возможно общение между людьми, возможно сообщение о предметах и явлениях»<sup>6</sup>.

Таким образом, каждое послание, сообщение становится лично окрашенной интерпретацией действительности.

---

<sup>1</sup> Лосев А.Ф. Указ. соч. С. 49.

<sup>2</sup> Булгаков С.Н. Философия имени. М., 1997. С. 21.

<sup>3</sup> Флоренский П.А. Имена. М., 1998. С. 293.

<sup>4</sup> Булгаков С.Н. Философия имени. М., 1997. С. 49.

<sup>5</sup> Флоренский П.А. Имена. М., 1998. С. 194.

<sup>6</sup> Лосев А.Ф. Имя. Сочинения и переводы. СПб., 1997. С. 342.

Легко видеть, что идеи русских философов относительно роли коммуникации, языка, слова и текста во многом предвосхитили последующие разработки постструктуралистов и постмодернистов. Следует отметить также, что философия имени исследовала в основном речевое общение, т.е. в рамках живого человеческого языка.

### *Резюме*

Краткий обзор современных подходов к теориям коммуникаций позволяет сделать вывод, что современной научной основой исследования журналистики является быстро развивающаяся теория коммуникаций. В теориях коммуникации сообщение рассматривается как культурно-семиотический конструкт, формируемый многоуровневым процессом производства и трансляции смыслов.

Концепция аутопойесиса (Луман) применительно к журналистике подразумевает свойство журналистики самопроизводить и трансформировать не только собственную продукцию, но и собственную социальную функцию.

СМК является воплощением рациональности и системности, но одновременно становится плацдармом для структуризации иных жизненных миров (Ю. Хабермас), а его функция — воспроизводство символической власти претендует на управление образом реальности (эйкосом). СМК может быть рассмотрено в качестве «символической окружающей среды», создающей новые ритуалы и формы символической социализации и контроля.

Постписьменная электронно-опосредованная цивилизация (М. Маклюэн) нашего времени — это возврат к аудиовизуальному типу. Он драматичен для визуалистического Запада, в отличие от Востока, который в большей степени сохранил в себе навыки слуховых форм коммуникации.

На наших глазах происходит революция, суть которой развитие сетевых коммуникаций, отличающихся не особенностями каналов связи, а способами организации их взаимодействия, т.е. сети.

Работы теоретиков Франкфуртской школы выявили ряд системных противоречий современного этапа цивилизационного развития. Однако, по нашему мнению, проблема товарного фетишизма и тому подобные проблемы снимаются овеществлением информации. Это ведет к обесцениванию материальных товаров и благ и одновременному перепроизводству информационно-имиджевых продуктов и далее к кризису перепроизводства. И как следствие можно предвидеть структурную перестройку мировых рынков и,

возможно, самого способа хозяйствования. Глобальная сеть при всем этом будет выступать в роли мощнейшего катализатора.

Значение понятия текста расширяется до любых сюжетно-ситуационных явлений, включающих сообщение и действие, сценарий и декорации, распределение социальных ролей и пространственно-временные характеристики события. Все то, что можно рассматривать как содержащее и передающее смыслы или как журналистский контент.

По отношению к средству коммуникации слабо применима категориальная оппозиция «форма—содержание», так как свойства канала сообщения (форма) детерминируют смысл сообщения (содержание) и наоборот. Вместо категориальной оппозиции «форма—содержание» предлагается использовать конструкт «контент—дизайн», элементы которого взаимно структурно подобны и взаимозамещаемы.

Фундаментальные разработки современного медиаориентированного мифотворчества, осуществленные Р. Бартом, дают обширную методологическую базу для исследования мифологических компонентов, порождаемых глобальным коммуникативным пространством.

Процессуальность коммуникации означает недопустимость ее изучения в качестве некоторых статичных данностей, что наводит на мысль о возможности использования для ее описания машинных (медиа — машина коммуникаций) и органических (коммуникация как организм) моделей. Эти аспекты особенно актуализируются в глобальном информационно-коммуникативном пространстве.

Послание-текст не отображает реальность, а творит ее, точнее много реальностей, гиперреальность.

Одновременно требуют актуализации достижения отечественной школы, утверждавшей, что, будучи символом, слово, и следовательно, любое сообщение и любой текст подлежит основной формуле символа: оно — больше себя самого. И притом, больше двояко: будучи самим собою, оно вместе с тем есть и субъект познания, и объект познания.

## ***Интервью***

***Визитная карточка*** Анна Чернова, главный редактор журнала «Лица».

***Профессиональная биография*** Сначала мечта стать журналистом была неосознанной. Мне очень нравилось работать со словом, и я готовилась поступать на филологический факультет.

Но в процессе подготовки я вдруг обнаружила, что со словом можно работать не только филологу, но и журналисту. Я поступила в «Школу юного журналиста» на факультете журналистики МГУ, затем работала в агентстве «Постфактум», потом мы делали «Музобоз» с Иваном Демидовым.

И вот теперь я возглавляю журнал «Лица».

В обязанности главного редактора входит, прежде всего, ответственность перед людьми, которых ты пригласил к себе работать, и ответственность перед читателями. Ты делаешь журнал для них, собираешь материалы в номер и строго следуешь существующей концепции, постоянно развивая ее. Чтобы журнал жил, он должен соответствовать времени. Мы — журнал о современниках, мы не можем не развиваться вместе с ними.

Помимо этого, нужно следить за тем, чтобы тексты сдавались вовремя, чтобы номер не задерживали в типографии, чтобы в журнале была реклама, которую необходимо находить. Но и любая ошибка в журнале, даже орфографическая — тоже ответственность главного редактора.

Каждый раз на вручении премии Артема Боровика я задаю себе вопрос: «Но журналисты ли мы, те, кто работает в глянцевых изданиях?» Наверное, все-таки, да. Хотя со словом «журналист» у меня ассоциируется скорее человек, который ездит по горячим точкам, проводит расследования, добывает информацию, пишет материалы.

У меня же нет времени писать, но моя задача принципиально иная: увидеть картину в целом, сформировать журнал, организовать его выпуск. Для многих ярких журналистов такая работа покажется рутинной. Андрей Ванденко, один из самых ярких журналистов сегодня, как мне кажется, не захочет работать главным редактором. Ему будет просто скучно. Однако от смелости редактора зависит судьба материала этого самого журналиста.

Он может провести хорошее расследование, написать великолепный материал, а редактор испугается и положит его в стол. И смелость журналиста окажется ненужной. В такие моменты я понимаю, что главные редакторы — это журналисты. Они несут ответственность за все материалы и решают, что опубликовать, а что нет.

Сейчас в журналистике наметилась тенденция к тому, что какие-то материалы в издании должен писать только главный редактор. Типичный пример: интервью с Владимиром Путиным. Ты никогда не скажешь: «Завтра у нас, Катя, интервью с Путиным, ты съезди, договорись». В таких случаях нужно обязательно договариваться самой. Потому что есть такие сферы, куда вхож только первый человек. Это тяжелая ответственность: ты представляешь свой журнал и работаешь как журналист, как редактор, как продюсер издания.

Журналистика — очень разноплановая профессия. Человек должен быть профессионалом в том направлении журналистики, которое он выбрал.

Даже если это гламурная журналистика, то нужно быть профессионалом в косметике.

Я настороженно отношусь к интернет-журналистам, ведь в этих изданиях достаточно часто пользуются компиляцией или вообще перепечаткой чужих материалов. Очерки, которые делаем мы, основаны на информации, полученной непосредственно у героя.

Недавно подписывая гонорарную ведомость у своего генерального директора, я поспорила с ним. Он удивился: «Зачем ты выписываешь такой большой гонорар за очерк? Подумаешь, человек сел и написал!» В том-то и дело, что не просто не «сел и написал», а встретился, может быть, несколько часов провел за беседой, затем обдумывал, обобщал, анализировал и лишь потом смог облечь материал в форму, получил согласие на очерк у героя. Потому что самое главное в журналистике — это ответственность перед самим собой, перед читателем и перед героем!

*Возможна ли теория журналистики, если возможна, то что это такое?*

Она может быть во всем, и в журналистике в том числе. На факультете журналистики есть такой предмет и, мне кажется, он преподается хорошо. Если ты собираешься связывать себя с журналистикой, ты должен получить представление о том, что это такое и что в ней происходит. Спасибо факультету журналистики, который дал мне представление о теории журналистики. Да и не только.

Знаете, меня часто спрашивают, учит ли факультет журналистики писать? Писать научить нельзя, этому каждый учится самостоятельно. Но его задача не в том: факультет журналистики дает потрясающее общее образование, сведения очень широкого профиля. Я знаю, что происходило в XVIII веке в русской литературе, зарубежной литературе, русской журналистике, зарубежной журналистике, истории, философии. Ты видишь полный срез общества и всех его культурных процессов того времени. Ты видишь взаимосвязи между деятелями той поры, читаешь, что такой-то журналист, к примеру, писал о своих современниках.

Именно журфак МГУ натолкнул меня с приходом на изменение концепции журнала. «Лица» писали о тех, кто вообще сегодня является ярким лицом, а мы изменили концепцию: кто сегодня, в данное время, именно в России. Я уверена, что на факультете журналистики лучшее гуманитарное образование, которое можно сейчас получить в России.

Повторюсь: писать нельзя научить, но можно куда-то направить. А сам человек потом что-то откроет для себя. Кто-то никогда не откроет, закончит журфак и ни дня не проработает журналистом. А кто-то никогда не заканчивал факультет журналистики, но прекрасно ведет передачи, например Тимур Кизяков. Он физик по образованию, но он прекрасно владеет словом и очень располагает к себе как журналист. Выбор за человеком, поэтому я абсолютно не согласна со статьей в журнале «Эксперт», посвященной факультету журналистики МГУ.

Писать можно все, что угодно, но журфак всегда останется столбовой дорогой в журналистику.

*В чем, по-вашему, состоят особенности профессии и качества профессионала?*

В первую очередь, у человека должен быть хороший слог, он должен быть креативным журналистом, честным, корректным по отношению к герою, должен обладать опытом.

Ведь чем отличается талант от профессионала? Таланты — это люди, в которых много заложено, но еще мало реализовано. А профессионалы — это те, кто уже умеет качественно реализовывать свои таланты. По-моему, очень актуальна фраза: «В России талантов много, а профессионалов мало».

Порой профессионализм может заменить талант. Но не всегда в идеале нужно быть журналистом и талантливым, и профессиональным. Я знаю немало людей, которые много лет пишут, но так и не стали профессионалами, они много знают, но неинтересно пишут.

*Как Вы понимаете тезис Маршалла Маклюэна «Средство есть сообщение»?* Может быть, Маршалл Маклюэн говорил это о войне? И на ней, воз можно, есть какие-то нюансы, где средство к победе есть само сообщение. А в журналистике я с этим не согласна. Возможно, в изданиях, где пишут о косметике, об одежде, средство получения информации — и есть сама информация. Но, как правило, журналистика — это люди. И здесь сообщение. Его содержание идет отдельно от средств.

*Как Вы считаете, что принес Интернет в журналистику?*

Очень много доступной и быстро получаемой информации. Я считаю, что это большое достижение, которое появилось. Раньше, когда человек готовился писать очерк и хотел что-то узнать про своего героя, ему нужно было прочитать множество статей, которые долго и трудоемко приходилось искать и подбирать. Сейчас достаточно ввести строчку в поисковую систему и тут же получишь кучу информации! Мне кажется, это очень большое подспорье для журналистов.

Иногда приходится слышать, что Интернет существенно влияет на язык. Не думаю. На умение выражать свою мысль влияют время и место, или издание, где работает журналист. С открытием «железного занавеса» в наш язык хлынуло много новой лексики. Еще недавно никто не знал слов «логистика», не существовало «керлинга» и «скелетона».

Слог просто соответствует времени. Сейчас процесс обмена информацией колоссально ускорился, и витиеватость стиля и суперграмотность сейчас уходят. Но настоящий журналист всегда пишет хорошо — грамотно, хорошим языком, понятно. И Интернет может только помочь в ознакомлении с новыми реалиями и словами.

*Реклама, PR, СМИ, по вашему мнению, это друзья или соперники? Где грани их сотрудничества?*

Я считаю, что друзья. Грань между ними очень тонка, и ни один рекламист не выдаст вам ее, потому что в таком случае его работа просто перестанет быть нужной. Реклама и PR связаны с журналистикой напрямую.

Если помнить о том, что любое СМИ зарабатывает на рекламе, то чем меньше будет видна грань между рекламой, PR и собственно журналистикой, тем больше издание на этом заработает и тем качественнее оно будет.

Конечно, кто-то может предпочитать «черный» PR. Для меня это грязь, которая выливается на одних людей другими людьми за деньги. На нем легко заработать. Но опять же встает дилемма — либо заработок, либо лицо и уважение читателей. Нам дороже наша аудитория.

*Какие они, читатели вашего журнала?*

У нас удивительный портрет читателя. Мы проводили исследования, составляя портрет нашей аудитории. Возрастная категория наших читателей — от 24 лет и выше. Нас читают люди, которые интересуются культурной составляющей общества, бизнесом, политикой, искусством. И нас читают как наши герои, которые сегодня творят историю, так и те, кому интересны интересные люди, те, кто устал от засилья попсы. Нам нелегко выбирать героев: они должны не просто ярко светить сегодня, они должны быть известными, уважаемыми, авторитетными.

Наш идефикс — искать молодые лица. Назовите мне молодых, ярких людей, которые чего-то добились не в шоу-бизнесе и не в сериалах. Совершенно неизвестны молодые политики, ученые, журналисты. Мы стараемся поддержать этих людей.

Связь с нашей читательской аудиторией осуществляется просто — спасибо Интернету! Наш конкурс «Лица года», по итогам которого мы выбираем самых ярких лиц года и вручаем им нашу премию, проводится и в интерактиве. Благодаря нашему форуму у нас постоянная связь с читателем.

*Как в Вашем журнале работают с источниками информации?*

Единственный источник информации для нас сам человек. Мы стараемся работать корректно и всегда согласуем, что публиковать можно, а что нельзя. Часто случается так, что рассказывается больше, чем можно опубликовать. Мы всегда визируем тексты — это одно из самых главных правил в журналистике, как мне кажется.

*Как Вам удастся разговорить человека?*

Здесь нет универсальных рецептов. Бывает, так и не удастся. Или удалось удачно побеседовать, а герой говорит: «Все это абсолютно не то». И все вычеркивает. В итоге интервью срывается.

В таком случае надо срочно искать другую форму — фоторепортаж, очерк, т.е. один из способов написать о человеке, не прибегая к прямой речи.

Только честностью по отношению к ним завоевывается доверие наших героев.

К сожалению, тираж и честность издания в наше время находятся в оппозиции. Для того чтобы иметь тираж, нужно быть желтым изданием, опускаться до «грязного белья». А чтобы сохранить престиж издания, нужно быть очень политкорректным. А кушать хочется всегда. Но пока остаемся верны себе. И еще посмотрим, что победит!

*По-вашему, журналистика — это призвание или ремесло?*

Это ремесло, которое является твоим призванием. Есть профессии, которые не начинаются в девять утра и не заканчиваются в шесть вечера. И если ты выбрал такую профессию, то она становится твоей жизнью. Я могу быть на отдыхе, но что-то придет вдруг в голову и тут же звоню в редакцию. Я же не могу заставить себя не думать о работе. Хирурга тоже можно поднять с постели в любое время дня и ночи, и он не скажет: «Извините, ваш аппендицит меня не волнует». И получается, что это уже и не призвание и не ремесло, это — твоя жизнь. Этим невозможно не жить! И если ты не живешь этим по-настоящему, то лучше сменить профессию.

*Как Вы считаете, сейчас в журналистике существует цензура?*

Она необъявленная, и она существует. Это цензура, которая вводится государством. Вы смотрите телевизор? Там есть что-то интересное для вас? Четко цензурируется все.

В разных СМИ это происходит по-разному, но в основном ненавязчиво предлагают пропагандировать позитив: «У нас нет проблем, все прекрасно, и пишите-ка лучше вообще о музыкантах». С серьезными проявлениями цензуры сталкиваются расследовательские издания. Материал еще не написан, а уже могут позвонить и попросить снять.

Средства борьбы с расследовательскими изданиями очень просты: никто никого не убивает, в тюрьму не сажает, просто присылает налоговую полицию, пытаются закрыть различными экономическими средствами. Но страшно не то, что государство цензурирует прессу, страшно то, что людям в последнее время перестали быть нужны материалы, заставляющие их думать. Теперь предпочитают легкое и приятное.

Люди устали от постоянной борьбы, от смутных времен. Им захотелось стабильности. Стабильность связана со спокойствием, которое, в свою очередь, связано с невмешательством, чтобы все было тихо и аккуратно, чтобы душа не болела. Люди стали более апатичны.

Абсолютная апатия ко всему рождает новую апатию, и круг замыкается.

*Какой же, по Вашему мнению, будет журналистика завтра?*

Я боюсь загадывать. Мне страшно, что актуальной журналистика будет все меньше и меньше, актуальность уйдет на дальний план. По-

смотрите, сейчас почти все журналисты, пишущие об актуальных проблемах, — это старая гвардия. Буквально на днях был круглый стол, который организовывал Генрих Боровик, и всем, кто сидел за столом, было больше сорока.

На нем говорилось, что среди молодых журналистов только пять процентов хотят идти в проблемную, расследовательскую журналистику. Я думаю, что журналистика станет еще более глянцевой.

Мы — расследовательский холдинг, и это наша задача. Но серьезных расследований сейчас нет ни на телевидении, ни в газетах, ни на радио. Сегодня все больше и больше расследуется прошлое. А настоящее опускается и затушевывается, чтобышний раз не разжигать огонь в людях. Мы — последний расследовательский холдинг, и нам очень тяжело.

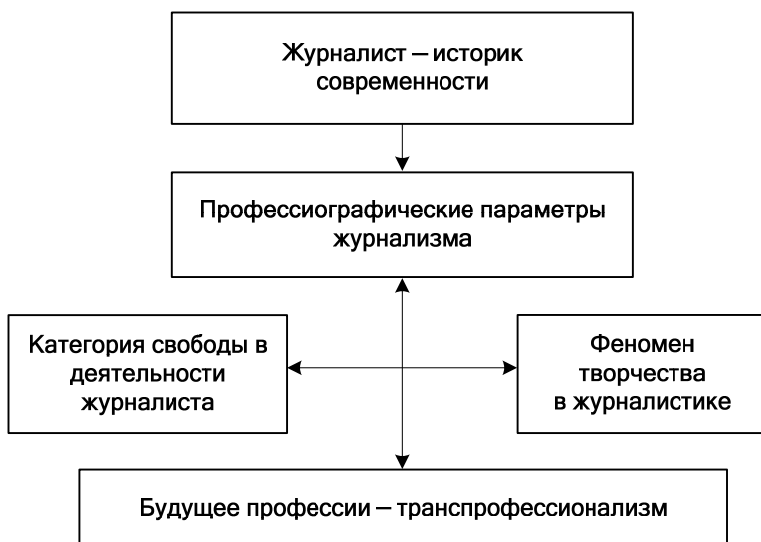
Единственный положительный момент в журналистике — повышение оперативности и информативности. Это надо отметить: сейчас информации стало появляться все больше, хотя она и не сопровождается анализом. Будут развиваться тематические издания, там еще есть поле для деятельности. Существует еще много незадействованных ниш.

*Что бы Вы могли посоветовать начинающему журналисту?*

В первую очередь, делать первые шаги и не бояться этого. Пройти трудную школу ежедневной газеты, школу стариков, поработать в крупных газетах, массовых изданиях, и всюду искать свою форму, свой стиль, самоопределяться. И хорошо учиться.

## Часть II

# Грани профессии



## Облако тегов (список ключевых слов)

авторитетное мнение *антропологическая революция* **ВИНА** **возмож-**  
**ный человек** **ГЛАСНОСТЬ** глобализация Даймон *демиург повседневности* диалоговое общение **ДИСКУРС** доверие *икона* иконический  
взгляд *интернальность* информационно-психологическое коммуни-  
кативное оружие **ипостась** *категорический императив* коммуника-  
тивная война *коммуникативная технологичность социального мира*  
**консолидация** конфиденциальная информация *концепция автори-*  
*тарная концепция ответственной свободы слова* концепция  
полной свободы слова **креативность** культура свободы журналиста  
*личностность* **ЛИЧНОСТЬ** локус контроля **НЕЗАВИСИМОСТЬ**  
необходимость **образ** образ деятельности **общение** *операциональная*  
*поверхность коммуникации* **ответственность** официальная точка зре-  
ния *персона* политкорректность **право** принцип плюрализма *рыноч-*  
*ный детерминизм* сверхчеловек **СВОБОДА** **СВОБОДА СЛОВА** *свобо-*  
*да сообщения* свободная печать **свобода творчества** Своеволие *соци-*  
*альная роль СМИ* **субъект бытия** тематизация толерантности  
*толерантное мышление* трансполитичность *транспрофессионализм*  
**усия** феномен творчества *фундаментализм* цензура **экзистенция** экс-  
пертная оценка **экстаз** **коммуникаций** экстернальность **эссенция**  
*юзабилити* *юридический аспект проблемы свободы слова*

## Полилог второй

### Свобода и творчество профессии

*Журналист:* Вот мы рассуждаем о свободе слова. Мне коллега говорит: «Я не понимаю, как это бегать от цензуры, да какая цензура, когда я продаю качественную информацию, творческую, востребованную. Цензура как фактор отпадает, если ты продаешь востребованный продукт».

*Читатель:* Но люди со своими слабостями. Кто-то устоял против соблазна предложить, что хочет читатель, а кто-то не смог. А если люди хотят порнографию? И что, продавать ее?

*Философ:* Для меня продажа порнографии тоже вопрос. Это пример того, как все восприняли перестройку. Никаких ограничений. В газетных киосках одна порнография, но длилось это месяц-два, ну полгода. Потом все стало на свои места. Рынок все отрегулировал. Вначале все покупали, потому что никогда этого не видели, а потом надоело — одно и то же.

*Журналист:* Это все равно, что новый человек на конфетной фабрике. Поначалу все эти сладости привлекают. Но проходит какое-то время, наелся уже до отвала, и смотреть на них не можешь. Вполне естественно. Это касается любого продукта, информации в том числе.

*Философ:* Но есть что-то, что востребовано постоянно. Например, новая информация в бухгалтерском или юридическом деле. Она может быть очень широкой и достаточно специфичной. Где-то видел информацию на тему «пространство переговоров и согласований». Она доступна всем.

*Читатель:* Но всем ли она нужна?

*Философ:* В том-то и дело. Итак, категория свободы и информационно-коммуникативной деятельности. Пункт первый для обсуждения: свобода как политическая декларация и философская категория.

Я считаю, что осознание свободы должно начинаться в рамках понимания различных философских школ. Свобода рассматривается в рамках ответственности, в рамках христианского взгляда. Есть свобода выбора, исходящая из свободы воли, из жизни человека.

*Читатель:* Вопрос поставлен. Но что делать мне с ним?

*Журналист:* Очевидно, для вас важен второй ключевой пункт: политическая декларация. Свобода как политическая декларация. Это вопрос, который читатели очень часто задают на встречах. Многие не понимают позиции правозащитников, просят пояснить, что такое права человека и новое мышление как современные концепции.

Причем они вполне резонно указывают на некоторую несостоятельность этих позиций.

*Философ:* Если говорить о свободе как политической декларации, то следует выдвинуть некое понятие «свобода», которое соответствует некоему идеологическому, политическому моменту. Он, конечно, вступает в определенное противоречие с общим пониманием термина «свобода». А это понятие является фундаментальным.

*Читатель:* Тогда поясните: а понятия «свободы личности», «прав человека», как с ними быть? Только о них и пишут.

*Журналист:* Да, в газетных и журнальных публикациях часто можно встретить эти понятия.

*Философ:* И должны восприниматься как способ реализации принципа свободы воли. Это продолжение предыдущего пункта. Свобода без ответственности просто бессмысленна. Если человек является причиной каких-то событий или совершает какую-то деятельность, то всякая деятельность сопряжена с ответственностью, действия могут быть ошибочными или верными. Важно, что человек берет на себя ответственность за свои действия.

*Журналист:* А свобода информативно-коммуникативной деятельности, как ее трактовать?

*Философ:* Здесь конкретизируются понятия «свобода» и «информационно-коммуникативная деятельность». В данном случае определяются зоны ответственности человека, который занимается информационно-коммуникативной деятельностью. И мы обязательно выходим на понятие «этика». У каждого человека, и журналиста в том числе, есть предпочтения. Каждый мир видит по-своему. Кто-то акцентирует внимание только на плохом, а кто-то только на хорошем и т.д. И об этом сообщает всем, что в данный момент выполняет свой профессиональный долг.

Причем, то, что допустимо в той или иной профессии, совершенно невозможно в журналистской деятельности. Например, журналист не имеет права говорить: «Я тут вообще по заказу работаю! Я пришел сюда деньги зарабатывать, а что вы подумали, меня не интересует!»

*Читатель:* Это недопустимо. Такого и представить невозможно. В нашем представлении журналист может кого-то с экрана или в газете бомбить, но чтобы вот так — из-за денег работаю... Не вяжется в моем сознании.

*Журналист:* Мы раньше работали за идею. Реализовывали свои творческие планы. Журналистика для многих была чем-то святым. Романтики советского периода. Сейчас действительно больно, когда говорят о проплаченных статьях. Хотя это реальность, с этим следует считаться. А вот принимать или не принимать, в этом и заключается свобода выбора каждого журналиста, какое бы средство массовой информации он не представлял.

*Читатель:* Есть еще понятие «ангажированный журналист», тот, который работает по заказу.

*Журналист:* К сожалению, есть. Особенно молодой журналист должен четко понимать, что существуют эти рамки. Рамки социального заказа, заказа хозяина и вообще очень много различных рамок. Очень важна при этом и общая концепция газеты, например, концепция газеты «Вести» отличается от концепции «Ведомостей».

*Философ:* Да, журналист должен выполнять эти требования. Его искусство состоит в том, что, придя в газету, он должен соблюдать их. Это правила игры и надо учиться получать от этого удовольствие и максимальную пользу для своего профессионального роста, но бывают, конечно, ситуации, когда человек не может работать в этих рамках, например, православный человек не сможет писать в газете других конфессий.

*Читатель:* Так журналист свободен или нет? Или только процесс творчества дает ему это ощущение?

*Журналист:* А вы, уважаемый читатель, свободный человек? Если да, то насколько? Где границы вашей свободы или несвободы?

*Философ:* Коллеги, каждый отвечает на этот вопрос сам. Он же и определяет для себя пределы, за которые может или не может выходить. Действительно, журналистика как область творческой деятельности может себе позволить гораздо больше других профессий.

*Журналист:* Но не до бесконечности, поверьте. И потом, свобода — это не хаос, и не беспредел, так же как и творчество — это прежде всего внутренняя дисциплина.

*Читатель:* Парадокс!

*Философ:* Совсем нет. Моя позиция заключается в том, что существует трансрациональная, рациональная и иррациональная журналистика. Она восходит к концепции Лосского-старшего. Поэтому сегодня смело можно ввести такой квалификационный принцип. Обычно разделяют рациональное и иррациональное в творчестве. При этом под рациональным подразумевается дискурсивный логический ключ, под иррациональным — то, что идет от тенденции эмоционального плана.

Мне кажется, что такого рода деление не совсем правильное и не очень продуктивное. А вот Лосский еще в конце XIX — начале XX в. ввел такую классификацию творчества: трансрациональное, рациональное и иррациональное, что вполне соответствует сегодняшней профессиональной журналистской деятельности.

*Читатель:* Тут только и остается вспомнить Фрейда!

*Философ:* А почему бы и нет. Его понятие «эго — супер-эго» имеет прямое отношение к творческим процессам. Журналистика — здесь не исключение. Она, например, стремится достичь некой своей сверхцели, которая выходит за пределы сиюминутных задач. Есть журна-

листика, которая анализирует то, что сейчас происходит в мире. Она рационально анализирует возникающие ситуации, т.е. идет от разума, размышляет, доводит смысл тех или иных событий до аудитории (до толпы). Есть журналистика, которая эксплуатирует иррациональный компонент человека. Яркий пример такого рода изданий — порнографические, юмористические и т.д.

*Журналист:* Очень интересная градация. Она многое проясняет. Было бы правомерно ввести такое разделение.

*Философ:* Соответственно во всех этих трех зонах существуют свои принципы творчества, творения тех или иных продуктов. Первый, так как он трансрациональный, т.е. не от мира сего и требует определенного духовного состояния, определенного духовного выражения, как высшая форма проявления человека. Рациональное требует хоть какого-то ума. А иррациональное требует понимания человеческой природы как таковой, тех веревочек, за которые человека можно дергать.

*Читатель:* Это что, все развлекательное в журналистике? И это все плохо?

*Журналист:* Конечно, нет. Только негативные коннотации здесь неуместны. И журналист, и читатель должны оставаться на уровне рационального взгляда. Да, здесь неплохо коснуться PR и рекламы, хотя это не тема нашего разговора. Акции Макдональдса, Пепси-колы и многих других компаний, которые пришли на наш рынок, строятся на использовании не только рационального, но и иррационального.

*Журналист:* Наша же задача, как я ее вижу, ввести различия этих трех видов журналистского продукта. Может быть, здесь не стоит говорить о творчестве. Может быть, здесь стоит говорить о характеристике продукта. Продукт бывает разный.

*Читатель:* Это вы о том, что один бьет голым фактом, другой в статье или телеэфире размышляет, а третий выплескивает одни эмоции?

*Философ:* Тем самым вы обозначили тему «Творчество и ремесло в журналистике и поэзии». Я не зря говорю здесь «и поэзии». Вопрос в том, в каком смысле журналистский продукт есть продукт творчества? И в каком смысле продукт поэзии является продуктом творчества? Вот Цветаева говорила о ремесле. И собственно на ремесло уповала, хотя она была исключительно поэтом. Она говорила, что мой поэтис — в ремесле.

*Журналист:* В каком плане это можно отнести к журналистике?

*Философ:* Из всех литературных форм деятельности в журналистике, наверное, в наименьшей степени, если не считать бухгалтерские книги или тому подобные, заключен творческий компонент, а в большей степени ремесленнический. С другой стороны, высшее достижение журналистики достигается наивысшим проявлением творчества. Собственно, как и в любом другом деле.

*Журналист:* Должен быть полет. Ты уже в теме, что-то сработало, включилось, и пошел процесс...

*Читатель:* Переход количества в качество?

*Философ:* Я не согласен. Я как раз говорю о том, когда ты работаешь молотком и не задумываешься о том, куда вбить гвоздь. Ты можешь этим молотком начинать выбивать из мрамора куски и начинаешь что-то творить. Когда ты молотком не знаешь куда ударить, о каком творчестве может идти речь.

Но в высших достижениях человечества имеется творчество и об этом идет речь. Творческий компонент присутствует и в творчестве журналиста.

*Читатель:* Все равно мне непонятно, что есть творчество в журналистике и в чем оно проявляется?

*Журналист:* Создание микромира журналиста и есть творчество. На карте он нигде не обозначен. Он твой и в тебе, в твоей голове.

*Философ:* Создание мира, да. Например, создание библиотеки, подбор книг, систематизация, создание социальной среды. Здесь социальное творчество, коммуникативное творчество?

Творчество интересно тем, что оно не является лишь производным тех элементов, из которых оно создается. Творчество есть всегда возникновение нового качества. Его нельзя вывести. Его нельзя повторить. Оно уникально. В этом его свойства.

То, что повторяется, это ремесло.

*Журналист:* Но оно нарабатывается ни за один день, и ни за один год. А самое главное, что оно должно постоянно подпитываться. Должен идти процесс накопления. Процесс непрерывный. Ты все время придумываешь какие-то ходы, повороты. И если ты не будешь работать над поддержанием этого своего мира, его просто завтра не будет, и ты начнешь все сначала. А люди меняются, ситуация выходит из-под контроля. Думаю, здесь уместно сравнение с океаном, водой, когда волна накатывает за волной. Упустишь момент, задумаешься, и все будет смыто...

Условно говоря, творчество — это труд.

*Философ:* Наверное...

*Читатель:* Это подвижничество.

*Философ:* И тогда, если журналист создает свой микромир, тогда это есть творчество.

*Философ:* Может его и уничтожить, и создать другой.

*Журналист:* Но это и есть одно из условий хорошего материала, творческого материала, качественного материала.

*Философ:* Нет, творческое и качественное — давай разделять. Качественный материал является продуктом высокого мастерства. А творческий — он не всегда является качественным. Иногда он может быть даже отвергнут.

*Журналист:* Но это прорыв. Что-то сделано такое, что никто до того не делал. Поэтому вначале не всегда это все воспринимается должным образом. Люди привыкли к определенным традициям, и этим определяется их восприятие. А если что-то их нарушает, то может вызывать неприятие. Потому что оно выходит за пределы его восприятия, не складывается.

*Философ:* Скажем так: продукт творчества не реконструируется, т.е. нельзя разобрать его на составные части, нельзя сказать, из чего он сделан, потому что он качественно новый. И всякая попытка посмотреть, из чего он сделан, приводит к тому, что сам продукт разрушается. Это как хороший анекдот: почему нельзя объяснить человеку, что в анекдоте смешного. Если объяснишь, почему он смешной, он перестанет быть смешным.

*Читатель:* Я так ничего и не понял. Это, наверное, очень сложный вопрос. Нерв беседы проходит через оппозицию «творчество — ремесло». А мне как читателю главное — чтобы читать, слушать или смотреть было интересно. А как вы, журналисты, достигли этого, ваше личное дело. Но все равно, спасибо.

## Глава 5

# Журналист — историк современности

### 5.1. История современности

Радищев назвал журналиста историком своего времени. Сейчас бы мы сказали по-другому: «историк современности». В таком понимании журналистика становится не только регистратором событий, происходящих во времени, но и исследователем, обладающим системным историческим взглядом, позволяющим видеть в калейдоскопе событий закономерность, тенденцию, связь. Причем, в отличие от историка журналист находится в точке возникновения события и не имеет возможности апеллировать к цепочке последующих событий, поскольку они еще не произошли, а также к их референтам: мнениям, отношениям, научным объяснительным схемам, поскольку оказывается первым, кто сталкивается с событием. Тем не менее с него не снимается требование следовать принципам историзма, т.е. парадигмальным основам исторической науки. Понятно, что далеко не всякий журналист всем этим обладает и далеко не всякий ощущает себя в этой роли, однако как максима понимание журнализма как историка современности остается, несмотря на то, что с историчностью журналистики не все так просто.

Не все так просто оказывается и с современностью, если внимательно попытаться разобраться, что это такое. Современность — состояние повседневной реальности, имеющее некоторый положительный заряд, отличающий его от таких состояний, как несовременность, архаичность, устарелость, ветхость и т.п. Но так ли это? А если и так, то всегда ли так было, всегда ли современность была позитивной ценностью, и все ли считают, что современность — это что-то положительное?

На одной конференции, проходившей в РГГУ<sup>1</sup>, как-то раз обсуждалась проблема современности. Конференция показала, что

---

<sup>1</sup> Конференция «Своевременна ли современность? (современность как коммуникативный проект)», состоялась 15 апреля 2005 г. на факультете истории политологии и права РГГУ.

практически во всех выступлениях ее участников — историков, философов, культурологов, политологов признавалось, что понятие «современность» содержит скорее негативные коннотации, а не позитивные, как можно было бы ожидать. Столь согласованное мнение коллег о современности удивило. Получилось, что для небольшого, но достаточно репрезентативного среза ученого сообщества «современность» не нашлась ни в действии, ни в мышлении, ни в душе (так назывались секционные заседания конференции). Она вообще нигде ни нашлась. Правда, следует отметить реплику О.И. Генисаретского о том, что современность — понятие рыночное, т.е. является конструируемым информационно-коммуникативными и политическими средствами продуктом-товаром.

Не нашлось статьи о современности и в словаре Владимира Ивановича Даля. Зато там обнаружился забытый глагол «Современять».

**СОВРЕМЕНЯТЬ, современить** что с чем, пригонять, приноравливать к одному времени, сроку, соразмерять современно, одновременно; сождать, приводя что к одному, к общему сроку, или к удобному времени. *А ты бы современил отъезд свой с моим приездом. Уборки с ведром не современишь, не угадаешь, не приноровишь. -ся, страдают. и возвр. по смыслу речи. С погодой не современисься. Прибыль и убыль дня современяется с ходом солнца, совпадает по времени, от него зависит. Современный, одновременный, совместный, совпадающий по времени, вместный, односрочный, сверстный по времени. | Сущий, бывающий в наше время, наших времен, сверстный нам. Современные (чему, кому) писатели, современные друг другу, либо нам. Современное просвещение, нынешнее, настоящее, наше. Современный бой или ход двух часов, изохронический, дружный, согласный, одинаковый и равномерный. -ность ж. свойство, качество, принадлежность современного. -ник, -ница, сверстник, в одно время с кем живший или бывший чем. Александр и Наполеон были современники. Министры современники, бывшие в одно время в сане этом. Может быть, предки наши и не чаяли народить такого потомства, каковы современники наши.*

Из этого следует, что современять или современить — это достаточно локальный акт временной синхронизации различных событий, а современность здесь почти то же самое, что одновременность. Размерность современности измеряется одним событием, или цепочной событий одного класса.

Приведем еще одну статью, в которой упоминается современность.

**СОБЫТИЕ, событность** кого с кем, чего с чем, пребывание вместе и в одно время; *событность происшествий*, совместность, по

времени, современность. **Событные происшествия**, современные, в одно время случившиеся. | *Событие*, происшествие, что сбылось, см. *сбывать*. Это **событчик мой**, бывший где-либо со мною вместе, в одно время, сосвидетель.

Именно через событие вводится персоналия «со-временник», — человек, находящийся в одном времени с нами, и через событийные планы познается нашими со-временниками сама современность. Следовательно, если допустить возможность создания и управления событиями, то придется допустить также возможность создания и управления современностями. Это первое, что заставляет задуматься о рукотворности, искусственности современности. Что, естественно, не может не беспокоить мыслящее сословие, так как делает пустыми сами попытки интеллектуального постижения того, что на самом деле происходит в «современном» мире.

Современность как определенное со-стояние и со-бытие с актуализированной реальностью требует для своего существования не только сознаниевой рефлексивности, но и внешней маркировки. Из наиболее значимых источников этой маркировки, или точнее, социокультурной кодификации времени следует упомянуть: 1) временные циклы, задаваемые индустрией производства и распределения продуктов-товаров-вещей; 2) памятные и круглые даты; 3) периодические СМИ.

Жизненные циклы производства, потребления и утилизации вещей выступают в роли вещных часов-ходиков, определяющих степень современности и жизненные циклы их производителей и пользователей. Есть вещи современные, и есть вещи устаревшие. Только приобретение первых и избавление (утилизация) от вторых означает современность. Другое поведение свидетельствует об отсталости. Быть современным, пребывать в современности, значит современить ускоряющимся циклам обновления товаров на рынке. Причем уже здесь выделяется дорогая и дешевая современности, снабженные атрибутами элитарности и общедоступности соответственно, заменяющие собой качества сакральности и профанности. Наверное, есть и бесплатная современность для нищих, выступающая в качестве средства управления массами. Во всех случаях для поддержания свойств современности широко используются информационно-коммуникативные технологии, задачу которых можно свести к брендированию современностей разного ранга и связыванию материальной продукции со свойствами хронобрендов.

Особо следует сказать о мистике памятных событий и круглых дат. Например, событие наступления третьего тысячелетия, ничем не примечательное в физическом смысле, можно и в самом деле

считать определенным переломом в общественном сознании и коллективном бессознательном. Действительно, такие события сопряжены с ожиданиями завершений и начал. Чем круглее дата, тем глобальнее ожидаемые завершенности и начала. Более того, временная диаграмма массового сознания меняется, определенность прошлого и его знание-ощутимость в конце века меняется на неопределенность будущего и фиксацию-отчуждение прошлого в начале следующего. Отсюда, возможно, эффект возникновения эсхатологических настроений эпохи перемен. К такого рода событиям, круглым и памятным датам, присоединяются, усилиями информационно-коммуникативных и политических технологий смыслы, преследующие вполне конкретные и связанные с текущим моментом цели.

И все-таки наиболее влиятельным маркеровщиком современности являются сегодня каналы массовой информации, рассматриваемые в качестве функции системы массовых коммуникаций (СМК). Во-первых, они помогают реализовывать то, что было описано выше. Во-вторых, осуществляют уже собственные порождения современности. Поток начинающихся и завершающихся событий, причастность к которому и дает ощущение пребывания в современности, все в большей степени зависит от СМИ и СМК. Каналы массовой информации не только фильтруют события, но и задают их метрику, т.е. те временные границы, которые определяют рамки ощущения современности, масштаб и интенсивность событийности. Эти рамки являются следствием отличительного признака информационных изданий — их периодичности. Причем содержащаяся в рамках действительность определяется вкусом и предпочтениями издания. Таким образом, аудитория погружается во временную пространственность сложной гипертекстуальной структуры.

Неожиданное дополнение к формированию чувства современности вносит Интернет, где временные маркеры событий скрываются среди прочих. Это провоцирует возникновение пользовательских конструкций времени. Однако и в этом случае интернетовские алгоритмы формирования виртуальных современностей все равно остаются под внешним управлением.

Со-временность при ближайшем рассмотрении — это пребывание со временем, но не во времени. Это способ отчуждения от времени, эксплуатирующий идею прогресса, заключающуюся в том, что будущее важнее и интереснее настоящего и, тем более, прошлого. Современность — это всего лишь незавершенное, недоделанное будущее, его эскиз и проект. Современность не содержит смысла будущего и, как это не парадоксально звучит, не является ни темпоральным, ни витальным, ни, тем более, онтологическим поняти-

ем, но зато замечательно вписывается в систему маркетинговой терминологии.

Поэтому нет ничего удивительного в том, что размышления о современности вызывают желание найти место, где нет современности, так как именно там есть время и есть бытие. Это место явно не на рынке.

Еще в XIX веке время маркировалось в сознании прежде всего природными событиями и богослужебной практикой, в которой соединялось настоящее с событиями Священной истории и с Вечностью. Именно это придавало настоящему смысл со-бытийности, современая в молитвенной синергии социальное и историческое время, подчиняя человеческое бытие церковному календарю, т.е. Промыслу Божьему.

Отход от естественных приходящих природных циклов времени и литургических непреходящих временных форматов собственно и является причиной современной деструктуализированной современности.

Сегодня каждое мгновение фактически является точкой бифуркации, после которой сценарий действительности может быть выбран произвольно, а время представляется сплошь состоящим из точек разрыва. Вот почему здесь проще говорить о современности, чем о современниках. Но в то же время легко назвать современником любую историческую фигуру. История перестает быть коннотацией прошлого, а превращается в социально-коммуникативный инструмент настоящего и в функцию будущего. Последнее есть следствие создания технологий не только прогнозирования, но и проектирования будущего. Легко понять, что если проект будущего, под которым здесь понимается управляемая с помощью комплекса коммуникативных, социальных и политических технологий реальность, действительно окажется возможен, то время остановится, прошлое и будущее свернется в точке «сейчас», история завершится.

Это реальная перспектива социокультурного развития цивилизации, участие СМИ в котором более чем значимо. Однако обо всем этом не имело бы никакого смысла писать и говорить, если бы достижение абсолютной симулитарности времени было единственным вариантом развития. Вовремя зафиксированная негативная тенденция дает шанс для ее преодоления. Политика средств массовой информации, направленная на формирование во-временного, а не со-временного образа жизни, построенного на актуализации и возвышении духовных ценностей настоящего и вечного, коими являются ценности религии и природы, вполне в состоянии изменить ситуацию к лучшему.

**ИЛЛЮСТРАЦИЯ*****Медиа как творческий продукт***

*Д. Гавра, доктор социологических наук, профессор факультета журналистики СПбГУ.*

**Несколько поводов для оптимизма**

Начало 90-х было периодом, когда средства массовой информации поднялись как инструмент политического влияния и творческий продукт на серьезную высоту. Звездный час пережило уходящее поколение Егора Яковлева и пришедшее на смену поколение Влада Листьева и «Взгляда». Начиная со второй половины 90-х годов журналистика как качественный профессиональный труд уходила на второй план, ярких имен появлялось все меньше. Естественный цикл смены времен и смены поколений заставляет меня говорить, что наступает время новых имен и форматов. Оптимистический прогноз связан с естественной цикличностью политического и творческого процесса. Полагаю, с 2008—2009 года медийный ландшафт начнет обретать новый характер. Это связано и с динамикой политической сферы, и с собственной динамикой аудитории. Очевидно, что Россия начинает больше читать, обращаться к внутренним ценностям. Риторика, связанная с апелляцией к «русскости» как к особой вселенной, — вспомним мюнхенскую речь Путина — позволяет говорить о том, что Президент впитывает общественную атмосферу и придает ей вербальное выражение.

Конечно, я не оптимист, когда включаю кнопку на телевизоре, когда замечаю, как с радиостанций уходят разговорные форматы, вижу тиражи качественных газет. Тем не менее заставляет смотреть в будущее с надеждой, несмотря на все перипетии, работа редакционных коллективов «Ведомостей» и «Коммерсанта». С моей точки зрения, и движения вокруг «Известий» не развернули от них аудиторию. Празднование 90-летнего юбилея газеты показало, что «Известия» до сих пор попадают в когорту вполне авторитетной российской журналистики. С другой стороны, наблюдается очень интересная тенденция — появление коммерчески успешной бесплатной прессы, в том числе рекламной. Назову газеты «Метро» и «Мой район». Достаточно серьезно развивается корпоративная пресса — полноценный сегмент новой российской журналистики. Кроме того, эффективными являются отдельные сетевые издания. По соотношению «цена — рекламные доходы» хорошо развиваются узко нацеленные на определенные сегменты аудитории АМ/М радиостанции. Разумеется, в обозримом будущем телевидение останется властителем дум. Судя по всему, появятся новые возможности синтетических форматов, соединяющих телевидение, мобильную связь и Интернет.

Газеты и журналы станут ближе к рынку. Если телевидение продолжает оставаться определяемым политически, то печатная

пресса — экономически, т.е. обусловлена платежеспособным спросом читателей и рекламодателей. В этом плане рынок печатной прессы будет воспроизводить ситуацию, свойственную для газетно-журнального рынка 90-х годов в Германии и Италии. В меньшей степени англосаксонский вариант. Глянец потихоньку приобретет более респектабельный вид с меньшим количеством рекламы. Возрастет роль бесплатной информационной прессы. Вырастут тиражи так называемых «журналов интересов». Как только произойдет расширение журнального рынка, он окажется интересен для хорошего рекламодателя. И мы сможем получить позитивную динамику на рынке качественных или близких к качественным журналов.

<...>

Сегодняшняя ситуация в отношении доверия общества к журналистике крайне парадоксальна. Из демографии известно выражение «русский крест». Во взаимоотношениях общества со средствами массовой информации наблюдается вариант «русского медийного креста». На уровне думающей образованной части общества доверие к массмедиа очень низкое. Анализируя содержание СМИ, профессионалы и экспертное сообщество понимают, что идет вполне рациональное управление аудиторией со стороны политических и медийных элит. Но существует и массовая аудитория. И она воспринимает медиамир по-другому. Люди ежедневно включают телевизор и смотрят новости, сериалы и то, что между ними, продолжая доверять и печатному слову, и сказанному с экрана. Параллельно с мерцающим ощущением манипулирования сохраняется внутреннее эмоциональное доверие СМИ, доставшееся в наследство нашей ментальности от коммунистических и перестроечных времен. В этом плане российское общество в целом любит современное телевидение, хотя и не доверяет ему. Чисто русская особенность, когда умом вроде бы все понимают, а душой «прикипели». Элита же всегда считала и продолжает считать средства массовой информации приводным ремнем государственной машины. Это и есть «русский медийный крест». И данное противоречие не позволяет мне быть пессимистом.

<...>

### **Мифы о четвертой власти**

Модная метафора о четвертой власти нигде в мире не имеет ничего общего с реальными функциями СМИ. В ряде случаев пресса выступала приводным ремнем партии, как в коммунистическом Советском Союзе. Можно привести в пример также «уотергейтскую историю» и импичмент президенту Никсону. Средства массовой информации обрабатывают функции четвертой власти исключительно в ситуации кризиса или метаний в обществе. Вспомним «Огонек» времен Виталия Коротича или продукт, который делал Егор Яковлев в «Московских новостях». Когда общество в кризисном со-

стоянии ищет духовные ориентиры, средства массовой информации на время способны взять на себя не свойственные им функции, которые обычно выполняет интеллигенция, элита или властные институты. И никак нельзя им становиться властью надолго, что близко к режиму, называемому «властью толпы». СМИ все-таки институт массового общества, в то время как государственное управление — дело профессиональное. Журналистика в свою очередь также деятельность профессиональная, связанная с обеспечением информационных потребностей масс. С другой стороны, это социальный институт, выступающий посредником между информационными интересами массовой аудитории и миром событий. А массмедиа является совокупностью носителей информации. Эти понятия соотносятся примерно как официант и ресторан. Наблюдая многих наших в том числе политических журналистов, я готов сравнить их с официантами, которые говорят: «Чего изволите?» публике, покупающей скандальную информацию. В действительности предлагая лишь то, что может приготовить шеф-повар.

Сравним происходящее в России и в западных демократиях. Принципиальное различие в том, что на Западе существует нормально развитый рынок печатных СМИ, являющихся прибыльными предприятиями. В России более-менее эффективным бизнесом в сегменте печатных СМИ является только желтая пресса. А массовая аудитория везде одинакова — всегда покупает плохие новости, скандалы, подробности «ниже пояса». В этом плане человек не изменился с того времени, когда в I веке была написана «Жизнь двенадцати цезарей». Но во всем мире существует спрос и на качественную информацию. В нашей стране потребность такого рода не удовлетворена. Хотя и спрос, и аудитория существуют. Но есть еще и переплетение экономических и политических интересов, в котором политика играет первую скрипку. А медиаэкономика, при всей ее важности, все равно на втором плане. Хотя все, кому нужно, свои деньги вполне зарабатывают. Что внимательный наблюдатель легко может заметить на примере федеральных телеканалов, превратившихся в разные версии развлекательного телевидения. С экранов исчезли люди, делавшие аналитику в виде шоу, а не шоу в виде аналитики. Серьезный элитный зритель из телевизионной сферы ушел. Но он, похоже, и не нужен.

Что первично — курица или яйцо — спрос или предложение? И какой спрос — политический или рыночный? Ответ определенный. Если говорить о таком мощном оружии, как телевидение, первичной становится точка зрения владельцев средств массовой информации и их государственных и политических патронов. В существенной мере это связано с ведущей ролью телевидения в обеспечении морально-психологического единства нации, особенно в условиях усилившегося давления на нашу страну извне. Когда западным СМИ, можно сказать, «выдана лицензия» на Россию.

Как показывают результаты выборов, не слишком разборчивая аудитория вполне востребована общим вектором национальной информационной политики. Народ получает коктейль из сериалов, ток-шоу, развлекательных программ и очень похожих по тональности новостей. Потом приходит на выборы и голосует за одну или две партии власти. Схема работает. Но будет работать не всегда. Если мы идем к гражданской нации, нужно, чтобы обратные связи между властью и обществом работали. И сделать их работающими могут только СМИ. Точнее, если этого не сделают СМИ, это сделает улица. А как только начинает говорить улица, о гражданском мире можно забыть.

Но сказанное относится прежде всего к телевидению. Печатные же СМИ чем дальше, тем больше стараются стать экономически эффективными предприятиями. «Пожелтение» — вполне дилетантская попытка сделать прибыльным жанр *infotainment*. Здесь произошла связь слов *information* и *entertainment* — информация и развлечение. Но так будет не всегда.

В принципе я не согласен с разговорами о том, что журналистика больна и продажна. Она больна и продажна не более, чем общество, прежде всего политический класс. На сегодняшний день СМИ являются одним из институтов потихоньку выздоравливающего российского общества. Часть своих функций они выполняют хорошо, часть — плохо. Хорошо, на мой взгляд, выполняется функция формирования гражданской нации, общих ценностей. В ряде случаев достаточно эффективны наши СМИ в формировании общественного мнения и публичной повестки дня. Гораздо хуже реализуется прежде всего информационная функция. Информационный продукт ни телевидения, ни печатных СМИ не отвечает стандартам качества, свойственным таким изданиям, как *Glob and Mail* или *Financial Times*.

Из телеэфира фактически ушли аналитические жанры, не видно серьезной авторитетной публицистики. Хватит пальцев на одной руке, чтобы назвать российские публицистические фигуры, созвучные тем, кто работал только в газете «Известия» или «Литературной газете» в 70—80-х годах. Очевидно, пожелтели многие вполне качественные ранее молодежные издания. Конечно, отголоски олигархического передела печатных СМИ 90-х годов слышны до сих пор. Важно понимать, что российская пресса очень медленно и не вся выходит из состояния обслуживания власти и олигархов.

*Персона. 2007. № 3(64). С. 8—13.*

Эволюция от качественной журналистики к желтой, наблюдаемая в последние десятилетия, актуализирует проблему миссии журналиста, цели его социального служения. Отмеченные в статье тенденции связаны в большей степени с социально-экономическими

трансформациями, и поэтому действительно можно надеяться на то, что потрясения в конце концов приведут к какой-либо устойчивой равновесной ситуации в сфере журналистики. Однако существуют еще и причины иного рода, вызванные технологическими прорывами в области социальных коммуникаций, которые могут оказать не менее серьезное влияние на лицо журналистики. В частности, появившийся совсем недавно так называемый WEB 2.0.

## 5.2. Социальность 2 точка 0

Термин WEB 2.0 появился всего два года назад, ввел его в обиход основатель крупнейшего в мире издательства, специализирующегося на книгах про компьютеры О'Рейли. Под этим термином проще всего понимать некоторую совокупность интерактивных сервисов, обладающих рядом специфических свойств. Причем эти свойства с трудом можно собрать в некую систему.

Вот как, например, объясняется способ распознавания WEB 2.0 в статье «25 фактов про WEB 2.0»<sup>1</sup>:

*«Различные Интернет-сервисы, появившиеся на пепелище разорившихся доткомов и использующие в своей основе принципы коллективизма, кооперации, открытости, доступности, интерактивности, можно смело называть Web 2.0, не боясь, что кто-то упрекнет вас в дилетантизме. Если какой-нибудь интернет-сервис становится лучше из-за того, что им стало пользоваться больше людей, — это почти наверняка Web 2.0. Если вам предлагают массу каких-нибудь замечательных услуг, два гигабайта памяти, самую точную карту на свете и при этом не просят за это никаких денег — это почти наверняка Web 2.0. Если кругом одни дилетанты-энтузиасты и нет ни одного профессионала, получающего за эту зарплату, — это тоже наверняка Web 2.0. Если вы можете взять и собственноручно поправить вот эту статью — это тоже наверняка Web 2.0. Если для определения какого-либо ресурса используются такие термины, как Ajax, RSS, AdSense, теги, блоги, — это наверняка имеет какое-то отношение к Web 2.0. Ну и так далее».*

«Концепция Веба 2.0 родилась на совместном мозговом штурме издательства O'Reilly Media и компании MediaLive International. Вице-президент O'Reilly Дейл Дагерти (Dale Dougherty) отметил, что сам-то веб далек от краха и даже более важен, чем раньше, раз уж впечатляющие новые приложения и сайты появляются с завидной регулярностью. Может быть, в результате доткомовского краха

---

<sup>1</sup>25 фактов про web 2.0 // Большой город. 2006. 30 августа.

имеет смысл говорить о WEB 2.0. Так родилась Web 2.0 Conference» — пишет О. Рейли в своей знаменитой статье «Tim O'Reilly — What Is Web 2.0» от 30 сентября 2005 г., впервые опубликованной на русском языке в журнале «Компьютерра» (№ 37 (609) и 38 (610) от 11 и 18 октября 2005 г. и затем выложенной под заголовком «Что такое Веб 2.0» веб-сайтом «Компьютерра online». В этой статье Тим О'Рейли привязал появление большого числа сайтов, объединенных некоторыми общими принципами, с общей тенденцией развития интернет-сообщества, и назвал это явление Веб 2.0, в противовес «старому» Веб 1.0.

Фактически О. Рейли осуществил то, что на пиаровском и маркетинговом языке именуется ребрендингом, сделав брендом само понятие WEB, и снабдил его свойством версияльности. Причем, как известно, цифра рядом с названием программного продукта означает его версию. Изменение цифры перед точкой говорит о существенном обновлении программного обеспечения. Поэтому термин WEB 2.0 должен означать, что Сеть существенно изменилась по отношению к первоначальному виду. Иными словами, сама Сеть стала позиционироваться как продукт и как бренд.

Автор термина как бы ничего и не изобрел, он просто обозначил, что в Интернете появились сервисы, обладающие определенными свойствами, и эти сервисы необходимо как-то отстроить от традиционного WEB. И стоило только осуществить операцию именования, как многие пользователи действительно увидели новый феномен (Google, например, содержит более 9,5 млн ссылок на WEB 2.0), а некоторые производители информационных ресурсов и ПО немедленно воспользовались им как флагом.

Ясно также, что WEB 2.0 продолжил движение к созданию глобальной гипертекстовой структуры информационного пространства. В связи с этим важно вспомнить предшествующие проекты гипертекстовых машин.

Первая попытка описать «гипертекстовую машину» была принята Ванневаром Бушем в 1945 г.<sup>1</sup>, который предложил проект электронно-механического устройства, названного Мемех (от английского MEMory Extension). Это устройство должно было позволить человеку определенным способом организовать свои записи, статьи, книги. С помощью механических средств тексты, записанные на микрофильмы, связывались между собой так, что переход от одного к другому осуществляется непосредственно, даже если физически они расположены далеко друг от друга. При ознакомлении с ними закладывалась возможность пропусков страниц и возврата

---

<sup>1</sup> *Bush V. As we may think // Atlantic Monthly. Vol. 176. № 1. 1945. P. 101—108.*

назад. Одновременно на экран могли вызываться несколько микрофильмов. Дополнительно к существующим материалам могли записываться новые статьи, заметки, комментарии. Тексты, связанные между собой, оставляли «след», траекторию движения по тексту. Текст в целом приобретал разветвленную структуру.

В этом описании не трудно увидеть черты современных информационных мегамашин Интернета, однако воплотить эти разработки в полной мере во времена Буша так и не удалось.

Поэтому уместно привести здесь расширенную цитату из работы Буша «Как мы можем мыслить»<sup>1</sup>.

6. Различие между тем, как устроено хранение данных через индексирование и дробление на подклассы и тем, как мыслит человек. Наш мозг оперирует данными через ассоциации, создавая паутину из цепочек, в которые вовлечены клетки головного мозга. Представим будущее возможное устройство — назовем его «memex» — которое помогает человеку хранить все его книжки, все его записи и все его коммуникации с другими людьми. Устройство выглядит как обычный стол, на котором клавиатура, кнопки и рычажки. Небольшая часть стола занята данными в виде микрофильмов, остальная часть — рабочий механизм. Книги всех типов, картинки, газеты могут быть немедленно получены и включены в систему. На верху устройства находится прозрачный валик, куда попадают записи, фотографии, меморандумы и прочие документы. Эта система использует индексирование — если человек хочет получить доступ к книге, он набирает необходимый код на клавиатуре и нужная книга или страница возникает перед ним на экране мемекса.

7. Когда пользователь строит ассоциативную цепочку между двумя документами, то он записывает название цепочки в книгу кодов. Сохраненные цепочки могут быть доступны пользователю в любое время. Они образуют совершенно новую книгу, которая хранится внутри мемекса и может быть вызвана из его памяти и через много лет.

8. Возникают совершенно новые формы энциклопедий, которые содержат цепочки документов. Эти цепочки облегчают работу специалистов в области физиологии, химии, истории и других дисциплин. Возникает новая профессия проходчиков виртуальных троп (trail blazers), людей, которые находят удовольствие в создании и построении полезных путей сквозь массу обычных данных. Возможно, душе человеческой будет легче летать, если мы облегчим процедуру сохранения прошлого и позволим более полно анализи-

---

<sup>1</sup> Bush V. As we may think. The atlantic monthly, July 1945.

ровать проблемы настоящего. Человек построил столь сложную цивилизацию, что он нуждается в механизмах обработки данных, которые уже не вмещаются в его ограниченную память. Его экскурсии в прошлое и настоящее станут значительно приятнее, если он получит возможность забывать некоторые вещи, будучи уверен, что он в дальнейшем легко сможет восстановить свои записи».

Даглас Энгельбарт из Стэнфордского научно-исследовательского института под влиянием идей Ванневару Буша опубликовал статью «Концептуальная схема усиления человеческого интеллекта»<sup>1</sup>, в которой он констатировал переход человеческой эволюции в новую стадию, которая характеризуется «автоматизацией обращения с внешними символами».

Он предложил систему H-LAM/T — Human using Language, Artifacts and Methodology, in which He is Trained (система подъема способностей человека посредством языка, артефактов и методологии), включавшая человека-пользователя как необходимый элемент. Пользователь и компьютер рассматриваются в этой системе как симбиоз динамических компонентов, благодаря которому усиливается природный интеллект пользователя. Такого взгляда на гипертекст придерживались многие поколения разработчиков гипертекстовых систем.

Подобная гипертекстовая система основывалась на следующих трех основных компонентах, косвенно сформулированных еще Бушем:

- 1) база данных нелинейного текста;
- 2) фильтры видов (views), производящие отбор информации из базы;
- 3) виды (views), структурирующие отображение собранной информации для терминала.

Впоследствии Энгельбарт участвовал в разработке сетевого варианта системы, получившего название NLS/Augment, предназначенной для создания среды для работников знания, т.е. на автоматизации рабочих мест инженеров, занимающихся программным обеспечением. Она предполагала обеспечение асинхронной и синхронной коммуникации. Асинхронная коммуникация осуществлялась электронной почтой, ведением компьютерных журналов идей и обменов данными, компьютерной публикацией сводок последних новостей и т.д. Синхронная коммуникация осуществлялась посредством отображения на удаленных терминалах, совместно использующих отображение, информации, телеконференции и т.п. Систе-

---

<sup>1</sup> Engelbart D.C. A conceptual framework for the augmentation of man's intellect/Vistas in information handling. Vol. 1. Washington D.C.: Spartan Books, 1963.

ма также обладала средствами выпуска и контроля документации, средствами управления организационной и проектной информацией, а также средствами разработки программного обеспечения.

Таким образом отрабатывались принципы совместной деятельности, получившие широкое распространение в современных глобальных сетях.

В то время как Энгельбарт создавал свою систему Augment, другой гипертекстовый проект формулировал автор термина «гипертекст» Тед Нельсон. Он проектировал создание единой литературной среды, охватывающей всю мировую литературу.

Важно подчеркнуть, что если Буш и его последователи смотрели на гипертекстовые системы прежде всего с инженерной и научной точки зрения, хотя их задачей было в конечном счете расширение человеческих возможностей, Т. Нельсон пытался решать литературную, в широком смысле этого слова, задачу. Именно поэтому свою гипертекстовую систему он назвал «Ксанаду» (Xanadu) по имени «волшебного места, хранимого в литературной памяти»<sup>1</sup>. Это название он взял из поэмы С.Т. Кольриджа «Кубла Хан»<sup>2</sup>. «Ксанаду» была представлена в книге Нельсона «Literary Machines». Свои цели Нельсон описывает следующим образом: «Руководствуясь идеями, характер которых литературный, а не технический, мы создали систему для хранения и поиска текста, в котором введены взаимосвязи и «окна». Наша фундаментальная единица, документ, может иметь «окна» на любые другие документы. «Информационное тело» системы эволюционирует, непрерывно расширяясь без изменения своей основы. Новые связи и новые «окна» постоянно добавляют новые пути доступа к старому материалу»<sup>3</sup>.

Окна здесь не что иное, как гиперссылки на другие фрагменты сети. Впрочем «окно», наверно, точнее и «литературнее», чем гиперссылка, так как отражает проход в иное смысловое пространство, а не просто переход к другому документу.

Долгосрочная цель проекта «Ксанаду» состояла в обеспечении революционного процесса перевода всей мировой литературы в режим прямого доступа онлайн. Идеология данной разработки базировалась на двух основных идеях.

---

<sup>1</sup> Фрейбергер П., Свейн М. Пожар в долине. История создания персональных компьютеров. Группа Дарнэлл, 2000; Частиков А.П. Архитекторы компьютерного мира. СПб.: БХВ-Петербург, 2002.

<sup>2</sup> Самюэль Тэйлор Кольридж (англ. Samuel Taylor Coleridge; 1772—1834) — английский поэт-романтик, критик и философ, выдающийся представитель «озёрной школы».

<sup>3</sup> Цит. по: Эшштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. <http://newasp.omskreg.ru/intellect/f27.htm>

1. Литература (понимаемая в широком смысле как информация, предназначенная для сохранения) представляет собой непрерывную систему взаимосвязанных произведений<sup>1</sup>.

2. Система, управляющая доступом к «литературе», имеет целевую установку, направленную на максимальное освобождение пользователя при работе с информацией<sup>2</sup>.

«Ксанаду» подразумевает не только просмотр текстов, но и активную работу с ними через «виртуальный документ». Созданный автором текст хранится в одном месте и принадлежит ему на основе авторских прав. Этот же документ в случае, если он объявлен доступным для всеобщей работы, распространяется в виде копий, появляющихся на экране пользователя. Таким образом, изменения вносятся в копию и больше напоминают работу с текстом в традиционном виде, когда невозможно переписать текст заново, но можно делать пометки. Ядром структуры «Ксанаду» является возможность неоднократного включения одного и того же текста в другие (трансвключение). Этот механизм позволяет вставить виртуальную копию цитаты одного документа в другой документ, и он будет выглядеть как обыкновенный линейный текст.

В «Ксанаду» используется расширенная интерпретация понятия «ссылки». Нельсон рассматривает ссылку наряду с трансвключением как важнейший инструмент для работы с текстом. Отправным пунктом в понимании того, какими должны быть ссылки, является понятие «версии». Любой текст в процессе создания претерпевает многочисленные изменения. Механизм поддержки различных версий в «Ксанаду» предельно прост. Существует первоначальный файл; изменения, вносимые в него, сохраняются в виде отдельных фрагментов с указателями положения в первоначальном тексте. Затем эти фрагменты связываются с текстом либо с помощью ссылок, либо с помощью трансвключения.

Еще одной важной особенностью «Ксанаду» является возможность поиска ссылок. Так, сформулировав запрос, можно отыскивать подмножество документов с определенными ссылками, все входящие или выходящие ссылки некоторого документа, ссылки заданного типа и т.д.

Итак, основными чертами «Ксанаду» можно считать следующие особенности системы.

- Необрываемые связи.
- Простое и легкое управление авторскими правами (COPYRIGHT). Благодаря специальным разрешениям и методам ци-

---

<sup>1</sup> Nelson T. Literary machines. Sausalito, CA: Mindful Press, 1993.

<sup>2</sup> Nelson T. Computer Lib/Dream machines. Sausalito, CA: Mindful Press, 1974.

таты любого размера могут быть использованы любым пользователем и использованы с другими цитатами.

- Связь с оригиналом — все цитаты и выписки остаются связанными с оригиналом.
- Двухнаправленные ссылки — любой читатель может присоединить комментарий к любой странице. «Ксанаду» делает возможным организовывать двухнаправленные связи от любого места любого документа с любым местом другого документа.
- Любой байт в любом документе имеет уникальный адрес.
- Взаимное сравнение соединенных документов, показываемое двухнаправленными связями.
- Полное управление версиями: документ может быть изменен, но предыдущие версии остаются доступными, версии могут ветвиться, авторы могут легко увидеть различия между версиями. «Ксанаду» никогда не уничтожает любой текст, а хранит непрерывные записи версий каждого документа. Это связано с тем, чтобы при уничтожении документа (или его части) не пропали ссылки.
- Хранение версий осуществляется в динамическом режиме: полностью хранится только текущая версия, а остальные версии получаются от текущей путем отработки назад изменений.
- Новые изменения могут быть внесены авторами без обрыва старых связей.

Легко убедиться в том, что гипертекст в форме World Wide Web (WWW), части Интернета, в основу которой положен гипертекстовый протокол HTTP (HyperText Transport Protocol), в своем традиционном виде и наполовину не отвечает требованиям, которые закладывал Нельсон в «Ксанаду», однако совокупность сервисов под общим названием WEB 2.0 уже вполне приблизилась к реализации идей Нельсона.

«Под гипертекстом я понимаю непоследовательную запись. Обычно процесс письма осуществляется последовательно по следующим двум причинам. Во-первых, потому, что он является производным от речи..., которая не может быть последовательной (так как у нас для этого только один канал), и, во-вторых, книги неудобно читать иначе, как последовательно. Однако мысли образуют структуры, которые не являются последовательными — они связаны многими возможными переходами»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Nelson T.N. A file structure for the complex, the changing, and the indeterminate // ACM 20th National Conference — Proceedings. Cleveland, Ohio, 1965. P. 84—100. Цит. по: Эпштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. (электронный документ) <http://www.ipu.ru/publ/epstn.htm>

Сервисы WEB 2.0 во многом реализуют указанные свойства, в чем легко убедиться, рассмотрев базовые принципы, на которых строятся эти сервисы.

*Веб-синдикация* — возможность одновременной публикации одного и того же материала на различных страницах или веб-сайтах. Для этого используются так называемые RSS-потоки (веб-потоки), в которых содержатся заголовки и ссылки на них (например, последние сообщения форумов и т.п.). Первоначально эта технология использовалась в новостных ресурсах и в блогах, сегодня ни один продвинутый сайт не обходится без размещения у себя RSS-кода, что позволяет пользователю включить в свою страницу подгружаемый и обновляемый контент с другого сайта. Любой желающий может создать персональный журнал, выбрав в сети те новости, темы и те рубрики, которые его интересуют.

*Mash-up* — *Veb mash-up* (дословный перевод — смешение) — сервис, который полностью или частично использует другие сервисы, предоставляя пользователю новую функциональность для работы, возникающую в результате умножения функциональностей исходных сервисов. Так образуется сеть интегрированных друг с другом сервисов, например, сайт туристического оператора с интегрированными картами Google Maps, а также с фотоархивом, форумом и блогом превращается в виртуального гида.

*Метки (теги)* — ключевые слова, описывающие рассматриваемый объект, либо относящие его к какой-либо категории. Подобная маркировка позволяет отображать место объекта в среде других объектов и строить так называемое облако тегов. Сегодня подобные облака можно увидеть на многих сайтах. В стилистике WEB 2.0 облака изображаются в виде списка ключевых слов, каждое из которых может иметь различный размер шрифта и цвет, причем и то и другое может использоваться как индикатор популярности. Понятие меток тесно связано с понятием фолксомии, или так называемой народной классификации.

*Фолксомия* — (*англ.* folksonomy, от *folk* — народный + *taxonomy* — таксономия) — совместная категоризация информации (ссылок, фото, видеоклипов) с помощью произвольно назначаемых тегов. Это понятие характеризует специфику сотрудничества по организации информации с учетом интеграции индивидуальных интересов в групповые. В результате возникает система категорий, совокупно отражающая концептуальную модель информации всей группы. Причем фолксомия коренным образом отличается от традиционных формальных методов фасетной классификации. Как

правило, это явление возникает только в неиерархических сообществах, таких как общедоступные веб-сайты, где организаторы информации являются ее же основными пользователями.

*Блогосфера и Социализация.* Блоги появились достаточно давно, однако сейчас подобные ресурсы почти однозначно относят к WEB 2.0, отчасти из-за того, что блоги уже не рассматриваются, как индивидуальные дневники, а как сеть дневников, т.е. блогосфера. Блогосфера, ко всему прочему, формирует так называемую редактируемую Паутину (writable web). Блогосфера создается с помощью разработок, которые позволяют формировать и управлять сообществами или социальными сетями.

Можно констатировать, что WEB 2.0 развивается на основе новых интеграций:

- целей автора и читателя — появляются сообщества соавторов;
- ролей автора и читателя в функционале пользователя;
- целей производителя и пользователя в партнерских проектах;
- ролей производителя и пользователя в функционале пользователя;
- возможностей создания и восприятия контента в одном инструменте;
- возможностей работы с контентом и возможностей изменять сам инструмент.

Подобные изменения делают WEB 2.0 не только интерактивным, но можно сказать, метаинтерактивным, поскольку интерактивными становятся не только тексты, но и инструменты коммуникации с текстами.

*Горизонтальная организация* — Идеология Web 2.0 принципиально ориентирована на горизонтальную систему связей и не работает в иерархических структурах. Горизонтальные связи позволяли существовать сообществам, которые еще не так давно воспринимались да и сами себя позиционировали в качестве тайных. Таковы были масоны, сектанты, революционеры-подпольщики, террористы. Сегодняшние множественные сообщества с горизонтальными связями между членами и между сообществами являются открытыми системами и иначе как открытые системы не могут существовать и развиваться.

Поэтому WEB 2.0 и связанные с ним понятия фолксономии, социальных сетей, блогов и другие нельзя отнести лишь к технологическим инновациям. По сути все это в той или иной форме уже присутствовало в глобальных сетях. Это скорее новая не идеология, а технология. Речь, следовательно, должна идти не о возможностях

разнообразных сетевых сервисов, а о восприятии их аудиториями и возвращении на этой широко и быстро осваиваемой коммуникативной почве новых форм социальности и, возможно, политического поведения. Для наиболее активной части общества (для России — это будущий средний класс) сеть стала не только жизненным пространством и референтом, но все чаще сферой профессиональной и экономической деятельности. Сетевые отношения формируют систему горизонтальных связей и специфических гипертекстовых коммуникативных практик. Поэтому можно ожидать, что модусы сетевого поведения через некоторое время в массовом порядке будут транслированы в офлайн-мир.

Вероятно, в ближайшем будущем неизбежны столкновения горизонтальных и вертикальных коммуникационных систем, что потребует изменения политики СМИ в целом. В частности, столкновения социальных сетей и политических институтов, таксономических и фолксономических эпистем и т.п. Иными словами, современным социологам, социальным психологам, политологам, философам, как теоретикам, так и практикам, и конечно же, журналистам необходимо весьма внимательно наблюдать новые проявления социальности, инициируемые внедрением технологий WEB 2.0, а также следующих версий сети: WEB 2.X, или WEB X.0.

## **Интервью**

**Визитная карточка** Юрий Сергеевич Исатов, журналист

**Профессиональная биография** Закончил Московский авиационный институт (инженер-механик) и Литературный институт (проза).

В 1970-е годы работал в Институте атомной энергии им. Курчатова, в 1980-е — машинист энергоблока 300 МВт на ТЭЦ-23 Мосэнерго; наладчик энергетического оборудования в частях МВО и Поволжье. В 1990—2000-е годы — обозреватель «Русского Вестника» и «Русского делового Вестника», редактор газет «Русский Собор», «Дуэль», «Славянский Дом», «Христианская политика», журнала «Божий Мир». Публиковался в журналах «Второй паспорт», «Молодая Гвардия», «Русский Дом», «РФ сегодня», «Потенциал», «Образование», «Тихонов источник», «Духовные истоки воспитания», в ряде тематических сборников Министерства образования РФ и Комитета по взаимодействию МО РФ с Русской Православной Церковью, а также в ряде областных и республиканских газет. Преподавал историю и право в средней школе.

*Возможна ли теория журналистики? Если она возможна, то что это такое?*

Если говорить о журналистике в целом как о некоей довольно обширной системе литературных жанров, применяемых в журналистской практике: публицистика, репортаж, очерк, эссе, фельетон и так далее, то всем этим давно и успешно занимается литературоведение. Даже интервью можно свести к разделу диалога.

А вот о практике стоит поговорить. Можно даже попытаться обозначить ее разделом какой-то общей теории. Только надо понимать, что без учета диахронии так построенная теория будет выглядеть по-разному для разного времени. Это существенная особенность журнально-газетного блока жанров. Составляющие его жанры сами по себе вполне устойчивы. В любые времена постоянна в целом и доля журналистики в общей доле культуры, даже набор ее внутренних жанров и тем одинаков. Только в разные времена меняется удельный вес каждого жанра в общей журналистской конструкции. А, так сказать, сумма журналистики сохраняется. Например, философ и основатель стройной (доработанной в деталях Аристотелем) теории государства Сократ запомнился нам более всего как полемист и обличитель. Добавим к сему сатиру Аристофана да бурные политические дебаты в парламенте-ареопаге, отзвуки которых долетали до базарной площади Афин (т.е. «публиковались»), да принародное, в одну фразу-афоризм обсуждение поведения отдельных личностей (сатира в одну строку). Журналистика? По исполняемым функциям, конечно же, да. Причем с записными политологами и обозревателями событий.

В XIX веке основные жанры журналистики — литературная критика, а также публицистика ранних славянофилов и западников. Но это и «Дневник писателя» Ф.М. Достоевского, и очерки Салтыкова-Щедрина, и речи судебных ораторов — богатейший редакторский материал. Это аналитика Кавелина и Чернышевского. Это — зарубежные репортажи Тургенева и Жуковского.

А начало XX века, по меткому выражению Гессе, — эпоха фельетонизма (по общему настрою). О главном же говорят немногие. Зато как говорят! Совесть нации Короленко, Толстой, патриот-государственник Меньшиков, нравственная проповедь архиепископа Никона («Троицкие листки»). И совесть западной мысли Честертон.

Весовые соотношения тем и жанров качественно определяют само время и серьезные авторы.

Но надо понимать и то, что для «широких масс» журналистской братии разные времена предоставляют разные способы высказывания в зависимости от моды и течений, по которым удобно плыть.

Вот если всего этого не учитывать, тогда может показаться, что никакой устойчивости в самой журналистике и в ее сфере действия нет, т.е. не может быть и устойчивых понятий. А значит, и науки. Особенно, если брать во внимание быстро меняющиеся вкусы времени, в котором живешь.

Однако и сама жизнь, и суть человеческих отношений в целом постоянны. Во всяком случае, они не меняются так быстро, как мода. Даже как государственный строй. Все, о ком я упомянул, «пишут как про наши дни». Здесь надо понимать, чем люди живут. И как. И говорить об этом так, чтобы ваши слова были понятны людям, принимающим решения, т.е. говорить со знанием самого дела, а не модной на данное время науки о жизни.

*В чем состоят особенности профессии и качества профессионала?*

Начинающему профессионалу необходимо помнить правило грибника: не ходи по чужим следам. Начинайте строить свою колоколенку, при этом смотрите, что как на свете делается и как люди живут. Лучше всего, если вы приобретаете собственный опыт, а не комбинируете чужие понятия о жизни. Избегайте общепринятого ернического газетного тона, особенно заметного в заголовках «МК», — это вчерашний день. Насмешка, ирония делают всех похожими, а главное позволяют скрыть собственную некомпетентность, прожить без труда и мысли, без открытий. Применяйте «репортерский», внешне безучастный (квази-объективный) стиль не всегда и не везде, а только там, где нужно держать читателя рядом с событием, где нужно вызвать его оценку, разбудить эмоции.

Хорошо, если до обучения в Литинституте или на журфаке вы приобретете техническое образование, — оно учит логике построения материала (логике работающей конструкции), а еще лучше, если поработаете в той сфере, о которой будете потом писать.

Не старайтесь быть анималистом среди художников (бытописателем или еще кем «узким»). Сегодня анималистами становятся те, кто не умеет писать людей. Великий Дюрер хорошо рисовал птичек и бабочек, но анималистом не был. Не анималист и Василий Песков.

Не продавайтесь партийным лидерам, даже если считаете, что уже приобрели достаточный «товарный вид».

Даже будучи репортером, стремитесь к обобщениям, поднимайтесь над деталью и фактом, как репортер «Слова о полку Игореве» поднимается над пространством всей Руси.

Если вы достаточно овладели вопросом, проявляйте дерзость. Не бойтесь открыть любую дверь. Так года три назад мне пришлось почти что ради материала устроить в Госдуме международный «круглый стол» по религиозному образованию в государственных школах.

В сфере геополитики я считаю, что государство должно беречь этноконфессиональное разнообразие, эту леонтьевскую «цветущую сложность». Как берегли ее в Священной Римской Империи 800 лет, до положившей начало глобализации кровавой французской революции 1793 года. Однообразие взорвет нас изнутри, как разрушил нас социализм. Либо мы тихо умрем с тоски.

В сфере государственного строительства я считаю, что если мы не будем бороться за укрепление нравственности, если не введем культ семьи, то все рухнет в очередной раз. Как рухнул Содом, в котором не нашлось и двух праведников.

*Как Вы понимаете тезис Маршалла Маклюэна «средство есть сообщение»?*

Средство какое-либо, например, пятновыводящее, есть содержание пузырька. Если иметь в виду средство как форму, как средство упаковки, то тут все ясно. Но не это же имел в виду Маклюэн. А что, я не понял. Может быть, революцию? Однако такое содержание, чаще всего, не содержит ничего, кроме обломков.

Вообще-то, способы передачи информации — не есть еще само сообщение.

*Какой будет журналистика завтра?*

Чтобы иметь будущее, сегодняшняя журналистика должна обратиться к традициям. Вообще-то, в отношении будущего я сторонник тезиса Честертона: «Нам есть, о чем поговорить, а спорить нет нужды».

## Глава 6

# Профессиографические параметры журнализма

### 6.1. Образ профессиональной деятельности

Журналистика является профессиональной сферой деятельности. Профессия (от *лат.* *professio* — официально указанное занятие, специальность) — это возникший в условиях разделения труда профиль трудовой деятельности, требующий владения комплексом общих и специальных знаний, умений и навыков, опытом. В профессии выделяются специальности и специализации. Причем по мере расширения спектра массово-информационной деятельности количество специальностей и специализаций растет. Однако «как бы далеко ни отстояли одна от другой специфические области труда репортера и ответственного секретаря, комментатора и режиссера, заведующего отделом писем и собственного корреспондента, сохраняется и более того становится все более значимой совокупность общепрофессиональных свойств, которые в особых проявлениях и своеобразных взаимодействиях составляют основу «структуры» личности каждого журналиста-профессионала»<sup>1</sup>.

Однако выявить эти общие свойства профессии журналиста и структуру его личности и ответить на вопрос, в чем основные черты журналистского профессионализма, далеко не так просто, но необходимо. Эта необходимость является следствием многих причин. Профессиональной школе журналистики (кстати, само ее наличие свидетельствует о том, что журналистика — это действительно профессиональная сфера деятельности) нужно знать, кого и как обучать журнализму. Медийному рынку необходимо знать, кого нанимать на работу, какими эти люди должны обладать качествами (компетенциями). Молодым людям, которые решили выбрать жур-

---

<sup>1</sup> Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2007. С. 22.

налистское поприще, нужно знать, что требует от них эта профессия и что она им может дать. Профессиональному сообществу журналистов нужно уметь различать, кого они могут признать своими коллегами, а кого нет.

Эти и другие вопросы заставляют подробнее остановиться на границах журналистского профессионализма, причем в точке «здесь и сейчас». Уже неоднократно отмечалось, что мы находимся в таком месте и в такой момент цивилизационного и культурного развития, где и когда существенно трансформируются многие традиционные представления. Особенно если речь идет об информационно-коммуникативной деятельности.

Требует уточнения и само понятие профессионализма. Является ли профессионалом тот, кто прошел соответствующую профессиональную школу? И тот, кто пребывает в соответствующей должности или просто получает за свою работу деньги? А возможно, только тот, кто хорошо делает свою работу. Или тот, кто сам себя считает таковым, в такой степени, что его принимают за своего коллеги? В научной среде существует определенная система инициации, иерархия степеней и званий, но и там не всякий кандидат наук становится ученым и не всякий ученый обязательно имеет ученую степень.

Вопрос — кто такой профессионал? — существенно обострился в России после передачи инициативы управления жизнью и деятельностью граждан от партии к стихийным силам рынка. Действительно, рынок в меньшей степени, чем государство, зависим от всякого рода знаков отличия и ориентируется на качество и свойства производимого продукта и его потребительские характеристики. Не случайно на рынке профессий появилось множество новых специальностей, особенно в сфере информационно-коммуникативной деятельности и соответствующих специалистов. Они называют себя *креаторами*, *спичрайтерами*, *копирайтерами*, *мифодизайнерами* и т.п. Причем многие из них выпестовались из журналистов, а всем перечисленным стали в одночасье.

Сложившееся положение с самопроизвольной профессиональной идентификацией размывает отношение к профессионализму и профессиональной работе как таковой и долго продлиться не может. Медийный рынок по мере роста собственного профессионализма, являющегося следствием профессионализма сотрудников изданий, будет повышать требования к компетенциям кандидатов и, следовательно, к продукции социального института образования, готовящего кадры.

Слова «профессионал» и «профессиональный», как правило, используются как что-то интуитивно ясное, особенно в форме: «Он

настоящий профессионал!» или «Это действительно профессиональная работа!» Этим подчеркивается ценность профессионализма как такового, вызывающего непереносимое уважение к его носителю независимо от области профессиональной деятельности. Однако тот же термин, примененный к киллеру или проститутке, звучит уже двусмысленно, заставляя усомниться в абсолютной ценности профессионализма.

Данный пример, к сожалению, может быть распространен и на журналистику. Достаточно вспомнить некоторых известных и вроде бы высокопрофессиональных журналистов, использующих всю мощь своего мастерства для выполнения частного политического заказа, не задумываясь о последствиях для общества. К сожалению, часто считается, что ангажированность не противоречит профессионализму, напротив, является знаком признания для профессионала. Считается также, что профессиональные качества, степень владения ремеслом, мастерство следует отличать от таланта, нравственных качеств, принципиальности, позиции.

Вообще говоря, признание за свойством профессионализма абсолютной ценности — явление достаточно новое, окончательно оформившееся в XX в. и являющееся порождением технической цивилизации, когда человек стал презентовать себя с позиции своей специализации, т.е. своего места в «общественном конвейере». Конвейер как технологический процесс последовательной сборки действительно не интересуют нравственные качества своего звена — сборщика. Это означает, что за словами «врач», «физик», «журналист» немедленно открывается некий стереотипический образ, накладываются на человека. Этот образ начинает доминировать и закрывать собой уникальные личностные качества.

Но интуитивная ясность понимания профессионализма обманчива и на деле очень редко руководствуется четко обозначенными критериями, описаниями и оценками, а также сопряжена с подменной (или смешением) двух оценочных сфер: субъективного отношения к профессионализму и соответствия некой работы традициям качества, нормам ремесла и профессиональной деятельности. Никто из членов профессионального сообщества не застрахован от ошибочных толкований профессионализма, тем более не застрахована от этого публика.

В общем случае профессионал отличается особым специфическим отношением к миру, ценностной установкой и доминирующим типом поведения.

Профессионализм иногда понимают как «...модус независимости по отношению к миру, где все уже расколдовано и превращено

в материал для дела»<sup>1</sup>. В этом ярком определении так и слышится хрестоматийное: «Природа не храм, а мастерская, и человек в ней хозяин». Возможно, мотив отделенности профессионала от мира и превращение мира в материал для рационального преобразования методологически полезен. Он позволяет различать работу и служение (прислушайтесь, как бы звучало, например, «профессиональный священник» или «профессиональный президент»). Однако в информационно-коммуникационной профессиональной деятельности эта отделенность достаточно опасна, поэтому здесь мы будем понимать профессионализм более широко, включая в него не только параметры мастерства и ремесленничества, но и характеристику связей и отношений с жизненным и профессиональным миром журналиста.

Другая сложность в описании понятия «профессионализм» заключается в новой тенденции, можно даже сказать, в революции профессионализма, которую переживает цивилизация наряду с другими революциями: экономической, культурной, технологической и т.д. Среди обширного списка скачкообразных изменений, сопровождающих цивилизационный процесс, присутствует и революция профессиональная.

Происходит не только резкое увеличение числа новых специальностей, но и качественные изменения отношения к профессионализму как со стороны его носителей, так и со стороны работодателей. Относительно новым явлением является постепенное осознание того, что образованность и компетентность — это не свойство товара — рабочей силы, а личный человеческий капитал, вкладываемый работником в капитал организации. Это означает, что наш профессионализм не только производит стоимость, но и увеличивает капитализацию организации, в которой мы работаем, не говоря уже о репутации, имидже, положении на рынке и т.п. В профессии журналиста эти факторы действуют особенно значимо. Конечно, важную роль везде, в том числе и в журналистике, играет менеджмент, но при хорошем менеджменте, но плохих журналистах издание все равно останется плохим.

Нужно упомянуть также еще об одном важнейшем признаке профессионализма. Профессиональная работа отличается от непрофессиональной тем, что может быть подвергнута системному анализу. С его помощью могут быть выявлены структура профессиональной деятельности, профессиональные подсистемы нижнего уровня, надсистемы, включающие анализируемую; выявлены и

---

<sup>1</sup> Батыгин Г. Профессионалы в расколдованном мире // Этика успеха. Тюмень; М., 1994. С. 15.

описаны связи и отношения как внутри системы, так и вне ее. В частности, профессиональная деятельность журналиста включена в систему профессионального образования, профессиональных сообществ, медиапространства и медиарынка, систему политических процессов, социокультурную реальность в целом. Эти надсистемы создают свои критериальные коридоры, которые вместе с внутренними критериями позволяют отделять действительный профессионализм от подобия профессионализма. Конечно, эти критерии являются временными соглашениями, и часто бывает, что считавшееся любительством, самодеятельностью, андеграундом приобретает профессиональные формы и становится законодателем моды в профессиональной сфере, однако общее требование системной связи и системного подобия анализируемой сферы деятельности с другими сферами деятельности остается.

Е.П. Прохоров в своем учебном пособии «Введение в теорию журналистики» выделяет ядро, или каркас, профессии, который может быть описан с помощью следующих системообразующих параметров:

- функции журналистики;
- преобладающие виды, тип, характеристики, объект и условия деятельности;
- типы контактов и способы взаимодействия с аудиторией;
- объекты отражения;
- система источников информации;
- режим и ритм труда.

Это означает, что важнейшими профессиональными качествами являются:

- способность осознавать системную связь своей деятельности с профессиональной средой и социально-культурной реальностью в целом;
- способность быстро приобретать новые профессиональные качества и осваивать новые профессиональные среды;
- постоянно наращивать интеллектуальные компоненты личного человеческого капитала;
- уметь работать в команде, т.е. быть коммуникационно и коммунарно компетентным.

Эти требования как раз и составляют сущность революции профессионализма, заключающуюся в рождении профессионалов нового качества, так называемых транспрофессионалов. Подобная, третья в истории, профессиональная революция, по мнению из-

вестного психолога и специалиста по управлению человеческими ресурсами Т.Ю. Базарова, определяет не только тип профессионализма, но и тип деятельности и соответствующий типу деятельности тип организационной культуры. В нашем случае это совместно-творческий тип деятельности и партиципативная организационная культура изданий.

Т.Ю. Базаров объясняет это так: «Традиционные организации — массовые профессии — «внизу», а свободные профессионалы — «наверху»; пирамида, которая основанием обращена вниз. Переживаемая революция — это переворачивание пирамиды. Наверх ее могут попадать люди, которые являются транспрофессионалами. Они должны быть готовы свободно, за счет своего мышления и способов организации своей деятельности, работать в различных профессиональных средах. Для них не важно положение в той или иной организационной структуре. Они могут свободно входить в эти организационные структуры и покидать их, создавая для решения какой-либо комплексной проблемы адекватные формы организации. Комплексирование методов, средств, способов мышления и деятельности под конкретную проблемную ситуацию, не имеющую стандартных вариантов решения, — такова специфика транспрофессиональной работы. При этом необходимо учитывать многообразные и весьма противоречивые интересы самых различных людей, социальных групп, в том числе и присутствующих в данной проблемной ситуации виртуально (например, еще не родившиеся будущие поколения)»<sup>1</sup>.

«Перед менеджерами-транспрофессионалами, управляющими журналистами-транспрофессионалами и самими журналистами встает задача научиться брать моральную ответственность и за себя, и за организацию, и за творческие и управленческие решения, и за реализацию этих решений. Поэтому ключевой процесс здесь — это «процесс кастомизации» (от *англ.* *customization*) — ожидаемый результат проектируется совместно с заказчиком, обязательно учитывая его граничные условия»<sup>2</sup>. Следовательно, журналист-транспрофессионал должен быть готов выполнять функции и предпринимателя, и менеджера, и психолога, и экономиста, и проектировщика, и другие, причем выполнять эти функции необходимо вполне профессионально.

---

<sup>1</sup> *Управление персоналом: Учебник для вузов* / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина М.: ЮНИТИ, 2001. С. 11.

<sup>2</sup> Там же. С. 12.

Нужно добавить, что транспрофессионализм подобно многим другим постнеклассическим<sup>1</sup> категориям существенно преобразует традиционные понимания профессионализма как отделенности и независимости от мира. Это описание здесь уже не работает, так как выводит всякую профессиональную деятельность в более широкий общественный контекст, актуализируя мотив ответственности, который, как известно, есть единственное условие реализации свободы.

Итак, **профессионализм** — это *качество человека, определяющее системный характер его деятельности, подчиняющееся совокупности критериев, выработанных самим человеком в процессе его рефлексии, профессиональным сообществом, профессиональной школой, рынком, другими социальными образованиями, а также социокультурной реальностью в целом.*

С этих позиций мы и попытаемся реконструировать черты журналистского профессионализма.

## 6.2. Профессиография журналистики

Изучение профессий — задача такого научно-практического направления, как профессиография. Описание профессий составляется в форме так называемой профессиограммы, на основании которой осуществляется нормирование труда, определяются допустимые условия труда, устанавливается список требований (уровень образования, показатели здоровья, способности и т.п.), которыми должен обладать человек, занимающийся этой профессией.

**Профессиограмма** — документ, *содержащий описание содержания работы определенной профессии (функции, обязанности, задачи, операции), требований к носителю определенной профессии (профессиональные, деловые, личные качества).*

В профессиограмме чаще всего выделяют следующие разделы<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Современное состояние развивающегося научного знания многие философы обозначают как постнеклассическое. Среди главных признаков постнеклассической науки выделяется принцип диалогового отношения к миру. В отличие от проективно-конструктивной установки познания, характерной для классической и неклассической науки, при которой мы смотрим на мир как на скопление необходимых нам предметов и орудий, постнеклассическая парадигма предполагает, что можно обращаться к предметам, людям, к Богу как к «Ты» — личности, другу. «Я — Ты» является новой ментально-культурной доктриной, которая носит название «диалогической» в противоположность «монологической».

<sup>2</sup> *Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 285.*

- 1) профессия (общие сведения о профессии; перспективы развития профессии);
- 2) процесс труда (характеристика процесса труда, сфера деятельности и вид труда, продукция, орудия труда, основные производственные операции и профессиональные обязанности, рабочее место);
- 3) санитарно-гигиенические условия труда (экологические параметры условий труда, монотонность и темп труда; производственные риски и риски профзаболеваний, медицинские показания);
- 4) психофизиологические требования профессии к работнику (требования к особенностям восприятия, мышления, внимания, памяти; требования к эмоционально-волевым качествам человека; требования к деловым качествам);
- 5) профессиональные знания и навыки (перечень необходимых знаний, умений и навыков);
- 6) рекомендованные психодиагностические методики профориентации и профотбора;
- 7) требования к подготовке и повышению квалификации кадров (формы, методы и сроки профессионального обучения, перспектива профессионального роста).

Профессиограмма является основанием для составления должностной инструкции, однако существенное отличие между ними в том, что профессиограмма определяет роль профессии, а должностная инструкция — долженствование. Поэтому в профессиограмме нет упоминаний о правах и ответственности работника, т.е. о тех разделах, которые делают должностную инструкцию декларативной; в ней описываются условия труда и требования к индивидуальным качествам работника.

Профессиограмма разрабатывается специалистами на основе наблюдений за работником в процессе труда, включая проведение психофизиологических измерений, хронометража, фотографии рабочего времени, построения социометрических матриц взаимодействия работников, анализа информационных потоков. Прежде всего разработчики профессиограммы руководствуются мнением опытных работников изучаемой профессии и их руководителей.

Высокая трудоемкость и необходимость использования технических средств позволяют отнести профессиограмму к числу дорогих методов описания работы и требований к исполнителю. Профессиограммы разрабатываются, как правило, на крупных промыш-

ленных предприятиях для массовых профессий (например, рабочий-сборщик главного конвейера автомобильного завода).

Профессиограмма в качестве отдельного блока содержит психологическую профессиограмму, фиксирующую психологические параметры профессии. Чем сложнее и многокомпонентнее труд, тем меньшее значение имеют индивидуальные качества человека (темперамент, психофизиологические характеристики) и тем большее приобретают личностные качества (иерархия ценностей, волевые качества, параметры интеллекта, моральные и нравственные характеристики). Журналистика относится к многокомпонентной, транспрофессиональной деятельности, и, следовательно, для ее анализа необходимо большее внимание уделить именно особенностям личности журналиста.

Тем не менее, профессиограмма может быть реконструирована и для таких профессий, в этом случае она будет выполнять роль ориентирующего описания.

Приведем составленную в максимально возможной общей и упрощенной форме профессиограмму журналиста.

## Профессиограмма журналиста

*Содержание и основные операции (действия).* Наблюдение за событиями, отбор значимых фактов, анализ фактов, презентационная и аналитическая обработка фактов (подготовка журналистского материала), предоставление журналистского материала аудитории (публикация), мониторинг реакции аудитории на публикацию, коррекция информационно-коммуникативной политики (личной и/или издания) на основании анализа реакции аудитории.

*Условия и характер труда.* Работа возможна и в офисе, и дома, и на месте событий. Как правило, график работы свободный, рабочий день не регламентирован. Работа связана с постоянным общением и налаживанием деловых контактов. В современных условиях становится необходимым наличие компьютера (настольного и/или ноутбука) и мобильных средств связи (телефон, Интернет).

*Критерии эффективности.* Высокое качество журналистского материала (актуальность, достоверность, точность, убедительность, эстетико-художественные качества, грамотность). Заинтересованная реакция аудитории. Увеличение (удержание) популярности (тиража или рейтинга) издания.

*Знания.* Теория и история журналистики. Авторское право. Психология общения и влияния. Филология и литературоведение. Ри-

торика. Логика. Издательское дело. Пользовательская компьютерная грамотность.

*Умения и навыки.* Налаживать контакты с целью получения информации; анализировать события, выделяя значимые и актуальные факты; создавать связные и грамотные тексты; собирать и систематизировать информацию, пользуясь различными источниками, в том числе Интернетом; проводить социологические и культурологические исследования, а также анализировать данные мониторинга реакции аудитории. Ораторские навыки и умения. Навыки редакционно-издательской работы (редактирование, корректура, верстка). Умение работать на компьютере и в телекоммуникационных сетях.

*Интересы и наклонности.* Широкий кругозор, эрудиция, интеллигентность, артистизм, общительность, достаточный уровень активности поведения, лидерство.

*Профессионально важные качества.* Коммуникабельность, стрессоустойчивость, бесконфликтность, активность, вежливость, настойчивость в достижении цели, наблюдательность, прекрасная память, развитость аналитического и образного мышления, креативность, выносливость (физическая и моральная), лидерские качества. Способность воспринимать и перерабатывать большие объемы информации.

*Рекомендуемые методики тестирования при отборе.* Тест Айзенка, тест на уровень притязаний, тест Томаса, КОС, тест на ценностную иерархию, локус контроля, тест на IQ и др.

*Медицинские противопоказания.* Заболевания, ограничивающие двигательную активность, восприятие, познавательную активность, способность установления эффективных межличностных коммуникаций, а также психические и нервные расстройства.

Необходимо отметить, что помимо всего прочего профессиональные программы обеспечивают соответствие качественного уровня персонала российских организаций международным требованиям и стандартам, включая ИСО и другие. Однако нас здесь будет интересовать в большей степени образ профессионала-журналиста, а не стандартизация этого образа, который невозможно воссоздать без рассмотрения предыстории профессии.

Несмотря на то, что мы утверждаем своеобразие и уникальность настоящего цивилизационно-культурного момента, существенно меняющего отношение к профессии и ее контуры, современный журналистский профессионализм необходимо рассматривать как наследника профессионального журнализма прошлого, и шире — наследника профессионализма в сфере информационно-коммуникативной деятельности. Это позволяет проследить становление профессии с начала истории человечества. Вот почему история журналистики занимает значительное место в программах профессиональной подготовки журналистов.

## 6.3. Наследование мастерства

### Дописьменная палеожурналистика

Начать нужно еще с дописменной культуры, которой было свойственно мифологическое мышление и соответствующие ему способы общающей коммуникации. Синкретизм<sup>1</sup> (слитность, нерасчлененность, а точнее — невозможность отделить одни функции от других) пронизывал восприятие реальности. Первые носители и трансляторы знания — племенные вожди, шаманы, знахари — пользовались сложными формами действия для передачи информации, внушения и управления. Эти действия синтезировали все виды и приемы первобытного искусства: рисунок и костюм, танец и музыку с ее ритмом и мелодией. Они выполняли комплекс задач: религиозных (сакрализация жизни), политических (поддержка власти), образовательных (обучение молодежи), военных, управленческих и т.п. При этом доисторические «профессиональные коммуникаторы» выступали одновременно во всех ролях.

Впоследствии, с развитием процессов секуляризации (выделения различных сфер жизни из системы верований и обособления от нее), специализации хозяйственной деятельности и социального расслоения синкретичность, в полном смысле этого слова, осталась в немногих явлениях искусства (например, в театральном искусстве), однако требование ролевой универсальности, предъявляемое к коммуникаторам, осталось и даже закрепилось.

### Медиум слова

Изначально слову придавалось не только информационно-коммуникативное, но и мистическое значение. В языческих пантеонах божествам, ответственным за информационно-коммуникативную сферу деятельности, отводилось особое место. Достаточно упомянуть Меркурия (Рим), Гермеса (Греция), Тота (Египет), образы которых активно эксплуатируются культурой и по сей день.

Слову придавалась функция коммуникации с трансреальными и ирреальными сферами бытия, которая по-разному реализовывалась в магии и в религии. Магия слова с ее дожившими до наших дней

---

<sup>1</sup> Термин «синкретизм» используют и сейчас при попытке охарактеризовать многоплановость и универсальность журналистской профессии, однако, по нашему мнению, это не совсем корректно, так как журналистика, как, впрочем, и многие другие современные профессиональные среды, приобретая интегрированность, вовсе не становится не различимой от других профессий, напротив становится еще в большей степени дифференцированной.

заклинаниями основывалась на предположении, что слово не только передает какую-то информацию, но и творит. В магии за словом закрепилась прерогатива медиума<sup>1</sup>. Традиции словесных заклинаний дошли и до наших дней, их черты мы видим в словесных формулах публичных присяг, клятв и т.п., присутствующих в современных ритуальных инициациях, в том числе и профессиональных (например, клятва Гиппократова).

Особое божественное значение слово приобрело в христианстве, где Слово не только Создатель, но и духовная сущность, являющаяся отправной точкой бытия, способная к воплощению.

1. В начале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог.
2. Оно было в начале у Бога.
3. Все чрез Него начало быть, и без Него ничто не начало быть, что начало быть.
4. В Нем была жизнь, и жизнь была свет человеков.
5. И свет во тьме светит, и тьма не объяла его.
14. И Слово стало плотью, и обитало с нами, полное благодати и истины; и мы видели славу Его, славу, как Единородного от Отца».

Евангелие от Иоанна 1,1—5,14

Слово в качестве Логоса и «вестник» в качестве Ангела заняли место базовых фундаментальных понятий в европейской философии.

## Узлы философии словесности: мимесис и символ

Одной из центральных категорий, посредством которой античные авторы проясняли сущность словесности, был мимесис (подражание). Подражание, конечно, нельзя воспринимать в буквальном смысле, здесь, скорее, стремление к достижению подобия божественной гармонии, стройности, красоте. Этот термин встречается уже у досократиков, в частности у пифагорейцев, и раскрывается через понятия числа и таких терминов, как «порядок», «симметрия», «соразмерность», «гармония». Гераклит утверждал, что в творчестве человек не просто что-то производит, он вещает, «рождает символы», так как каждая вещь несет на себе судьбы космического огненного логоса. Она в большей степени абсолютно символична, чем утилитарно-прагматична, и, следовательно, ее создание есть процесс не материальный, а символический, словесный. Мимесис в творчестве, таким образом, это подражание-стремление к Творцу.

---

<sup>1</sup> Медиум (от *лат.* *medium* — среднее, середина). У спиритов — посредник между духами и людьми.

Такой подход к сущности творческой деятельности позволял корректно анализировать подражание как средство искусства уже на операционном уровне, что легко продемонстрировать на некоторых моментах сократовского понимания мимесиса.

Сократ вопрошал: может ли живопись и скульптура, подражая природе, изобразить не только «то, что мы видим» (предметы вогнутые и выпуклые, темные и светлые, жесткие и мягкие, неровные и гладкие и т.п.), но и то, что совершенно невидимо, — «духовные свойства»? и давал утвердительный ответ на этот вопрос: изображая глаза, выражение лиц, жесты, искусство «должно во всех произведениях выражать состояние души»<sup>1</sup>.

В «Кратиле» у Платона намечается классификация изображений или сфер искусства — по предмету, средствам и способу. Например, музыка подражает звучанию, живопись — очертаниям и цвету. И вообще, всякое «изображение требует своих *средств*». Причем «выражение чего-либо с помощью тела — это подражание тому, что выражает тело, которому подражаешь»<sup>2</sup>, и «изучать самое изображение, хорошо ли оно изображает (предмет), а также истину, которое оно отображает, надо из самой истины, а не по изображению»<sup>3</sup>.

Здесь важно отметить следующее:

Во-первых, подражание (мимесис) как базовый механизм искусства работает также и в журналистике. Но у журналистики есть своя специфика, она изображает не просто реальность, а актуальную реальность. То есть в ней механизм подражания касается реальности актуальных событий (со-бытийности), что накладывает на журналиста особые требования — быть способным эту событийность наблюдать, проживать и рефлексировать, не теряя при этом чувство вневременного порядка, гармонии, красоты. А так как реальность универсальна, то проживание в ней требует универсальности личностной и профессиональной.

Во-вторых, журналистика, будучи средством коммуникации, сама должна реализовываться с помощью средств, адекватных изображаемой истине, поскольку «всякое изображение требует своих средств». Разнообразие этих средств не только позволяет классифицировать журналистскую деятельность, но задает контуры специализации журналистов.

Другим важнейшим понятием является «символ».

Термин «символ» этимологически связан с греческим глаголом **δυνμβαλλω** (соединяю, сталкиваю, сравниваю), что указывает на

---

<sup>1</sup> Античные мыслители об искусстве. 2-е изд. 1938. С. 18—19.

<sup>2</sup> Платон. Собр. соч.: В 3 т. М., 1968—1971. Т. 1. С. 467, 468, 470.

<sup>3</sup> Там же. С. 488—489.

соединение двух планов действительности — мира чувственных вещей и сверхчувственных идей. Причем, по Платону, произведения искусства, подражая вещам, являются всего лишь подобиями символов, или вторичными символами. Платоновская символическая философия искусства как бы лишала произведения искусства познавательной ценности. Более того, искусство представлялось препятствием познанию мира идей, т.е. истинно сущего мира. Платон писал, что искусство создает даже не подобие истинной красоты, а «призраки»<sup>1</sup>, а также подражательное искусство «творит произведения, далекие от действительности, и имеет дело с началом нашей души, далеким от разумности; поэтому такое искусство и не может быть сподвижником и другом всего того, что здраво и истинно»<sup>2</sup>.

Эти размышления Платона остаются предметом спора и по сей день. Они представляются особо актуальными при внимательном взгляде на роль и значение медиа, которые в целом можно трактовать как вторичный символ действительности. Получается, что медиа отражает реальные *как бы* события, а не *на самом деле* события. Актуален также вопрос о месте художественности в журналистике, допустимых рамках художественного творчества при изложении фактов, т.е. определения, чего больше в журналистике — искусства или науки, эйдоса или логоса<sup>3</sup>.

Огрубленно эти конкурирующие позиции можно представить следующим образом.

Журналист, тяготеющий к искусству, рассматривает факты как краски, которые он наносит кистью-медиа на создаваемый им холст бытия. Сами факты для него не столь важны, сколь важна форма их представления. Причем это представление вообще может быть построено и без фактов. Такого рода журналистика поэтична, драматургична и живописна, однако ее плод — всего лишь отраженный и преображенный образ самого автора. Составляющими профессионализации в этом случае являются знания и умения в области поэзии, литературы, изобразительного искусства и т.п., а

---

<sup>1</sup> Платон. Указ. соч. Т. 2. С. 349—450.

<sup>2</sup> Платон. Там же. С. 432.

<sup>3</sup> Эйдос (от *греч.* *eidos* — вид, образ, идея). Понятие эйдоса восходит от идеализма Платона, в котором оно имело значение прообраза, начала, субстанциальной идеи. В феноменологии Гуссерля обозначает сущность вещей, всеобщее, универсалию. Трактуются также как особая, эмоционально пережитая, схватываемая не только сознанием, но и чувствами модель фрагмента действительности; логос (от *греч.* *logos*) — одно из основных понятий древнегреческой философии; одновременно «слово» («предложение», «высказывание», «речь») и «смысл» («понятие», «суждение», «основание»). Введено Гераклитом: логос как универсальная осмысленность, ритм и соразмерность бытия.

также способности к такого рода занятиям: креативность, развитость образного научно ориентированного мышления и т.п.

Для журналиста, напротив, именно факт является главной ценностью, которую с минимальными искажениями необходимо донести до аудитории. Всякая художественность здесь — информационный шум, искажающий первоначальный смысл сообщения, и одновременно что-то вроде контейнера, обеспечивающего доставку фактов потребителю, так как в сухом, художественно не обработанном виде факт не будет воспринят массовой аудиторией. Составляющими профессионализации в этом случае будут являться рационализм, аналитичность, точность, компетентность в избранной теме и т.п.

В реальной журналистской практике эти позиции присутствуют, конкурируя друг с другом, в каждом журналистском произведении. При этом правильной следует считать позицию, уравнивающую дискурсивный<sup>1</sup> и нарративный<sup>2</sup> способы сообщения, логический и эйдетический компоненты сообщения, денотативные и коннотативные смыслы сообщения. Умение установить и удержать этот баланс и является признаком высокого профессионализма в журналистике.

Однако независимо от выбранной позиции продукт журналистской деятельности — информационный образ действительности всегда создает иную реальность и управляет ею.

По мере усиления технологической вооруженности медиа эта иная реальность занимает все большее место в жизни каждого человека.

Откуда следует, что плод журналистского творчества (даже если это только новостная заметка) содержит в себе не только буквальный (денотативный<sup>3</sup>), но и скрытый (коннотативный<sup>4</sup>) смысл. Причем последний и является главным, доминирующим. Понимание и чувство коннотативных подложек изображенных фактов

---

<sup>1</sup> Дискурс (*франц.* discours, *англ.* discourse — речь, рассуждение) — организация речевой деятельности (письменной или устной) со своими правилами, специфичными для данной области деятельности (например, «философский дискурс», «научный дискурс», «дискурсы культуры»).

<sup>2</sup> Нарратив (*лат.* narrare — языковой акт, т.е. вербальное изложение — в отличие от представления) — понятие философии постмодерна, фиксирующее процессуальность самоосуществления как способ бытия повествовательного, «сообщающего» текста.

<sup>3</sup> Денотация (denotation) — дословно «означение». Первичный язык чистой информации: означающее находится со своими означаемыми в отношении системной обусловленности, релевантности, без риторических, а также аллегорических, символических и метафорических наслоений, т.е. передающее буквальный, фактуальный смысл.

<sup>4</sup> Коннотация (connotation) — соозначение. Одновременно риторический слой означающих и метафорический уровень означаемых.

является важнейшим профессиональным качеством журналиста, так как без этого понимания у него не будет возникать даже попытки *«предугадать, как наше слово отзовется»*. Журналистика сегодня особо ответственная сфера человеческой деятельности, так как в ее непосредственном ведении оказалась конструируемая средствами массовой информации реальность бытия. Отсюда следует и необходимость выработки этического кодекса журналиста и следования ему. Отсюда также и требования к нравственно-этическим качествам личности профессионального журналиста.

Этот небольшой экскурс в историю философии продемонстрировал фундаментальный характер журналистской деятельности, ее сложность и ответственность и связанность с базовыми мировоззренческими категориями и философскими концепциями. Подобный анализ можно было бы продолжить<sup>1</sup>, однако ограничимся здесь тем, что сформулируем еще одно требование к профессиональному журналисту: владение философской культурой, умение читать философские тексты и знание основных концепций современной философии и философского наследия.

## Речевая пражурналистика. Риторика

Несмотря на то, что возникновение письменного текста действительно имело исключительное значение, так как текст выступал посредником на разных этапах становления информационно-коммуникационной деятельности<sup>2</sup> и являлся по сути системообразующим элементом культуры, к наиболее развитым формам пражурналистики следует отнести все же устные речевые сообщения.

Издrevле сообщения передавались гонцами и вестниками, которые участвовали в торговых предприятиях, дипломатических акциях, военных операциях. Можно сказать, что прообразами современных политических журналистов были послы, которые не только

---

<sup>1</sup> См., например: *Басин Е.Я.* Искусство и коммуникация. М.: МОНФ, 1999.

<sup>2</sup> В качестве примера одной из первых текстовых коммуникаций можно привести «каменные газеты» Древнего Египта — «изображения, читавшиеся на стенах храмов: об этом свидетельствуют письменные тексты, носившие общественно значимый характер и отразившие авторскую оценку происходящего. Более того, уже тогда встречались письменные отклики на «отраженную реальность». Известен относящийся к XV—XIV вв. до н.э. отзыв об описании путешествия на Восток: язвительный тон этого «литературно-критического» произведения, вызванный некомпетентностью рассказчика, позволяет говорить о наличии определенных критериев литературного мастерства, предъявляемых к тем, кто взял на себя ответственность сообщать о фактах реальной жизни». — *Виноградова С.М.* Слагаемые журналистской профессии / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2000.

вели переговоры, но и доносили до своих правителей разного рода информацию. Часть этой информации становилась публичной, т.е. массовой. Следует упомянуть и профессиональных глашатаев, доводивших до народа важнейшие политические новости, а также религиозных проповедников, политических трибунов и ученых, осуществлявших свою информационно-коммуникативную функцию на диспутах. Ясно также, что подобными медиа пользовались не только правительственные, но и антиправительственные силы, протестные социальные группы и религиозные объединения. Такого рода деятельность, естественно, требовала высокого профессионализма и искусства.

Вот почему одной из предшественниц журналистики по праву считается риторика (ораторское искусство). Риторика являлась вполне профессиональной сферой деятельности, так как владение ею подразумевало наличие специальных знаний и практических навыков, что невозможно приобрести вне школы. Кроме того, можно говорить о существовании профессионального сообщества — риторов — уже в античные времена, наряду с философами, математиками, драматургами и поэтами. Риторы могли обладать определенной специализацией. Так, в профессиональном сообществе риторов выделялись логографы — судебные ораторы. Логографы готовили за плату речи своих клиентов, предназначенные для выступления в суде.

Этих аргументов достаточно, чтобы признать профессиональный характер риторской деятельности и факт присутствия в ней информационно-коммуникационной составляющей.

Риторика вместе с философией составляла ядро образованности в Древней Греции, без нее были немислимы культура и воспитание. Знание риторики считалось обязательным для общественного деятеля, сочетавшего государственное мышление с даром оратора. Присутствие школы риторства означало также присутствие и теоретической науки о риторике, представленной в различных трудах и трактатах. Упомянем труды Исократ (436—338 гг. до н.э.)<sup>1</sup> — сына владельца ремесленной мастерской, ученика софистов, Сократа и политика Терамена. Свою литературную деятельность он начал в 403 г. до н.э. в качестве логографа. В 390 г. открыл в Афинах школу красноречия, программа которой кроме риторики включала также изучение некоторых основ истории, литературы, истории права и даже психологии. Школа Исократ была первой в Европе средней

---

<sup>1</sup> См.: *Фролов Э.Д.* Факел Прометея. Очерки античной общественной мысли. Л.: Изд-во ЛГУ, 1991; *Кисиль В.Я.* Галерея античных философов // Собр. соч.: В 2 т. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. Т. 1.

общеобразовательной школой, которая должна была подготовить учеников к исполнению государственных должностей.

Риторическая программа Исократы представлена в двух речах: «Против софистов» (390 до н.э.) и «Об обмене имуществом» (353 г. до н.э.). В них Исократ осуждает ораторов, занятых пустыми делами и не заботящихся о форме и стиле своих речей, и софистов, предлагающих в своих риторических школах готовые образцы для подражания, не уделяя внимания общему образованию воспитанников. Действиям противников он противопоставляет собственную программу, давая указания по поводу воспитания и образования молодежи, а также о композиции речей, их стиле и содержании. Особое внимание он обращает на содержание речи, ее нравственную направленность. Исократ считается создателем теории классической греческой прозы, а его главной заслугой было отделение языка прозы от языка поэзии, а также разработка ритмически расчлененного периода. Исократ считал слово квинтэссенцией культуры, средством совершенствования человека, залогом существования и процветания государства. Уже на основании представлений Исократы можно сделать вывод о том, что риторика отнюдь не ограничивалась собственно искусством произносить речи, а была скорее наукой об убедительности, т.е., говоря современным языком, основой технологии эффективных коммуникаций.

Фундаментальное исследование риторики мы находим в одном именном сочинении Аристотеля<sup>1</sup>. В «Риторике» Аристотеля дается обоснование ораторского искусства как особого вида человеческой деятельности, нацеленной на достижение максимальной убедительности. Аристотель анализирует средства и методы эффективного убеждения, рассматривает способы составления речей, способных привести к завоеванию умов. «Риторика» фактически содержит теорию риторики, т.е. знания, позволяющие не только обучать профессионалов — раторов, но и исследовать явление риторики и совершенствовать мастерство риторики.

Рассмотрение ораторского искусства как формы пражурналистики позволяет современной журналистике воспользоваться его богатейшим наследием. Действительно, риторика едва ли не самая разработанная профессиональная сфера информационно-коммуни-

---

<sup>1</sup> См.: *Аверинцев С.С.* Античная риторика и судьбы античного рационализма. М., 1991; *Брынская О.П.* Систематизация основных понятий риторики, данных в трактате Аристотеля «Риторика». М., 1987; *Лосев А.Ф.* Античные теории стиля в их историко-эстетической значимости // Античные риторики. М., 1978; *Миллер Т.А.* Аристотель и античная литературная теория // Аристотель и античная литературная теория. М., 1978.

кативной деятельности. В теории риторики выявлены и описаны не только законы убеждающих речевых коммуникаций, но и законы построения письменного текста, чему яркий пример упомянутый Исократ. В контексте риторики сформулированы базовые требования к оратору не только как к человеку, занимающемуся специфическим видом деятельности, но и как к личности с ее нравственно-этическими качествами. Важно отметить постулирование риторикой авторского характера устных и письменных текстов.

Именно через риторику письма открыли своих авторов. Фиксация авторства стала нормой творческой деятельности.

Ясно также, что владение риторикой является обязательным для журналиста, независимо от того, какие тексты он готовит, выступит ли он сам перед аудиторией или работает с камерой. Все, что он делает, в конечном счете является формой выступления перед аудиторией — публичным текстом, эффективность которого определяется умением пользоваться законами риторики.

Нельзя не упомянуть и об употреблении термина «риторика» в уничижительном значении. Так говорят о текстах, в которых используются только искусственные приемы убеждения подчас в ущерб логике и при полном отсутствии доказательной базы. При их составлении часто используются новейшие манипулятивные технологии, в частности технологии NLP. В защиту риторики следует сказать, что подобные тексты правильнее было бы называть манипулятивными, а их производство признать недопустимым с позиции профессиональной журналистской этики.

## Историография и публицистика

Другой деятельностью, на чье наследство может претендовать журналистика, является историография. Фиксация событий современниками в форме летописей, хроники других документов, которые впоследствии стали рассматриваться историками как источники, является деятельностью, сходной с журналистскими публикациями новостей, аналитических обзоров и т.п. И там и там осуществляется фиксация реальных событий, т.е. выделение из широкого поля случившегося того, что считается значимым и важным. Ясно, что эта задача не столь проста, и историография здесь может дать журналистике урок честности в освещении фактов. Очевидно также, что историческая реальность, фиксируемая в историографии, и событийная (актуальная) реальность, фиксируемая журналистикой, во многом схожи, хотя и не совпадают, что позволяет использовать законы исторической науки при разработке эффективных сообщений для массовой аудитории.

Увеличение информационно-коммуникационной нагрузки письменного слова, а также расширение профессионального сообщества тех, кто занимался созданием мемуарной, хроникально-документальной литературы, специализировался на сборе новостей, — готовило возникновение журналистики как определенного социокультурного феномена, профессиональной деятельности.

Важной составляющей журналистики и ее предтечей являлись публицистические произведения, первые из которых были созданы еще в античности риторам, но наиболее рельефно этот жанр проявился в эпоху Ренессанса, когда в Западной Европе четко обозначилась такая профессиональная роль, как литератор-публицист, и стал формироваться социальный слой интеллигенции. Этому способствовало развитие гуманистических ценностей, т.е. произошел возврат к античным представлениям о роли человека в социальной среде, и как следствие — формирование общественной потребности в получении социальной информации. Отсюда повышенный интерес к морали, этике, эстетике, историографии, особенно в среде нарождающейся интеллигенции. Следует отметить, что интеллектуальный труд в эпоху Возрождения становился профессиональным еще и потому, что интеллектуалы получили возможность существовать за счет своего труда и возник внесловный культурный слой, не только способный потреблять интеллектуальные продукты, но и ставший питательной средой для широкого полидисциплинарного дискурса, обеспечивающего обмен мыслями и выработку коммуникативных норм.

Факт связи социально-коммуникативной деятельности, а точнее журналистики с социальным слоем интеллигенции важен с той точки зрения, что качество интеллигентности в его широком и узком смысле является профессионально значимым качеством для журналиста и сегодня. Принадлежность к этому социальному слою накладывает на журналиста нравственно-этические, эстетические и коммуникативные нормы и правила, принятые в интеллигентской среде.

Интеллигенция уже на самом раннем этапе своего формирования исключительное значение придавала слову как в устной, так и в письменной его формах существования. Событие, не зафиксированное в слове и в тексте, могло стереться из исторической памяти, оно как бы не существовало без своего текстового отражения. Имя человека, его деяния нуждались в сохранении, так как он претендовал не только на пожизненную, но и на посмертную славу. Следовательно, текст (в том числе и новость) являлся условием существования, своего рода гарантией бытия, знаком бессмертия.

Можно сказать, что именно в эпоху Ренессанса впервые информация приобрела не только познавательные, но и рыночные атрибуты. Хорошим примером в этом плане является Пьетро Аретино — поэт, художник, памфлетист XVI в., приучивший и власть и публику к тому, что за литературную деятельность нужно платить деньги. Сатирические сюжеты Аретино, сборники писем, пародийные гороскопы носили откровенно публицистический характер и предавали гласности реальные факты из жизни вельмож.

Некоторые исследователи истории журналистики считают Аретино одним из первых профессионалов формирующейся прессы, так как он строил свою политику на неограниченной и абсолютной публичности, использовал для сбора сведений хорошо налаженную службу поиска информации, отчетливо осознавал существование социального заказа нарождающейся буржуазии и действовал в соответствии с ним, представлял результаты своего труда как рыночный товар.

В дальнейшем публицистический аспект укрепился как одна из основных прерогатив информационно-коммуникативной деятельности, интегрируя в себе публичные выступления политиков, религиозных проповедников, писателей и других интеллектуалов.

В православной Восточной Европе, не пережившей Ренессанса с его восстановлением языческих ценностей античности, публицистика развивалась в основном в русле богословской традиции и богословских споров. Достаточно упомянуть тексты, впоследствии вошедшие в канонические церковные книги, которые отражали богословские диспуты Вселенских Соборов, а также житийную литературу. Среди публицистов нельзя не упомянуть Максима Грека, Протопопа Аввакума и многих других. Особо следует отметить публицистические произведения, выходившие из-под пера власть имущих. Например, послания Иоанна Грозного.

Публицистические тексты объединяет то, что в них откровенно и бескомпромиссно излагалась и отстаивалась авторская позиция, которая подчас могла привести (и подчас приводила) их авторов на эшафот. Готовность отстаивать свою позицию означала кроме всего прочего и наличие в обществе слоев и групп, для которых эта позиция была близка и которые готовы были поддержать автора. Это свидетельствует о том, что уже в те времена информационно-коммуникативное пространство было далеко не однородным, и напротив, являлось достаточно агрессивной конкурентной средой. Таким оно остается и сейчас.

Присутствие публицистического компонента журналистской деятельности предъявляет особые требования к профессионализации. Прежде всего журналист должен уметь отстаивать свою позицию, представляя ее в конкурентном информационно-коммуни-

кативном пространстве, т.е. должен уметь вести и выигрывать информационную борьбу и быть готовым к тому, что соперники могут применить в этой борьбе не только информационные средства. Журналистика — это профессия не только умелых, но и смелых (мужественных) людей. Однако для того, чтобы что-то отстаивать, надо это иметь. Иными словами, формирование собственных убеждений, ясное понимание собственной позиции также следует отнести к профессионально значимым качествам журналиста.

## 6.4. Технологические корни журнализма и структурные составляющие профессии журналиста

Общеизвестным стало утверждение о том, что изобретение печатного станка Гутенбергом<sup>1</sup> вызвало широкомасштабную культурную (добавим, и информационно-коммуникативную) революцию в той же степени, что и ранее изобретение письменности. Аналогичные масштабные изменения мы переживаем и сейчас в связи с изобретением Интернета.

По мере формирования журналистики и обслуживающих журналистику технологий к ней присоединялись представители самых различных видов деятельности, определяя тем самым параметры профессионализации журналистики. Например, первый печатник, типограф сам создавал шрифты, выполнял обязанности редактора, издателя, продавца. Причем именно типограф в Западной Европе получал преимущественное право на создание газеты<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> В 1444 г. Иоганн Гутенберг, живший во Франкфурте-на-Майне, как утверждают историки, изобрел книгопечатание. Книгопечатание быстро распространилось по Европе. В 1465 г. типографский станок заработал в Италии, в 1470 — во Франции, в 1473 — в Бельгии, Венгрии и Польше, годом позже — в Испании. Наконец в 1476 г. книгопечатание перешагнуло с континента в Англию. За 50 лет к началу XVI века в 260 городах Европы работали уже полторы тысячи типографий. До 1 января 1501 г. они выпустили около 40 тысяч книг, общим тиражом свыше 10 миллионов экземпляров. Сейчас эти первые книги называются инкунабулами, от латинского слова *incunabula* — колыбель.

<sup>2</sup> В 1540 г. венскому типографу Гансу Зингринеру была дана привилегия «оглашения всех новостей, касающихся города», а в 1615 г. его соотечественник Грегор Гельмбаар начал публиковать «ординарные и экстраординарные известия и все, что их касается». В 1605 г. в Антверпене типограф Авраам Вергевен получил право печатать и гравировать, а также продавать новости о победах, взятии городов. Создателями газет становились книгопродавцы, а также почтмейстеры. Первые венецианские рукописные газеты издавали профессиональные собиратели новостей, объединенные в специальный цех. Рукописные газеты распространял банкирский дом Фугтеров (Германия, г. Аугсбург), пользовавшийся сетью агентов, собиравших деловую информацию.

В журналистский цех, таким образом, входили все те, кто принимал участие в производстве информационных продуктов: собиратели информации, литераторы, издатели, торговцы печатной продукцией.

Уже на ранних этапах развития журналистики стали вырабатываться формальные требования к подобной профессиональной деятельности, приобретая юридически закреплённые формы. Известно, что во Франции XVII в. существовал корпоративно утверждённый статус, в котором утверждалось, что печатники и книгоиздатели должны иметь определённый образовательный уровень и обладать знанием латыни и греческого. Для права заниматься издательской деятельностью требовался и специальный сертификат, что делало эту профессию субъектом права, а стало быть, требовало от профессионалов определённой степени компетентности в области юриспруденции.

Таким образом, уже на заре становления журналистики мы видим, что люди этой профессии должны были объединять в себе не только художественные и научные способности, но и профессиональные знания технологий производства (инжиниринг), умения управлять работами (менеджмент), знание рынка (маркетинг), умение собирать информацию и оценивать ее востребованность (социология, политология и весь комплекс общественных наук), умение «упаковывать» информацию в понятную для аудитории форму (риторика, психология, PR), знание права (юриспруденция) и т.п. Конечно, ни маркетинга, ни менеджмента, ни PR в те времена не существовало в современном смысле, но все они достаточно дифференцированно присутствовали в практической журналистской деятельности. Это свидетельствует о том, что здесь уже не идет речь о синкретичности журналистской профессии. Скорее нужно говорить об ее универсальности и многоплановости.

В начальный период развития журналистики был широко распространён так называемый персональный журнализм, на практике объединявший в одном человеке все перечисленные профессиональные роли. Это потребовало от журналиста профессионального универсализма. Хорошим примером этому является журналистское творчество знаменитого английского писателя Даниеля Дефо (1660—1731), выпускавшего журнал «Ревью». Дефо одновременно выступал в ролях литератора, готовившего материалы на политические, коммерческие и социальные темы, репортера, корректора, редактора, комментатора. Опыт сбора и систематизации фактов пригодился Дефо впоследствии, когда он занял должность главы секретной службы английского премьер-министра. Следует упомя-

нуть также Жан-Поля Марата (1743—1793), который в годы Французской революции 1789 г. издавал знаменитую газету «Ами дю пепль» («Друг народа»), являясь и редактором, и автором, и корректором, и метранпажем.

Естественно, что по мере своего развития информационно-коммуникативная деятельность не только уточняла свои задачи внутри профессии, но дифференцировалась, находясь в прямой зависимости от общих социально-культурных процессов. При этом главную тенденцию развития журналистики можно обозначить как усложнение и дифференциация.

Одновременно происходило усложнение структуры профессиональной деятельности и разделение труда внутри нее. Усложнялась технология газетного дела, становилось более разветвленным управление издательством, редакцией, системой продажи и доставки печатной продукции. Одновременно производством информационной продукции утверждалось место на рынке, что заставило рассматривать журналистику как отдельную отрасль мировой экономической системы.

В журналистский бизнес вкладывались капиталы, формировались медиамагнаты и медиаимперии. При этом актуальными оставались две альтернативные концепции. Согласно одной из них журналист — это политический борец, социальный философ, литератор, призванный освещать и всесторонне раскрывать наиболее важные проблемы действительности, отстаивать свою точку зрения без страха и упрека. Согласно другой журналист — это предприниматель, производящий информационный продукт и с выгодой для себя продающий его публике.

В способах разрешения этой дилеммы всегда участвовала третья сторона — власть, т.е. политические предпочтения и интересы. Например, в России А.Н. Радищев еще в 1798 г. назвал журналистов «историками своего времени», подчеркивая связь слова и дела в борьбе за народоправие. Напротив, представители официальной идеологии видели в развитии словесности лишь результат благотворной деятельности государства. Иными словами, либо на журналиста возлагалась задача содействовать сохранению стабильности социальной системы, либо, напротив, он своей деятельностью должен был критиковать существующее положение вещей. Подобные профессиональные задачи невозможно описать без привлечения таких терминов как долг, честь, призвание, подвижничество.

Но понимание журналистики как формы бизнеса сформировало принципиально другой подход. Так, Поль Джулиус Рейтер, давший имя мировому агентству новостей (1851), был более успешным биз-

несомненно, чем журналистом. «Живи Рейтер двумя поколениями раньше, в Англии XVIII века, он стал бы продавать хлопок — самый главный товар индустриальной революции. Если бы он занялся бизнесом в начале XX века, то с успехом мог превратиться в нефтепромышленника. Он отдал предпочтение новостям, потому что рыночный спрос возрос на них как никогда раньше»<sup>1</sup>.

Подобные дилеммы заставляют рассматривать не только профессиональные журналистские роли, но и социальные роли людей, называющих себя журналистами. Например, в Америке начала XIX столетия вместе с развитием партий и расширением партийной борьбы возникает «ругательная журналистика», представители которой — репортеры — готовы были защищать свои позиции, в том числе и в кулачном бою. Одновременно возникло понятие так называемого «нового журнализма», основывающегося на том, что вместо газеты, содержащей «взгляды и мнения» (viewspaper), стали создаваться газеты «новостей» (newspaper), комбинация которых и являлась действующим на публику фактором.

Профессиональное мастерство репортера при такой задаче сводилось к способности ловить сенсацию, находить «горячие» новости и вовремя доставлять их в редакцию. Погоня за сенсацией стала одним из типологических свойств журналистики, в том числе и в такой форме, как папарацци. Отсюда возникает требование предельной оперативности, а также происходит превращение исходной информации и самого факта присутствия в месте события в предмет конкурентной борьбы.

Очевидно, что качество быстрого реагирования в разумных пределах, т.е. способность выделить чрезвычайное из потока повседневности, всегда останется актуальным для данной работы. Однако необходимо уметь различать дешевые сенсации от значимых, пусть и не столь ярких происшествий. Эта способность непосредственно зависит от таких качеств, как мудрость, дальновидность, опыт.

Дифференциация журналистского труда приобретала достаточно сложные формы: закрепилось размежевание собственно журналистской деятельности и административного руководства прессой. Усилилась тенденция к специализации сотрудников редакций. Штат крупных английских газет середины XIX в., например, включал в себя и тех, кто собирал новости, и корреспондентов за рубежом. Некоторые издания дополнялись рядом приложений, готовившихся с привлечением разнообразных специалистов в сфере литературы, науки, финансов и т.д. В 80-е годы того же столетия штат амери-

---

<sup>1</sup> Read, The Power of News. The History of Reuters. 1849—1984. Oxford University Press, 1992. P. 5.

канской газеты «Уорд» включал в себя 1300 человек; позднее в редакцию пришли экономисты, знатоки спорта, светской и женской тематики, художники.

Внутриредакционная специализация породила ряд новых журналистских направлений, таких, например, как аналитическая журналистика, ориентированная на глубокий, исследовательский подход к фактам и явлениям.

Таким образом, можно говорить о еще одном профессиональном свойстве журналистики — присутствии в ней журналиста-исследователя.

## 6.5. Периодизация становления профессии

Развитие журналистики как профессиональной области деятельности и как социального института можно представить следующими этапами:

- 1) палеожурналистика;
- 2) пражурналистика;
- 3) журналистика;
- 4) постжурналистика.

В основу этой периодизации положен принцип профессиональной институализации журналистики. Внутри этапов можно осуществить более детальную периодизацию, взяв, например, в качестве основания смену социально-экономических формаций или этапы развития науки и технологий, но это не входит в нашу задачу.

Кроме того, если внимательно проанализировать все изложенное, то можно увидеть во всех формах информационно-коммуникативной деятельности присутствие трех базовых компонентов, одновременно являющихся основными детерминантами ее развития<sup>1</sup>:

- 1) художественного компонента, задающего эстетические и креативные критерии информационно-коммуникационных продуктов (арт журналистики);
- 2) технологического компонента, определяющего ограничения и возможности производства продукции, т.е. все те материальные и идеальные средства и технологии, которые использует журналистика (техно журналистики);
- 3) эпистемологического компонента, определяющего те форматы знаний и дискурсов, которые вместе с ценностями, смыслами, критериями истинности и достоверности журналистика передает реципиентам (эпистема журналистики).

---

<sup>1</sup> Их также можно назвать слоями или тканями журналистской деятельности.

На первом этапе, который мы называли *палеожурналистикой*, как уже отмечалось, не существовало различия социальных институтов и потому информационно-коммуникативную деятельность невозможно выделить из какой-либо другой. Все три компонента синкретично соприсутствуют здесь вместе со всеми другими видами деятельности — религиозными, магическими, мифологическими, художественными, хозяйственными, другими словами, все присутствует во всем.

На втором этапе (*пражурналистика*) происходит профессионализация и институализация отдельных видов человеческой деятельности, в том числе и интеллектуальных. Но пока еще не журналистики, которая остается составной частью (в качестве информационно-коммуникативного компонента) других видов деятельности. Это позволяет выявить, что на что и как влияло на формирование журналистики (табл. 6.1).

Таблица 6.1. Вклад видов деятельности в журналистику

| <i>Виды<br/>деятельности</i> | <i>Арт<br/>журналистики</i> | <i>Техно<br/>журналистики</i> | <i>Эпистема<br/>журналистики</i> |
|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Религия                      |                             |                               | X                                |
| Философия                    |                             |                               | X                                |
| Риторика                     | X                           | X                             |                                  |
| Право и логография           |                             | X                             | X                                |
| Политика                     |                             |                               | X                                |
| Педагогика                   | X                           |                               | X                                |
| Литература                   | X                           | X                             | X                                |
| Публицистика                 | X                           | X                             | X                                |
| Каллиграфия                  |                             | X                             |                                  |
| Экономика                    |                             | X                             | X                                |
| Историография                |                             |                               | X                                |
| Книгопечатание               | X                           | X                             |                                  |

Третий этап — это *журналистика в современном понимании*. Она становится самостоятельным и профессиональным институтом. Связь журналистики с другими институтами остается столь же значимой. Поэтому для данного этапа табл. 6.1 уже будет демонстрировать формы взаимосвязи и взаимовлияния журналистики и других видов деятельности. При этом список видов деятельности из левого столбца таблицы следовало бы значительно расширить.

Специфичным для данного этапа является усиливающееся меж-слойное взаимодействие<sup>1</sup>, т.е. взаимовлияние художественного, технологического и эпистемологического компонентов журналистики, которое приведет, согласно нашей гипотезе, к формированию постжурналистики.

Четвертый этап — *постжурналистика*. Она, вероятно, будет характеризоваться:

- ориентацией на интерактивное коммуницирование;
- интеграцией отдельных средств СМИ в единую систему (СМК);
- интеграцией с другими социально-коммуникативными профессиональными сферами деятельности (PR, рекламой, менеджментом, образованием и т.п.).

Последнее не означает возвращение к древней синкретичной схеме, в которой отдельные виды деятельности просто неразличимы. Профессиональная журналистская деятельность на данном этапе потребует (и уже требует) освоения профессионалом знаний, лежащих в многообразных профессиональных средах. Кроме того, для постжурналистики будет характерен синтез всех трех слоев, при котором творчество будет раскрываться в технологии, смысл и знание — в творчестве, технология — в знании.

Предпринятая нами инвентаризация наследства современной журналистики показала: во-первых, что в современной журналистике легко отыскать черты самых древних форм информационно-коммуникативной деятельности; во-вторых, образ профессионала-журналиста не так просто отграничить от других видов профессиональной деятельности, он весьма многоплановый и многокомпонентный и затрагивает теоретически все виды человеческой деятельности, что делает профессию журналиста уникальной.

Впрочем, последнее обстоятельство заставляет некоторых исследователей отрицать самостоятельность журналистики как профессии. Ее называют субпрофессией, квазипрофессией, занятием, ремеслом, призванием, не нуждающимся в образовании и особых знаниях. Это мнение подкрепляется еще и тем, что существует много успешных журналистов, не получивших специального жур-

---

<sup>1</sup> Так, например, появление радиосвязи (техно журналистики) прежде всего провоцировало появление новых журналистских жанров (арт журналистики), что в свою очередь повлияло на содержание (контент) и форматы подачи (дизайн) материалов. С другой стороны, новый контент, или новый жанр может сформировать заказ на решение тех или иных технологических задач, что легко увидеть в Интернете, например, постоянное совершенствование программ по управлению контентом или программного обеспечения для блогов.

налистского образования, пришедших в профессию из самых различных сфер деятельности. Впрочем, переход из профессии в профессию характерен не только для журналистики, а специальное образование — отнюдь не гарантия профессиональной успешности в какой-либо области.

Журналистика, безусловно, является профессиональной сферой деятельности и обладает всеми необходимыми атрибутами профессионализма: школой, т.е. системой профессиональной сертификации и критериями профессиональной пригодности; профессиональным сообществом, т.е. референтной группой коллег, способной оценить успешность и качество деятельности; параметрами предлагаемой рынку продукции, т.е. задаваемыми обществом критериями качества; собственными технологиями производства, т.е. основанными на научных достижениях способами производства и вывода на рынок информационно-коммуникативного продукта.

Причем все вышеперечисленное родилось не в одночасье, а имеет глубокие исторические корни и в целом является продуктом общемирового культурного и цивилизационного процесса.

И главное, как уже отмечалось, важнейшим признаком профессионализма является то, что профессиональная работа может быть подвергнута системному анализу, с помощью которого выявляются структура профессиональной деятельности, профессиональные подсистемы нижнего уровня, надсистемы, включающие анализируемую с учетом связей и отношений внутри журналистики и вне ее.

## 6.6. Модель специалиста

Профессиональная деятельность журналиста включена в систему профессионального образования, профессиональных сообществ, медиапространства и медиарынка, систему политических процессов, социокультурную реальность в целом. Эти надсистемы создают свои критериальные коридоры, свои требования.

Для современного специалиста важно умение эффективно действовать в реальных ситуациях. Владение суммой абстрактных знаний, подтвержденное соответствующим квалификационным документом, например дипломом, в процессе развития реальных рыночных отношений все меньше становится содержательной целью получения образования. Сказанное в полной мере относится к профессиональной журналистской деятельности.

Это подтверждает и цитата из документа, разработанного Министерством труда РФ в 1997 г., в котором утверждается, что «традиционное для российского менталитета понимание профессии как

определенного положения (социально-делового, а в прежние времена и идеологического) в западном менталитете практически отсутствует. Профессия определяется как совокупность конкретных работ. На рынке труда рабочая сила как товар обменивается на деньги (зарплату) именно в форме выполнения конкретных видов работ, а не в форме того или иного социально-делового положения или должности (инженер, научный сотрудник, начальник отдела и т.д.). Виды работ, пользующиеся спросом на рынке труда, каждая компания прогнозирует, иницирует, стандартизирует»<sup>1</sup>.

Работодателю важно не то, что знает выпускник вуза или курсов повышения квалификации, а насколько успешно он сможет работать на конкретном участке, выполняя конкретные функции. Профессионализм в значительной степени определяется профессиональной образованностью, т.е. высшим образованием, которое базируется на модели специалиста как норматива планируемых качеств выпускника. Модель специалиста является образом и аналогом его деятельности, представленной через характеристики условий функционирования и существования совокупности соответствующих специалистов, и должна определять систему задач, которые встают перед специалистом после окончания обучения.

Допустимо также рассматривать модель специалиста с позиции, при которой успешность его деятельности определяется возможностями адаптации к профессиональной среде. При этом модель деятельности специалиста будет включать в себя и характеристики профессиональной среды, и характеристики деятельности, и профессиональные задачи, среди которых будет присутствовать специфическая задача изменения и управления самой профессиональной средой. Думаем, что нет необходимости доказывать, что в журналистской деятельности работа с собственной профессиональной средой является едва ли не главной составляющей профессиональной деятельности.

В качестве элементов модели специалиста при таком подходе могут выступать «функциональные единицы деятельности — обобщенные типовые действия, интегрирующие в себе и знания, и умения, и определенные качества личности»<sup>2</sup>.

В профессиографии известен общеметодологический подход Н.Ф. Талызиной, основанный на предположении, что можно выделить некоторые общие требования, предъявляемые к специалисту его деятельностью<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> *Каталог стандартов перспективных работ на российском рынке труда*. М., 1997. С. 230.

<sup>2</sup> *Орчаков О.А.* Основы образовательной технологии. М., 1998. С. 67.

<sup>3</sup> *Талызина Н.Ф.* Теоретические проблемы разработки модели специалиста // Современная высшая школа. 1986. № 2(54). С. 75—86.

Эти требования можно описать, воспользовавшись перечислением необходимых знаний и умений или же описанием видов деятельности (типовых задач).

Они группируются следующим образом.

1. Виды деятельности, обусловленные особенностями нашего века.
2. Виды деятельности, обусловленные социально-политическим строем страны, его духовно-нравственной системой.
3. Виды деятельности, диктуемые требованиями профессии, специальности.

Однако сегодня эти формулировки едва ли применимы в буквальном смысле, т.е. требуется реконструкция данной модели с учетом изменений, происшедших в обществе. Реконструированное в соответствии с новыми социальными условиями описание видов деятельности специалиста (профессиональных задач) может быть представлено в виде следующей трехблочной структуры.

1. Виды деятельности, соответствующие цивилизационным и общекультурным нормам специалиста соответствующего уровня.
2. Нравственные и мировоззренческие задачи, связанные с национальной, отечественной, культурной, религиозной идентификацией, а также личностной самоидентификацией.
3. Виды деятельности, специфичные для данной профессии.

Первая составная часть описывает виды деятельности, соответствующие цивилизационным и общекультурным нормам специалиста соответствующего уровня, и умения (и тем самым определенные знания), которые необходимы не только данному специалисту, но и представителям других специальностей в общесовременном, общекультурном смысле. Таковой, например, постепенно становится компьютерная и телекоммуникационная грамотность, а также умение работать с информацией вообще, умение учиться, умение управлять коллективом и т.п. Ясно, что к этому блоку следует отнести некоторый общий культурный уровень, общечеловеческие мировоззренческие установки, общечеловеческие нормы нравственности и морали.

Вторая часть включает в себя нравственные и мировоззренческие задачи, связанные с национальной, культурной, религиозной идентификацией, а также личностной самоидентификацией. В этом блоке конкретизируются требования, которые ставит перед будущим специалистом заказчик — общество, в котором он живет, да и он сам как самоопределяющаяся развивающаяся личность.

Третья часть для каждой профессии определяет свой, конкретный состав умений. Однако в соответствии с типами задач, решаемыми специалистами с высшим образованием, все умения можно объеди-

нить в три группы. Первую составляют умения, позволяющие вести исследовательскую работу, вторую — умения, необходимые специалисту для решения практических задач, третью — умения, обеспечивающие способность к деятельности по управлению сознанием.

В общем виде трехблочная модель журналистской деятельности может быть представлена следующим образом.

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I   | <p><i>Виды деятельности, соответствующие цивилизационным и общекультурным нормам специалиста соответствующего уровня</i></p> <p>Усвоение и соблюдение этических норм и авторского права. Взаимодействие с представителями других культур и наций, предполагающее знание иностранных языков, способность находить взаимопонимание, восприимчивость к другим точкам зрения, отсутствие национальных, расовых и религиозных предрассудков. Обеспечение «эколого-психологической чистоты», информационно-коммуникативной деятельности, в том числе противодействие появлению коммуникаций с «вредными» информационными источниками. Работа в телекоммуникационной среде (Интернете), в том числе: навигация, общение, публикации своих материалов, создание собственных web-страниц. Работа с компьютером, работа с текстом и графикой, архивация и транспортировка информации, освоение новых и обновляемых программных продуктов на уровне пользователя. Нравственные и мировоззренческие задачи, связанные с национальной, отечественной, культурной, религиозной идентификацией, а также личной самоидентификацией.</p> |
| II  | <p><i>Виды деятельности, связанные с решением нравственных и мировоззренческих задач, национальной, культурной, религиозной идентификацией, а также личной самоидентификацией</i></p> <p>Противодействие негативным нивелирующим интеркультурным воздействиям, с которыми могут быть сопряжены некоторые информационно-коммуникативные технологии, разрушающие национальную, культурную и религиозную идентификацию, а также личностную самоидентификацию. Представление в информационно-коммуникативном пространстве своей личностной, культурной, национальной и религиозной задачи и позиции. Самообразование, развитие в себе способностей к творческой деятельности и к освоению новых видов деятельности. Универсализм (транспрофессиональность).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| III | <p><i>Виды деятельности, специфичные для журналистской профессии</i></p> <p>Сбор, обработка и представление (публикация) информации с целью достижения максимального эффекта в реализации задач, соответствующих политике издания или личных задач журналиста.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Модель носит достаточно общий характер и требует дальнейшей конкретизации и детализации, осложняемой универсальным характером журналистской деятельности.

Причем во всей журналистской универсальности лежит принцип деятельности как онтологического основания журнализма. Поэтому «при изучении журнализма необходимо исходить не из отдельного профессионала и описания актов его индивидуального поведения, а из форм социальной деятельности и социальных отношений, присущих всей общественной системе в целом»<sup>1</sup>. Принцип деятельности как общеметодологический принцип разрабатывался известным отечественным психологом А.Н. Леонтьевым, который писал: «Социален процесс специфически человеческой деятельности, даже когда он является "деятельностью индивида", это не "индивидуальная деятельность"»<sup>2</sup>.

Социальная среда не просто формирует личность благодаря деятельности в процессе деятельности, но сама предметность как конституирующее свойство деятельности имеет социальную природу. Поэтому социальная функция журнализма выступает, по мнению Л.Г. Свитич, как «идеальная модель и ориентир для целевых установок журналиста»<sup>3</sup>. Вместе с тем, как отмечал А.Н. Леонтьев, «любая попытка непосредственно вывести личность из общества столь же беспочвенна и бесперспективна, как и обратное стремление — представить общество как производное от личности»<sup>4</sup>. Более того, «для правильного понимания проблемы социальности личности необходимо включить в анализ категории общественных отношений и деятельности людей, в которой реализуются и актуализируются эти общественные отношения. Конечно, личность есть совокупность (или ансамбль) общественных отношений, но она является таковой постольку, поскольку выступает как деятельная личность»<sup>5</sup>.

Сказанное в полной мере относится к журналисту, который есть «деятельная личность», представляющая собой не просто субъект, осуществляющий индивидуальную деятельность, а субъект деятельности, имеющий социальную природу (основная функция журнализма). При этом она имеет способность внешне проявляться в индивидуализированной форме, которая приобретает конкретные формы в соответствии с особенностями того или иного профессио-

---

<sup>1</sup> Буюва Л.П. Социальная среда и сознание личности. М., 1968. С. 61.

<sup>2</sup> Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1977. С. 82—83.

<sup>3</sup> Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 2003. С. 22.

<sup>4</sup> Леонтьев А.Н. Указ. соч. С. 242.

<sup>5</sup> Там же.

нала. Следует обратить внимание, что эта социальная природа деятельности журналиста не носит универсально-абстрактного характера. Она коренится в исторически конкретной форме журналистской науки и в практике: в удовлетворении при помощи средств массовой информации потребностей в оперативной, актуальной информации, необходимой для функционирования общества, связанной с оптимизацией, регулированием политической, экономической и социальной жизни.

Результаты отечественных исследований в области профессиографии и психологии труда, развивающиеся в рамках системного подхода, дают основания рассматривать профессиональную деятельность в качестве целостного системного объекта. Выявление взаимосвязей между миром профессий, многообразием интересов и человеческим потенциалом легло в основу современных принципов психологической классификации профессий, разработанной Е.А. Климовым. Ее основными признаками и структурными компонентами являются предмет труда, цель, орудия и условия труда. Причем, как считает автор, «системообразующим фактором признается предмет труда, определяемый как система свойств и взаимоотношений вещей, явлений, процессов, которыми человек должен мысленно или практически оперировать: распознавать, учитывать, упорядочивать, преобразовывать, сохранять или отыскивать их»<sup>1</sup>.

Интересный подход предлагает Г.В. Суходольский, который выделяет три основных требования к психологическому изучению профессиональной деятельности: психологическая адекватность описания содержания, полнота психологического отображения реальной действительности, требование конструктивного описания деятельности<sup>2</sup>.

Таким образом, для современного развития науки, изучающей профессиональную деятельность, характерны тенденции формирования теории системного исследования профессиональной деятельности и реализации системно-структурного подхода в решении научно-практических задач. Системный подход к профессии журналиста позволяет выделить три группы детерминант, задающих требования к специалисту:

- 1) внешние относительно профессиональной среды детерминанты — требования государства, требования социума, требования рынка;

---

<sup>1</sup> Климов Е.А. Путь в профессию. Л., 1974. С. 17.

<sup>2</sup> Суходольский Г.В. О требованиях к психологическому изучению деятельности // Личность и деятельность. Экспериментальная и прикладная психология. Вып. II. Л., 1982. С. 17.

- 2) внутренние — требования профессиональной среды, профессионального сообщества, профессиональной школы;
- 3) личностные — удовлетворение потребностей в образовании, в самореализации, в социальном статусе.

На основании этого возможно построение модели деятельности специалиста, позволяющей детально проработать различные аспекты профессиональной деятельности как формы специфической коммуникации с различными социальными субъектами и увидеть структуру личностных детерминант, которые и определяют, почему тот или иной человек занимается журналистикой, и как журналистика помогает ему реализоваться в качестве личности. Выделенные нами компоненты одновременно характеризуют позицию профессиональной журналистской деятельности в общественной деятельности в целом, а также дают возможность охарактеризовать собственно профессиональную среду журнализма.

Схема построенной на этой основе модели специалиста приведена на рис. 6.1.



Рис. 6.1. Модель деятельности специалиста

## 6.7. Характеристика детерминант профессии журналиста

Разговор о характеристиках профессиональной среды и личностных качествах журналиста возможен только при наличии анализа детерминант профессии журналиста.

### *Внешние детерминанты*

1. *Требования государства.* Журналистику никак нельзя назвать независимой от политики и государственной идеологии. Журналистика всегда либо поддерживает государство, либо, напротив, оказывается в оппозиции к власти. Случай, когда возникает различие понимания государственных интересов у журналиста и чиновников, включая чиновников самого высокого ранга, мы рассматриваем как частный. Хотя справедливости ради следует сказать, что журналистская критика подчас оказывалась гораздо более государственной и позитивной, чем замалчивание этой критики со стороны власти.

Ясно также, что государство всегда должно отстаивать свои интересы, регулируя отношения как со своими приверженцами, так и со своими критиками. В правовом государстве эти отношения регулируются с помощью юридических законов и норм, в тоталитарном государстве — с помощью силовой системы ограничений информационно-коммуникативной деятельности, в частности с помощью института цензуры и репрессивного аппарата. В реальном государстве складывается определенный баланс между правовыми и неправовыми регуляторами журналистской деятельности. К последним можно отнести также использования экономических рычагов управления прессой через прямое участие государства в изданиях, использование государством своего организационного ресурса и т.п. В самом деле, было бы странно, если бы власть полностью отошла от такой важнейшей для себя сферы деятельности и управления, как информационно-коммуникативная.

Кроме того, государство, по крайней мере так сложилось в России, берет на себя обязательство по профессиональной сертификации специалистов, т.е. устанавливает такие параметры профессии, как требуемый формальный уровень образования, определение специальности, квалификация, общее предназначение специалиста, функциональное предназначение специалиста, содержание деятельности, тип учреждения, в котором может работать специалист, функционально-уровневый приоритет деятельности, характеризующий возможности диверсификации деятельности.

Конкретизировать эти параметры мы здесь не будем, отметим только, что журналистика интегрирована в общий процесс государ-

ственного строительства, цивилизационного и культурного прогресса. Степень управления этими процессами, как и степень ответственности государства за протеканием этих процессов, зависит от конкретной социально-экономической и политической ситуации. В зависимости от этого государство либо пытается сделать из прессы свой инструмент управления, либо предоставляет ей право развиваться самостоятельно, рассматривая ее деятельность как форму обратной связи, позволяющую корректировать управляющие воздействия. Последнее чаще всего возможно в условиях достаточной политической и социальной устойчивости. В ситуации развития социальных и экономико-политических конфликтов ограничение свободы слова, как правило, является следствием риска потери управления обществом со стороны государства, а отнюдь не риска потери управления прессой. Вместе с тем СМИ всегда необходимо искать компромисс между собственными интересами и интересами государства, даже с той точки зрения, что журналисты живут в конкретное время и в конкретных условиях определенного общественно-политического строя.

2. *Требования социума.* Более сложными и многоплановыми являются отношения журналистики и общества (социума). Во-первых, потому, что журналистика является социальным институтом, возникшим не по чьей-то индивидуальной прихоти или политической воле, а являющегося следствием объективного социально-культурного развития. Во-вторых, потому, что журналистика как социальный институт имеет четко определенные функции, права и обязанности перед обществом. В-третьих, потому, что общество формулирует, а журналистика выполняет определенный социальный заказ, точно так же как это делают социальные институты науки, здравоохранения, образования, и т.п. Последнее и является ключом к пониманию того, что должна журналистика обществу, и что она вправе ждать от него.

Здесь было бы полезно вместо термина «социум» использовать термин «народ», подчеркнув тем самым исторический и духовный аспект данного образования. Это позволит и одновременно отграничиться от понятий «толпа», «масса», «публика», «аудитория», связанных с ситуативными, актуальными, только «сейчас» существующими факторами, которые определяют функции информационно-коммуникативной деятельности.

Социум как народ включает смыслы, выходящие за рамки повседневности, и в этом плане требования социума являются более общими и фундаментальными, чем требования государства. Социум

требует от журналиста осуществления определенных видов деятельности и должностования, предоставляя ему место в общей системе разделения труда, определяет условия и ограничения его деятельности в профессиональном поле, а также закрепляет за журналистикой определенную сферу ответственности и диктует необходимость формирования видения своей миссии.

Профессиональная информационно-коммуникативная деятельность обеспечивает каждому человеку возможность понимания того, в каком мире он живет, и что ему надо делать завтра и послезавтра, т.е. дает информацию для принятия решений. Она призвана расширять жизненное пространство индивидуума и социума, позволяет членам общества находиться в состоянии событийствования с современностью.

Исходя из модели органопроекции, СМИ подобно органам чувств человека определяют границы его восприятия действительности. Коммуникативные аспекты СМИ проецируют уже не только органы чувств, но и инструменты деятельности, т.е. играют роль манипуляторов.

В соответствии с этим строятся и те требования, которые предъявляются социумом, народом и обществом к СМИ. Сверхзадача — изменение, развитие элементов культуры, создание ценностно-нормативных координат, культурное обеспечение социальных процессов.

Операционно задачи журналистики, поставленные обществом, реализуются через массовую коммуникацию, которая:

- осуществляется в больших социальных группах;
- обладает специальными каналами;
- оперирует определенными знаковыми системами;
- отличается отсроченным характером обратной связи.

Массовая информация включает в себя источники сведений, журналиста, сообщения, каналы передачи информации, аудиторию, а процесс массовой коммуникации — социальную действительность, коммуникатора, издателя, текст, аудиторию, преобразенный образ реальности, преобразенную на основании полученной информации действительность.

Под текстом, здесь и ранее, мы подразумеваем не только письменную грамоту, составленную из букв и слов, а более сложное мультимедийное и гипертекстовое образование. Текст может обозначать публикацию в прессе, теле- и радиопередачу, сообщение, переданное по компьютерной сети, специально-организованное со-

бытие, а также быть неким конгломератом всего перечисленного, включающего самого автора и читателя, культурный контекст, в котором это все происходит.

Несмотря на подобное многообразие, журналистские тексты должны соответствовать:

- форматам канала коммуникации;
- критериям профессии;
- социальной реальности и действительности;
- творческому кредо автора;
- форме и содержанию источника информации.

Содержание текста-сообщения остается социальным в том смысле, что обладает актуальностью и новизной и включает анализ социальной действительности, постановку общественно значимых проблем, презентацию идеалов и социально-политических ориентиров.

*Следовательно, социум ждет и требует от журналистики тексты, которые становятся элементами гипертекста социума, т.е. частью информационно-коммуникативной реальности. Журналистские тексты возвращаются в действительность, вызывая изменения в ценностной сфере и в поведении людей и групп.*

От журналистского профессионализма общество требует также умения прогнозировать события. Пророческая (предсказательная) функция характерна для всей интеллектуальной деятельности. Общество должно знать свое будущее, актуализируемое через средства массовой информации. Хорошим примером являются книги известного советского журналиста-международника Эрнста Генри (С. Ростовского) «Гитлер над Европой?» (1934) и «Гитлер против СССР?» (1936). В них публицисту удалось достаточно точно предвидеть не только общий ход истории, но и ряд событий. Предсказания на основе научного анализа и интуитивного видения социальных процессов являются неотъемлемым свойством публицистического жанра в журналистике.

Другой важный аспект ожиданий социума заключается в адекватности стиля, формы и языка журналистских материалов языку массовой аудитории. СМИ, как и любое коммуникативное средство, проходит этапы кодирования и декодирования информации, следовательно, для обеспечения понимания необходимо использовать такие культурные коды, которые соответствуют актуальному состоянию общества. Авангардные литературные изыски имеют весьма ограниченное применение в журналистике, так как ориен-

тированы на создание и изменение кодов культуры через достаточно узкий круг читателей. Уже упоминавшийся здесь английский писатель, публицист и редактор Даниель Дефо считал совершенным литературным стилем тот, с помощью которого автор, обращающийся к сотням читателей (различным по своим способностям и положению в обществе), может быть понят всеми. Способность создавать текст, понятный аудитории — один из критериев профессионализма. Это невозможно без понимания того, чем живет аудитория, и без применения особых усилий по созданию рапорта со своими читателями, без заботы по преодолению коммуникативного диссонанса. Необходимо не только уметь отбирать факты, но и переводить информацию о них на адекватный язык общения.

Все это означает, что журналистское произведение должно быть частью эпистемы целевой аудитории, эпистемы «здесь и сейчас» общества, эпистемы народа в его исторической перспективе.

Ориентированность на аудиторию органично встраивается в структуру материала, придавая тексту одновременно интегративный и целенаправленный характер, так как в них содержится не только образ факта, но и образ читателя — потребителя текста. При этом тексты могут быть нейтральными или, напротив, рассчитанными на соответствующую реакцию социальных институтов и массовой аудитории.

Естественно, что создание текста требует знания языка той системы информации, в которой этот текст будет существовать, поэтики журналистики, следования эстетическим традициям. Журналистика находится в силовом поле законов художественного творчества, но ее производственное серийное бытие приводит к возрастанию роли клише, стандартов, обеспечивающих производство и потребление текста. Серийное производство подчиняется законам общественного производства и, прежде всего, законам рынка и соответственно стандартизует формы участия журналистов в общественном разделении труда, определяя стандарты должностного поведения (должностные инструкции, штатные расписания, заработную плату).

Характеризуя журналистскую деятельность с позиций требований социума, необходимо определить основные виды и условия и ограничения деятельности (табл. 6.2).

Таблица 6.2. **Характеристика журналистской деятельности**

| <i>Условия и ограничения</i>                                    | <i>Основные виды деятельности</i>                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Специалист предназначен для работы в должностях:                | корреспондента, фотокорреспондента, редактора, главного редактора, ведущего редактора, заведующего отделом редакции, ответственного секретаря                                            |
| При условии получения дополнительной квалификации в должностях: | пресс-секретаря, специалиста в области связей с общественностью, научного сотрудника, консультанта                                                                                       |
| Специалист может заниматься:                                    | получением и обработкой фактологической информации, подготовкой и изданием информационно-коммуникативной продукции, управлением организаций информационно-коммуникативной направленности |
| В отдельных случаях специалист может использоваться:            | в качестве эксперта и консультанта в сфере коммуникативистики                                                                                                                            |

***Условия деятельности специалиста***

Специфичным является постоянная включенность в событийный ряд в роли рефлектирующего наблюдателя, способного быстро отнестись к происходящему в форме сообщения или коммуникативного акта в форме текста. Следовательно, начальными условиями успешности этой деятельности являются: способность находить контакт с людьми, присутствующими в событии, и получать у них информацию, умение ясно выражать свои мысли в общении и при помощи текста, владение инструментами (не только авторучкой, но и компьютером), готовность работать в условиях ненормированного рабочего дня, умение планировать свое время (тайм-менеджмент).

***Ограничения деятельности специалиста***

Существуют медицинские противопоказания, ограничивающие возможность исполнять свои служебные обязанности.

Наличие таких качеств личности, как неспособность к обучению, низкий интеллект, отсутствие интереса к освоению нового, ярко выраженная авторитарность и эгоизм, догматичность мышления, склонность к манипулированию сознанием других, эмоциональная тупость, моральная и нравственная нечистоплотность, ярко выраженная средозависимость (ведомость), слабые волевые качества, низкая работоспособность.

***Требования рынка***

Нельзя забывать о том, что продукция журналистской деятельности является товаром, т.е. должна обладать не только потребительской ценностью, но и целым рядом параметров, обеспечивающих саму возможность присутствия этого товара на рынке. К таким параметрам относится, например, ряд коммуникативных характеристик: бренд, имидж, позиция в секторе рынка и т.п. Так же товаром являются и профессиональные компетенции журналиста, позиционирующиеся на рынке вакансий. Они определяются спецификой работы, тенденциями, видами ответственности (табл. 6.3).

Таблица 6.3. **Профессиональные компетенции**

| <i>Показатель</i>    | <i>Атрибуты профессии</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Специфика работы     | <p>Наиболее важная специфическая черта журналистской профессии — универсальность, т.е. сочетание узкопрофессиональных качеств, связанных с подготовкой журналистских материалов, со способностью быстро осваивать разнообразные профессиональные области. К числу узкопрофессиональных требований добавляется сегодня умение уверенно использовать в своей деятельности телекоммуникационные и компьютерные технологии. Кроме того для современного журналиста необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>знание рынка информационно-коммуникативной продукции;</li> <li>знание актуальной политической, экономической и культурной ситуации в обществе;</li> <li>постоянное изучение и внедрение новых коммуникативных технологий</li> </ul> |
| Тенденции            | <p>Журналистика продолжает оставаться одной из наиболее престижных профессий, вместе с тем наметились тенденции изменения формы ее осуществления за счет включения коммуникативных компонентов, появления смежных профессиональных сред (например, PR), трансформаций профессии в связи со становлением интернет-журналистики.</p> <p>Журналистика продолжает универсализироваться и одновременно специализироваться, открывая специалистам широкие возможности для профессионального карьерного роста</p>                                                                                                                                                                                                                                                |
| Виды ответственности | <p>Подготовка информационно-аналитических текстов (а также аудио-, видеоматериалов), редактирование, рецензирование и другие виды работы с текстом.</p> <p>Освоение новых методов, средств и технологий информационно-коммуникативной деятельности. Проектирование, создание и управление событиями. Сценирование и режиссура.</p> <p>Управление персоналом редакций.</p> <p>Организация коммуникаций с источниками информации. Оценка качества информации.</p> <p>Аналитика, экспертиза, консалтинг, журналистские расследования.</p> <p>Участие в научной деятельности, в том числе в конференциях, семинарах</p>                                                                                                                                       |

***Внутренние профессиональные детерминанты******1. Требования профессиональной среды***

Профессиональная среда — это совокупность, а точнее система объектов и отношений, возникающих в результате осуществления профессиональной деятельности.

Для журналиста его профессиональная среда есть достаточно сложное образование, далеко не ограниченное редакционными коллективами, источниками информации, а также «средствами производства», к которым можно отнести все: от авторучки и диктофона до печатного станка, Останкинской башни и Интернета.

Особенностью журналиста является то, что для его эффективной работы ему то и дело приходится внедряться в различные профессиональные и социальные среды, как с целью получения информации, так и для того, чтобы освоить язык своих потенциальных аудиторий. Следовательно, элементами профессиональной среды журналиста становятся профессиональные среды, непосредственно к журналистике отношения не имеющие, но требующие от журналистов компетентности не только в предмете освещения (например, в спорте или экономике), но и в профессиональных отношениях, специфичных для этих сред.

От того, признают ли журналиста за своего, например, милиционеры или металлурги, зависит в конечном счете успех и качество материала. Следовательно, профессиональной обязанностью журналиста в рамках его тематических специализаций является освоение этих профессиональных сред, а также сознательное формирование вокруг себя круга людей, компетентных в интересующей журналиста теме. Совсем не обязательно эти люди станут героями журналистских материалов. Чаще они выступают в роли экспертов и консультантов, а также позволяют журналисту почувствовать атмосферу деятельности, особенности языка и отношений, т.е. всего того, что невозможно узнать из учебников и справочников и что открывается при непосредственном общении.

Думается, излишне доказывать, что подобный круг единомышленников формируется на основе неформальных отношений и является следствием многолетних дружеских связей. Следовательно, успех здесь непосредственно зависит от личных человеческих качеств журналиста, его способности быть ненавязчивым слушателем, принимать и соблюдать нормы отношений различных социальных групп и других подобных качеств, а также от его личной и профессиональной судьбы, биографии. С другой стороны, этот круг оказывается в роли и профессиональной среды журналиста, и объекта

его профессиональной деятельности, и важнейшего «средства производства».

Роль этого ближнего круга особенно важна для журналистов, позиционирующих себя на информационном рынке вне зависимости от изданий, с которыми они сотрудничают. В него в таком случае неизбежно должны входить и представители издателей, а также представители власти (государства), профессиональных сообществ.

Следует отметить, что подобная форма профессиональной деятельности журналиста, при которой он сам выбирает издание и тематику работы, становится все более распространенной, конкурируя с формальным присутствием в штате редакции. Очевидно, что при этом важнейшей профессиональной задачей становится формирование и раскрутка своего собственного имиджа. Его важнейшими составляющими являются не только журналистское мастерство, компетентность в теме и умение добывать эксклюзивную информацию, но и присутствие ясно обозначенной позиции, т.е. «лица необщим выражением». Откуда следует, что личность самого журналиста и его образ (имидж) также должны рассматриваться как элементы профессиональной среды. Их введение заставляет включить в профессиональную среду также инструменты управления имиджем, элементы из инструментария PR и другие коммуникативные средства.

Профессиональной средой, но уже внешнего плана, является информационно-коммуникативное пространство в целом, а точнее, опосредованная СМИ актуальная действительность. Создаваемый журналистом образ частной ситуативной действительности включается в общий ее образ, формируемый, чем дальше, тем в большей степени, именно средствами массовой информации. А так как журналист тоже человек, т.е. тоже является членом аудитории СМИ, то и его представления формируются на основании тех же СМИ.

Речь здесь идет о вкусовых предпочтениях, выборе значимого и незначимого, оценках и тому подобных вещах, осуществляемых под мощным давлением массовых представлений. Это явление, с одной стороны, можно рассматривать как функцию самоорганизации информационно-коммуникативного универсума, а с другой — как порочный круг, приводящий к формированию сглаженного и искаженного образа реальности (лакировке), предлагаемому СМИ своим аудиториям.

Подобная опасность действительно реализуется особенно в тоталитарных обществах, однако именно это обстоятельство возлагает на журналиста особую ответственность и заставляет его время от времени исполнять роль источника возмущения информационно-коммуникативного универсума, т.е. сознательно разрывать обозначенный выше порочный круг. Это требует от журналиста определенных волевых качеств, нонконформизма, способности противостоять диктату социальных групп, личной смелости, трезвости, ясности и аналитичности суждений и, конечно, креативности.

Однако этим особенности информационно-коммуникативного пространства как профессиональной среды журналиста не исчерпываются. Интеграция СМИ в систему массовых коммуникаций, а особенно развитие Интернета как массмультимедийного образования ставит новые проблемы и требует качественно новых подходов. Так, анализ профессиональной среды деятельности журналиста, использующего Интернет и как средство поиска информации, и как средства общения, и как площадку для публикации своих работ, затруднен неустойчивостью и изменчивостью ее характеристик. Эта среда носит сущностно виртуальный характер, а пребывание в ней сопряжено с проявлением особых психологических эффектов, исследуемых в новейшей области психологической науки — психологии виртуальных реальностей. Иными словами, журналистика предстает как процесс, реализующийся в виртуальной реальности не только потому, что Интернет именуют подчас виртуальным пространством, что не совсем точно, а потому, что путешествие по всемирной паутине вызывает у пользователя особые психологические состояния, подобные переживанию так называемого виртуала, т.е. является виртуальным событием.

Первой проблемой при описании профессиональной среды являются трудности, возникающие при попытке ее объективации и фиксации каких-либо устойчивых характеристик. В этой среде устанавливается свое время, пространство, законы существования, законы причинности. Для человека, в ней находящегося, нет внеположного прошлого и будущего. Виртуальная реальность может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе и порождающей ее. Например, в Интернете теряют свои привычные свойства понятия периодичности издания, да и временная привязка публикации (актуальность) не столь очевидна и требует отдельных усилий читателя для восстановления временных меток.

Отмечаются следующие свойства процесса контакта с виртуальным текстом.

1. Имеет место предварительная неопределенность установления контакта и произвольность выбора субъектов взаимодействия.

2. Акт взаимодействия, даже повторный, всегда остается уникальным, если одну и ту же статью в газете можно действительно прочитать два раза, то невозможно одним и тем же путем прийти на одну и ту же веб-страницу.

3. Контакт существует только на протяжении самого взаимодействия.

Порождение публикаций и контакт с ними существует только «здесь и сейчас» в актуализированной системе коммуникаций, возникающих между писателем и читателем, который уже тем, что просто заглянул на страницу, становится ее соавтором.

В связи с этим о журнализме можно говорить как о процессе и результате взаимодействия субъектов и объектов журналистики, сопровождаемый созданием ими виртуального образа реальности и действительности. Следовательно, виртуальная среда журналистики создается только теми объектами и субъектами, которые участвуют в информационном процессе, а не техническими средствами, хотя развитие последних, безусловно, оказывает сильнейшее влияние на изменение структуры деятельности.

Предметом и продуктом (результатом) журналистской деятельности, осуществляемой в виртуальной среде, является сама виртуальная среда, которая и выступает в роли профессиональной среды журналиста.

При этом реализация журналистских задач в виртуальной среде смещает базовые ориентиры и меняет палитру изобразительных средств. Происходит сдвиг от линейного, последовательного представления информации к сетевому, гипертекстовому; усиливается значение нарратива по отношению к дискурсу и т.п.

В психологической науке в основном усилиями Л.С. Выготского, Ж. Пиаже, Дж. Брунера подробно исследовано явление интериоризации, в процессе которой человек строит внутренние эквиваленты внешних объектов в форме концептуальных моделей, используемых в целях конструирования различных версий своих внутренних реальностей или реальностей, переживаемых виртуально.

Виртуальная среда Интернета вводит обратный процесс — экстериоризацию, выводя в кибернетическое пространство

сформировавшиеся в человеческой психике модели реальности. Надо однако, сказать, что Интернет ничего нового в данный процесс не привнес. Интернет только обозначил и в каком-то смысле материализовал явление экстериоризации. Действительно, именно этим всегда занимались социальные информационно-коммуникативные институты, переводя вещи и чувства в смыслы и знаки, но с появлением Интернета этот процесс приобрел технологические черты.

Следовательно, журналистика преобразовывает не только читателей и не только писателей, но и свою собственную профессиональную среду, в которой разворачивается информационно-коммуникативный процесс, и вместе с ней и все информационное пространство. Таким способом, проявляется системоформирующая функция журналистики в информационном обществе.

Гораздо более важным является осознание того факта, что сеть интерактивна, и работа в ней предполагает событие, а не одностороннее воздействие. В этом смысле журналист должен научиться «вживаться» в сеть, т.е. фактически преодолевать ограничения интерфейса, как бы не замечая его. Для этого современный журналист (особенно молодое поколение) обязан знать азы интернет-технологий, язык HTML, способы адресации, принцип работы WWW и т.п. Он должен уметь самостоятельно навигироваться в Интернете, быть способным сделать собственную web-страничку, знать основы web-дизайна, должен, наконец, уметь оформить свой материал в виде гипертекста. Кроме этого, ему необходимо знание философии и психологии Интернета, особенно проблемы психологической безопасности при работе в Интернете и многое другое.

Из всего сказанного здесь становится ясно, что профессиональная среда журналиста — это не только условие деятельности, но и предмет его деятельности. Следовательно, существуют ряд профессиональных журналистских задач, возникающих при взаимодействии субъекта деятельности (журналиста) и профессиональной среды (информационно-коммуникативного пространства). В табл. 6.4 приведены некоторые, на наш взгляд, наиболее важные из них.

**Таблица 6.4. Профессиональные задачи, возникающие при взаимодействии журналиста и профессиональной среды**

| <i>Профессиональные задачи</i>                                                                                                                                                                                                                                                                             | <i>Необходимые знания и умения</i>                                                                                                                                                           | <i>Личные качества</i>                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Управление коммуникациями, возникшими в результате журналистской деятельности                                                                                                                                                                                                                              | Основы коммуникативистики, психологии массовых коммуникаций, уверенная ориентация и навигирование в глобальной сети, знание и умение пользоваться современными средствами общения в сети     | Эрудиция, лидерство, волевые качества, интеллектуализм (высокий IQ), способность убеждать и ориентироваться в новой предметной области, коммуникабельность                                               |
| Выделение наиболее значимого, систематизация, фиксация смыслового ядра                                                                                                                                                                                                                                     | Основы системного подхода, навыки анализа и синтеза, типологии и классификации                                                                                                               | Рефлексивность и критичность мышления, интеллектуальная культура, владение письменной речью, высокий IQ, умение концентрировать внимание, высокая работоспособность                                      |
| Контроль за изменениями моделей сознания аудитории. Противодействие появлению психологической зависимости от информационных источников, коррекция негативных изменений моделей сознания, использование преимуществ гипертекстовой структуры представления знания в целях повышения эффективности сообщений | Основы психологии безопасности, информационной безопасности, экологии информационных пространств, виртуалистики, умение средствами текста убеждать и выражать своим эмоциональным состоянием | Среднезависимость, толерантность, нравственные качества, этичность, эмпатичность, сензитивность, эмоциональная чувствительность (чуткость), внимательность, авторитетность, способность вызывать доверие |

Подобные емкие и ответственные профессиональные задачи актуализируют проблемы свободы и творчества в рамках журналистских практик.

## *2. Требования профессионального сообщества*

Профессиональное сообщество журналистов, как и любое профессиональное сообщество, предъявляет к собратьям по цеху достаточно определенные, но далеко не всегда зафиксированные требования. Основными являются два требования:

- 1) наличие профессионализма;
- 2) принятие и исполнение этических норм и правил в отношениях с коллегами, с аудиториями, с рынком.

Трудно сказать, какое из этих требований важнее. Скорее всего, второе. Конечно, нельзя быть журналистом, не обладая профессионализмом, но профессионализм можно приобрести и на практике. А нарушение моральных и этических норм, неблагоприятное поведение, беспринципность могут послужить причиной того, что даже талантливый журналист будет исключен из журналистского сообщества. За этим последует потеря доверия к нему публики и издателей.

Эти группы требований определяются как письменными документами, этическим кодексом например, так и неписанными законами, выработанными журналистским сообществом, постигнуть которые можно, только включившись в это сообщество.

Приведем несколько выдержек из Кодекса этических норм журналистов<sup>1</sup>.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Из Кодекса этических норм***

##### ***Преамбула***

Члены Общества профессиональных журналистов считают просвещение граждан предпосылкой справедливости и основой демократии. Долг журналиста — содействовать реализации этих целей поиском истины и обеспечением объективного и всестороннего освещения событий и проблем. Добросовестный журналист, независимо от специализации и названия представляемого им СМИ, — тот, кто честно служит общественным интересам. Профессиональная честность — краеугольный камень, лежащий в основе доверия к журналисту. Члены Общества признают этические нормы настоящего Кодекса и провозглашают принципы Общества и практические стандарты своей деятельности.

##### **Ищите истину и несите ее людям**

Журналист должен быть честным, беспристрастным и смелым при сборе, изложении и комментировании информации.

---

<sup>1</sup> Общество профессиональных журналистов. Кодекс этических норм (1996), <http://www.gdf.ru/books/books/liberty/0004.shtml>

*Журналист обязан:*

- Проверять достоверность информации, поступающей из любого источника, и избегать непреднамеренных ошибок. Преднамеренное искажение фактов недопустимо ни при каких условиях.
- Делать все возможное для того, чтобы встретиться с «героями» своих публикаций и предоставить им возможность ответа на обвинение в правонарушении или проступке.
- Указывать по мере возможности источники поступающей информации. Общество имеет право на максимум информации о надежности источника.
- Прежде чем обещать источнику анонимность, выяснить его мотивы. Полностью прояснить условия выполнения обещаний, данных в обмен на информацию. Обещания надо выполнять.
- Обеспечить, чтобы заголовки, информация, имеющая броский характер и способная породить соответствующую реакцию, фото-, видео- и аудиоматериалы, графика, звуковые фрагменты и цитаты были достоверными. Они не должны приводить к упрощенному восприятию материала или его освещению вне контекста.
- Не искажать ни при каких обстоятельствах содержания фото- и видеоматериалов. Усиление образа возможно в качестве технического приема, обеспечивающего его более полное раскрытие. Смонтированные материалы и фотоиллюстрации должны быть помечены.
- Избегать показа произошедших ранее событий, способных ввести в заблуждение. Если такой показ необходим, непременно уведомить об этом зрителя.
- Избегать скрытых и прочих тайных методов сбора информации. Исключение могут составлять те случаи, когда традиционные открытые методы не позволяют собрать жизненно важную для общества информацию. Необходимость использования таких методов должна быть объяснена в самом сюжете.
- Никогда не заниматься плагиатом.
- Смело говорить обо всех положительных и отрицательных сторонах природы человеческой, даже когда это многим не нравится.

<...>

Что касается требований профессионализма, то они пересекаются с требованиями профессиональной школы. Кроме того, в профессиональном сообществе формируются структуры, которые проводят всякого рода профессиональную сертификацию своих коллег. Например, в сообществе институализируются профессиональные организации, такие как Союз журналистов, прием в которые означает

определенную степень признания со стороны коллег. Проводятся также различные конкурсы и фестивали, в том числе и международные, где журналистское мастерство оценивает жюри, состоящее из признанных профессионалов. Существует также система званий и наград. Все это способствует самоорганизации профессионального сообщества и создает условия для карьерного роста.

### *3. Требования профессиональной школы*

Профессиональная школа журналистики является многоступенчатой структурой. Журналист — это, как правило, человек с высшим образованием, специалист, бакалавр или магистр, а также тот, кто имеет диплом о высшем образовании другого профиля или прошел профессиональную переподготовку по журналистике<sup>1</sup>. Существует также система подготовки специалистов высшей научной квалификации по журналистике, готовящая кандидатов и докторов филологических, исторических, политических наук.

Профессиональная школа готовит специалистов в соответствии с требованиями, которые предъявляют к журнализму социум, государство и профессиональное сообщество. Эти требования оформляются в систему многоуровневых квалификационных характеристик. Но если система сертификации в профессиональном сообществе основывается на оценке результата деятельности журналиста, то профессиональная школа обращает внимание, прежде всего, на необходимый знаниевый компонент. Иными словами, школа отвечает за то, чтобы журналист обладал необходимым набором знаний, умений и навыков, что отражается в государственном образовательном стандарте. Этот стандарт вырабатывается при участии государственных органов, а также компетентных ученых, специалистов, преподавателей отрасли.

Отметим некоторые качества, специфичные для современного журналиста.

- Способность использовать преимущества гипертекстовой структуры представления знания в целях повышения эффективности своих сообщений.
- Умение адаптировать свои материалы к возможностям используемых коммуникативных средств и способность формулировать технические требования к развитию этих средств.

---

<sup>1</sup> На практике, впрочем, это далеко не всегда соблюдается. Существует достаточно много журналистов, так и не получивших специального журналистского образования.

- Способность определить рыночные характеристики, социальный статус, культурное значение своего информационно-коммуникативного продукта.
- Умение организовывать коллективные формы работы в Интернете.
- Способность инициировать и поддерживать процессы освоения незнакомых областей знаний.
- Умение определять цели и ценности своих аудиторий и аудиторий изданий.
- Знакомство с правовыми основами своей деятельности.
- Знакомство с философскими проблемами развития коммуникаций, информационного общества, современного цивилизационного и культурного процесса, отечественной историей и культурой.
- Представление о месте ноосферного сознания в структуре личности и его роли в социальном и профессиональном поведении человека, основах виртуалистики, синергетики, психологии массовых коммуникаций.
- Знакомство с креативными технологиями работы со знанием, основами методологии мыследеятельности и системного анализа.
- Знакомство с основами психологии, информационной безопасности и экологии информационных пространств.
- Компьютерная и телекоммуникационная грамотность на уровне пользователя.

### ***Личностные детерминанты***

Личностные детерминанты появляются здесь потому, что не только профессия выбирает человека, но и человек профессию. Человек ждет от профессии, что занятие ею будет не только приносить ему средства к существованию, но и обеспечивать развитие как личности, делать жизнь его полнее, да и просто ему будет нравиться заниматься своей работой.

Иными словами, существуют еще и требования, предъявляемые специалистом к своей профессии. Они сводятся в основном к трем:

- 1) постоянное повышение своего образования, выступающего здесь в роли не условия, а цели деятельности, т.е. одной из личных ценностей;
- 2) реализации в профессиональной деятельности своих личностных качеств;
- 3) достижения определенного социального статуса и материального положения.

Легко убедиться в том, что журналистика все эти требования вполне способна удовлетворить.

### *1. Требования образованности как личностной ценности*

Журналистский опыт актуализирует и развивает широкий спектр компетентностей и тем самым заставляет журналиста постоянно самообразовываться.

В частности можно выделить следующие приобретаемые с опытом качества:

- профессиональную компетентность и ответственность;
- умение работать с информацией с применением телекоммуникационных средств;
- поисковую исследовательскую активность;
- самостоятельность и креативность;
- системное мышление;
- умение работать с текстом;
- умение организовывать коллективную деятельность;
- проектирование, прогнозирование, планирование;
- комплекс качеств менеджера;
- эрудицию и др.

Способность к самообразованию поддерживается уникальным сочетанием тенденций специализации и универсализации в журналистике. При общей тенденции к универсализации существует не менее мощная тенденция увеличения многообразия журналистских специализаций и ролей.

Каждая журналистская специализация соотносится со структурой личности и требует определенной совокупности качеств. Например, для репортера особое значение приобретают такие качества, как оперативность, мобильность, адаптивность, стрессоустойчивость, умение быстро переключаться с одного задания на другое, находчивость, особый «репортерский нюх» на интересную информацию, широкая информированность, выносливость и мужество.

Для аналитика важны глубокая компетентность в своей сфере, умение рассматривать отдельные явления в связи с другими, диалектизм, независимость суждений, политическая культура и культура ведения дискуссий, способность делать прогнозы. Публицист немыслим без яркой индивидуальности, умения привлечь внимание аудитории, убедить ее. Ему нужны эрудиция, ярко выраженные литературные способности, аналитические способности, нестандартность и независимость суждений. Интервьюера невозможно представить не-

мыслим без коммуникабельности, умения слушать и умения «разговаривать» собеседника, быть интересным собеседником. Этот перечень можно продолжать и дополнять, так как большинство из перечисленных качеств взаимозависимы и взаимодополняемы.

Смена специализации, которая является достаточно частым явлением, естественно приводит не только к необходимости получения новых знаний и навыков, но и к формированию новых личностных черт.

Наличие разнообразных типов журналистских специализаций — общеизвестный факт, но проблема, вызывающая у практиков постоянные споры, состоит в том, как в условиях все усложняющихся задач, возникающих, прежде всего, у журналистов-газетчиков, совместить универсализм со специализацией. Руководители одних изданий не ограничивают своих подчиненных «штатными» ролями. В других редакциях журналистов ориентируют на гармоничное сочетание универсализма со специализацией. Чтобы предостеречь молодого журналиста от поверхностного освещения того или иного явления, нередко в начале его работы в редакции ему предлагают разработку одной темы. Когда журналист достигает высокой компетентности в изучаемом вопросе, от него, как правило, ждут свежих идей или предложений для решения других актуальных проблем. В дальнейшем глубокое и свободное владение одной темой позволяет более легко освоить смежные направления, хорошо ориентироваться в проблематике, чувствовать себя профессионалом в данной сфере деятельности. В результате приобретается опыт выработки метарешений и метаподходов.

«Индивидуальность журналиста выявляется в профессиональной специализации, — отмечает В.М. Горохов. — При этом специализация журналиста, работающего в общеполитической прессе, не обладает той жесткой предметной замкнутостью, которая присуща, скажем, инженерной, агрономической или врачебной деятельности. Специализация журналиста своеобразна: глубокое освоение предмета сочетается с интересом к социальным, нравственным, психологическим проблемам, в которые этот предмет так или иначе включен. Журналистская специализация позволяет свободно ориентироваться в определенном круге явлений и одновременно преодолевает «флюсоподобную» ограниченность профессионального знания. Универсализм и специализация органически сливаются в журналистике. Это позволяет не только оперативно откликаться на злобу дня, воздействовать на массовую аудиторию, но и преодолевать «стертость» мыслей, возникающую от частого решения однотипных

задач, избегать «амортизации» чувств, добиваться свежести и остроты взгляда на мир»<sup>1</sup>.

В то же время тенденция к универсальности обусловлена изменчивостью профессиональных ролей. В журналистском сознании процесс обновления знаний, приемов деятельности, переосмысление взглядов на отдельные аспекты профессии очень мобилен.

С.М. Гуревич пишет: «Возрастают требования к уровню профессионального мастерства журналиста. Речь теперь идет не только о необходимости уверенного владения большинством жанров публицистики и других типов публикаций, о сочетании оперативности информации с умением провести ее масштабный и глубокий анализ. И не только о сочетании универсальности журналиста с его специализацией. В современных условиях его универсальность все чаще оборачивается необходимостью соединять несколько специальностей»<sup>2</sup>.

В условиях усложняющихся задач, стоящих перед журналистами, совместить универсальность со специализацией становится все труднее. Сегодня, судя по результатам социологических опросов, нужны не просто пишущие журналисты, а профессионалы, хорошо разбирающиеся в определенной теме или проблеме. Данное положение касается не только специализированных изданий, которые остро нуждаются в журналистах, хорошо разбирающихся в экономических, правовых, психологических и других проблемах, но журналистов, которые избрали для себя специфические сферы деятельности по их информационному сопровождению.

Один из классиков отечественной публицистики М. Кольцов советовал товарищам по цеху:

«Вещь нужно конструировать прочно, чтобы, прочитав ее, человек... увидел, где начало, где конец, как именно этот абзац... перекликается с другим абзацем в конце. Особенно на той короткой площадке, которая дается обыкновенно... в газете и в журнале...»

Это означает, что стабильное и инновационное в журналистике находятся в состоянии взаимоперехода, взаимодействия. Постоянное стремление к созданию нового, оригинального неотделимо от выполнения жестких обязанностей, заданий, причем в четко очерченных хронологических рамках.

Таким образом, всякий человек, занимающийся журналистикой, имеет возможность постоянно развивать свои профессиональные и личностные компетентности в пределах не только многофункциона-

---

<sup>1</sup> Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. М., 1989. С. 16.

<sup>2</sup> Гуревич С.М. Экономика СМИ. М., 1999. С. 192.

нальной журналистской деятельности, но и любой другой, к которой в настоящий момент приковано его внимание, постоянно балансируя при этом между беспредельностью авторского креатива и жесткой формой редакционного задания.

Вероятно, другой столь же многогранной, как и многомерной профессии просто не существует.

### *2. Требование самореализации как личностной ценности*

Возможность самореализации является следствием многокомпонентности и многомерности профессии. Действительно, трудно назвать способность, которая не могла бы быть реализована в журналистике. Если человек обладает литературным талантом, то он реализует его, готовя тексты, если у него музыкальные способности, то это позволит ему стать редактором или ведущим музыкальных передач. Если он занимался спортом, то у него появляется шанс стать спортивным журналистом и т.д. и т.п. Если он имеет математические способности, то это может позволить ему стать хорошим аналитиком или заняться научной журналистикой. Это было сказано про профессиональные задатки, но и личностные человеческие свойства здесь также легко могут быть реализованы. Принципиальность сформирует позицию. Доброта, сострадание проявятся во внимании к больным вопросам бытия. Храбрость позволит работать с опасной информацией или в горячих точках. И так далее. Так что возможность самореализации в журналистике очевидна. Вместе с тем нужно сказать, что ярко выраженный талант в какой-то одной области до конца не сможет быть раскрыт в журналистике. Журналистика требует комплексности и вследствие этого слегка поверхностна. И литературные, и музыкальные, и математические способности для нее всего лишь средство для решения своих информационно-коммуникативных задач. Так что, если вы хотите заниматься математикой, а не использовать математику для журналистики, идите в математику, а не в журналистику.

Впрочем, и то и другое можно совмещать в некоторых случаях.

### *3. Требование обретения социального статуса как личностной ценности*

Одним из существенных преимуществ выбора профессии журналиста является ее относительно высокий социальный статус. Престижность профессии объясняется не только ее многокомпонентностью и сложностью, но и тем, что журналист обязан присутствовать в центре событий. Это создает у него имидж хорошо информированного человека, а также открывает возможности установления связей с элитами.

Что касается материальной стороны вопроса, то профессия журналиста остается одной из самых высокооплачиваемых.

## **Интервью**

**Визитная карточка** Виктория Волошина, заведующая отделом городских новостей газеты «Известия».

**Профессиональная биография** Мой первый журналистский опыт — это публикация в газете «Политехник», когда я училась на первом курсе Петербургского политехнического института. Я пришла в редакцию и спросила, есть ли там молодежный отдел. Меня попросили написать о группе, в которой я училась.

В этой газете я сотрудничала, пока не закончила институт. К пятому курсу я работала почти во всех городских газетах, а по окончании института меня пригласили в девять газет. Но я выбрала газету «Вечерний Ленинград», куда впоследствии перешла работать.

После «Вечернего Ленинграда» меня пригласили в газету «Московские новости» собкором по Петербургу. Потом позвонили из «Известий» и предложили перейти к ним в газету. Я согласилась и стала работать собкором по Петербургу в «Известиях». Вскоре редактор «Известий» попросил меня перейти в Москву и возглавить отдел «Московские новости».

Теперь я редактирую тексты своих журналистов. Прежде, чем оказаться на полосе газеты, материалы сначала попадают ко мне. Я придумываю заголовки, расставляю акценты в тексте, добавляю какие-то мысли, которых, по моему мнению, там не хватает, или убираю то, что мне кажется лишним. Еще я макетирую полосу, т.е. расставляю на полосе те тексты, которые прислали журналисты, а также решаю, как проиллюстрировать тот или иной материал.

**Как Вы понимаете тезис Маршалла Маклюэна: «Средство есть сообщение»?**

Мне кажется, что содержание и есть главное, и в журналистике важно его показать. Можно это сделать совершенно разными средствами. Видимо, автор имел в виду, что профессиональный журналист может любое содержание извратить до неузнаваемости. Предположим, вы можете относиться к Ходорковскому определенным образом, а у редакции есть свой взгляд на эти вещи. Вы можете профессиональными средствами извратить все это, но это все равно неправда.

**Если журналистика — четвертая власть, то в чем заключаются ее властные функции?**

Бывают ситуации, когда мы помогаем людям, и в этом смысле мы — четвертая власть. На западе все проще, так как там все устоялось. Например, скандал в США, вызванный публикацией материалов, и затем отставка президента. У нас пока я подобных примеров не знаю. Иногда мы печатаем чьи-то просьбы. Но мы — четвертая власть в том случае, если это прочитают первая или вторая власть.

*Что привнес Интернет в журналистику?*

Когда еще не было Интернета, приходилось часами сидеть в библиотеке, если, например, срочно нужна какая-то цитата. А теперь в Интернете ее можно сразу найти.

Мы недавно готовили материал по потребительской корзине. Для этого нужно было проводить сравнение с предыдущими данными, и, если бы не было Интернета, их поиски затянулись надолго. Раньше в газете штат был в пять раз больше, чем сейчас. Поэтому каждому журналисту надо уметь ориентироваться и работать в Интернете.

*СМИ, PR, реклама — как взаимодействуют эти сферы?*

С PR мы взаимодействуем постоянно. Но если Интернет — это прорыв в журналистике, то PR — это регресс, потому что работают там зачастую непрофессионалы.

Рекламой же занимается дирекция. Журналист, который начинает заниматься рекламой, перестает быть журналистом.

*Что, по-вашему, позволяет «Известиям» выдерживать конкуренцию на рынке и оставаться одним из наиболее успешных качественных изданий?*

В первую очередь люди, которые работают профессионально, потому что сюда нелегко попасть на работу.

*Присутствует ли на полосе вашей газеты реальный человек, который живет в большом городе?*

На самом деле все публикации этому посвящены. Как говорит наш редактор, самое главное — создавать эмоции, а эмоции возможны только через человеческие истории. А потом через конкретную историю мы переходим к обобщению.

*Каким Вы представляете себе образ читателя вашей газеты?*

Постоянные читатели «Известий» — это люди, как правило, с высшим образованием, среднего дохода, около 40—50 лет. Хотелось бы, чтобы среди них было больше молодежи, хотя все это достигается с помощью различных приложений, которые появились у газеты.

*Журналистика — это ремесло или призвание?*

Это и то и другое. Сначала идешь в профессию, как мне кажется, по призванию, но когда работаешь, понимаешь, что это ремесло. Каждый день читаешь газеты, смотришь новостные программы — все это, конечно, ремесло. Но если нет к этому призвания, то и ремеслом это не будет. Так и любая другая профессия становится ремеслом по призванию.

*Как Вы работаете с источниками информации?*

Что-то узнаешь в Интернете, что-то, когда читаешь чужие газеты, смотришь телевизор. Но, как правило, поиск происходит только в разговорах с людьми. Надо уметь общаться с людьми, причем общаться неформально: встречаться, поздравлять с днями рождения. А потом люди что-то говорят, что может быть интересно.

*Как Вы работаете на своими материалами?*

Я пишу очень быстро, но это совершенно индивидуальные вещи. Быстро написать заметку для ежедневной газеты просто необходимо. Есть люди, которые пишут долго, но результат получается замечательным. Вообще, работа занимает все отведенное мне время. У нас, к сожалению, всегда очень мало времени. Мы приходим в три, а в пять уже нужна заметка. Надо не только написать, но и позвонить другим людям, чтобы получить информацию о каком-то мероприятии.

*Расскажите о ваших героях и историях?*

Одно из самых сложных заданий — говорить с людьми, которые только что перенесли какую-то трагедию. Для меня, например, было трудно встречаться с отцом Колесникова, подводника, который погиб на «Курске». Я с ним встречалась и с трудом заставляла себя набирать телефонный номер, потому что мне предстояло говорить с отцом, который только что потерял сына. Но ему надо было выговориться. Вот такие вещи запоминаются.

*Какой будет журналистика завтра?*

Сейчас журналистика стала информационной. Для меня журналистика — это область, сопряженная с литературой. Например, лет двадцать назад были очерки таких замечательных журналистов, как Валерий Аграновский. Сейчас эта область мало востребована. В настоящее время очерков вообще нет, а это действительно литературный жанр. Я бы хотела, чтобы это вернулось, и мне кажется, что мы к этому еще придем, потому что остается меньше тем, на которые можно и нужно быстро реагировать. Расследования постепенно уходят из журналистики, значит, вернется жанр очерка.

*Что бы Вы могли посоветовать начинающему журналисту?*

Во-первых, как можно больше читать книги, газеты, смотреть новости. Во-вторых, почаще общаться с разными людьми, заниматься Интернетом и обязательно языками. Это сейчас необходимо, так как порой журналисту нужно набрать комментариев на английском языке.

А главное для тех, кто идет в журналистику, сделать правильный выбор, понять, хочешь ли ты приносить пользу или зарабатывать деньги. Если хочешь деньги зарабатывать, иди в гламурные журналы, если хочешь пользу приносить, иди в ежедневные газеты. Но надо сказать, что наша профессия довольно тяжелая.

## Глава 7

# Категория свободы в деятельности журналиста

### 7.1. Коммуникативные войны

Террористическая атака 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке — это выход из заэкранного виртуального пространства сформированных там образов зла и агрессии.

Не случайно сразу после события выявилось множество сделанных ранее литературных, кинематографических, фото- и телевизионных сюжетов, с удивительной точностью описывающих случившуюся трагедию.

Однако необходимо отдать должное американскому обществу, быстро осознавшему информационно-психологические корни случившегося. Оно оказалось способным оперативно внести существенные коррективы в политику вещания и кинопроизводства.

Террористическая атака носила явно психолого-информационный и символический характер. Ее режиссеры досконально изучили менталитет американского общества, проанализировали страхи и ожидания, в изобилии тиражируемые кино- и телеиндустрией, и определили наиболее уязвимые места. Ударам подверглись национальные символы Америки, как яркого представителя западной цивилизации, причем эффект от этих ударов был многократно усилен мировыми средствами массовой информации. Именно поэтому вспыхнувшую террористическую войну можно отнести к цивилизационной мировой войне. Последующая за первой, бактериологическая атака только подчеркнула смысл стратегии и главные цели террористов.

*Первая цель: «Близнецы»* — это не что иное как портал финансовых и деловых коммуникативных потоков, пожалуй — главный процессор Америки, свидетельство правильности западного образа жизни и одновременно ее симулякр.

*Вторая цель: Гражданская авиация* — символ мобильности, подчинения небесного пространства и одновременно главная американская транспортная коммуникация. Симулякр свободы.

*Третья цель: Пентагон* — пятисторонняя крепость, охраняющая право быть центром управления всеми военными коммуникациями в мире. Что-то вроде гайки, накрученной на земную ось, или пупа Земли, разумеется, в западном представлении. Симулякр империи.

*Четвертая цель: Капитолий* — портал административных и правовых коммуникаций. Симулякр закона.

*Пятая цель: Почта* — один из символов комфорта, доверия и надежности. Подвергшись бактериологической атаке, почтовое сообщение предстало источником смертельной опасности. Почта — симулякр межличностных коммуникаций и адресных коммуникаций с государством.

Все эти обстоятельства заставляют предположить, что главной целью атак было именно коммуникативное пространство Америки, следовательно, и коммуникативное пространство Западной цивилизации в целом.

11 сентября мы услышали залпы первой мировой коммуникативной войны.

В ответ мировое сообщество развернуло военные действия с применением обычных вооружений, однако, независимо от исхода военных действий, стало очевидным, что сверхточные вооружения ведущих мировых держав с трудом противостоят сверхсовременному информационно-психологическому оружию террористов.

Урок 11 сентября заключается еще и в том, что всему мировому сообществу впервые наглядно, в режиме online, продемонстрировали потенциальную мощь информационно-психологического коммуникативного оружия. На первый план выдвинулась проблема обеспечения национальной информационно-психологической безопасности. Тем самым появилась необходимость найти средства изменения сложившейся вещательной политики.

Терроризм высветил одно из объективных противоречий СМИ. С одной стороны, есть необходимость объективно освещать событие, с другой — само по себе освещение события есть средство, используемое террористами в качестве резонатора террористического акта.

Коммуникативная война не является чем-то принципиально новым. Коммуникативное оружие использовалось в войнах всех предыдущих эпох. Действительно, одним из главных объектов поражения на любой войне являются средства коммуникации и связи противника. Но если в войнах прежних лет коммуникативный компонент все-таки можно отнести к вспомогательному, то сегодня он выдвигается на первый план.

Термины «психологическая» и «информационная война» являются официальными, так как стали составной частью военных доктрин некоторых государств.

Тем не менее, по нашему мнению, термин «коммуникативная война» в большей степени отражает существо дела. Во-первых, коммуникативная война включает в себя все то, что относится к информационной и психологической войне. Во-вторых, позволяет более четко сформулировать цель поражения, а именно коммуникативное пространство противника. В-третьих, подразумевает определенную самостоятельность, т.е. потенциальную возможность ведения войны, конечной целью которой является изменение структуры коммуникативного пространства противника. Иными словами, речь идет о замене одной системы симулятивных коммуникаций на другую.

Похоже, к войне именно такого типа можно отнести вторую войну в Персидском заливе (2003 г.). Конфликт между Ираком и Коалицией нельзя рассматривать как локальный. Сколь бы важными не казались в ней экономические и политические цели, главной задачей этой войны, на наш взгляд, является навязывание мировому сообществу образцов американского, а точнее глобалистического образа жизни, нового глобального симулякра образа жизни.

*Будем называть коммуникативной войной действия, направленные на изменение структуры коммуникативного пространства, осуществляемые специально подготовленными специалистами, посредством информационно-психологических техник, аппаратных средств, а также обычных средств ведения войны.*

Коммуникативное оружие — это что-то вроде машины симуляции, преобразующей прежние симулякры и создающей новые из старого информационно-психологического материала. И, конечно же, главным средством доставки такого оружия являются средства массовой информации (СМИ).

Вслед за «11 сентября», «Беслан» еще более рельефно показал, что мы имеем дело совсем с другим терроризмом, который уже никак нельзя рассматривать как «политику другими средствами». В нем также имел место символический характер события, однако образ самих террористов был совершенно другой.

Сообщение 11 сентября: «Самое сильное государство мира уязвимо». Это сообщение некоторыми мировыми силами было воспринято с удовлетворением, т.е. нашлись те, кто оправдал и даже приветствовал случившееся. Иными словами, организаторы акта рассчитывали на положительное восприятие определенных целевых аудиторий, что естественно должно было привести к дальнейшей поляризации мнений мирового сообщества посредством медийного резонанса.

Сообщение теракта в Беслане: «Мы ужасны и способны на все» не предусматривало никаких положительных коннотаций. Если от-

бросить как неконструктивное его объяснение через реакцию отчаяния, то оно, на первый взгляд, кажется абсолютно бессмысленным. Однако смысл его в том и заключался, чтобы показать мировому сообществу наличие глобальной наднациональной и трансполитической силы, паразитирующей на сложившихся системах общественной регуляции и использующих их в свою пользу. И прежде всего его глобальных и региональных медийных структур.

Сегодня терроризм вышел за рамки политического действия, т.е. достижения каких-либо политических целей. Он, как уже отмечалось, трансполитичен и стремится вывести в трансполитическую область медиа. Современный терроризм ничего не имеет общего с политическим терроризмом прошлых веков, поскольку рожден не в недрах национально-освободительного или революционно-демократического движения, а является продуктом глобализации. Трансполитичность не укладывается и в рамки геополитических концепций, хотя и успешно эксплуатирует их, например геополитическую ось «Север — Юг».

Этот новый терроризм, который следовало бы назвать посттерроризмом, деструктурирует мир, его ценностную структуру, его информационно-коммуникативный образ. Поэтому каждому журналисту, дабы противостоять этому, необходимо удерживать в себе ценности Правды, Добра, Справедливости и, конечно, Свободы.

## 7.2. Дискурс свободы

«Ни об одной идее нельзя с таким полным правом сказать, что она неопределенна, многозначна, доступна величайшим недоразумениям, и потому действительно им подвержена, как об идее свободы, и ни об одной не говорят обычно с такой малой степенью понимания»<sup>1</sup>, — писал Гегель. Причем для журналиста это отнюдь не отвлеченное философское понятие, а инструмент каждодневного приложения сил, поскольку от верного определения рамок журналистской деятельности зависит и ее успешность в достижении поставленной цели, и общественное признание журналиста, и реализация им своего призвания.

Распространенное понимание свободы как *независимости, не-связанности, неподконтрольности, непричастности*, прямо противоположно ее смыслу, так как предполагает, что субъект отказывается от следствий своих действий, т.е. от признания факта «в себе — причинности» вне себя происходящего, т.е. от наличия какого-либо смысла собственного существования и собственной деятельности.

---

<sup>1</sup> Гегель Г.В. Ф. Соч. Т. 3. М., 1956. С. 291.

Очевидно, что подобная установка прямо противоречит функции журналистики и собственно содержанию журналистской деятельности.

Журналист *зависим* как минимум от самого себя, своих собственных убеждений и, конечно же, от читателя.

Он *связан* с социумом, поскольку его задача свидетельствовать о происходящем в действительности, т.е. предоставлять возможность событийствования другим людям.

Он *контролируем* не только юридически, но и со стороны общественного мнения, которое сам же и формирует.

Наконец, он *причастен* изменяемой СМИ реальности не только потому, что в ней же и пребывает, но и потому, что именно в этом состоит суть его деятельности.

Поэтому понятие «свобода» необходимо рассматривать как рабочий термин, значение которого, естественно, может быть определено и на основании вскрытия его философского смысла, и на основании обобщения опыта журналистских практик.

Вместе с тем размышления о свободе в журналистских текстах встречаются редко, чаще в них идет речь о специальных понятиях «свобода слова», «гласность», «независимая журналистика» и т.п. Связь этих понятий с фундаментальным понятием «свобода» чаще всего даже не акцентируется. Поэтому при обсуждении проблемы свободы в журналистике приходится обращаться к литературным и философским работам. Ознакомившись с ними, легко убедиться в том, что дискурс свободы отнюдь не является одногласным, напротив демонстрирует столкновение мнений не просто отдельных мыслителей, а целых мировоззренческих систем. Поэтому понимание свободы является актом обязательным для самоопределения профессионального журналиста, прежде чем он вступит на свое поприще. Причем данное самоопределение, являясь актом личностного становления, безусловно, должно быть свободным. Недопустимо для журналиста лишь игнорирование ответа на вопрос, что такое «свобода», а также упрощенное ее понимание.

Именно с этой целью в книгу включено обсуждение некоторых наиболее ярких концептов понятия «свобода», которые должны сориентировать молодых журналистов в их повседневной практической работе.

## Свобода или независимость

Свобода, понимаемая как независимость, как «все дозволено», одна из главных тем Ф.И. Достоевского. Утративший веру Иван

Карамазов пришел к логическому выводу: «Если Бога нет, то по природе вещей все позволено». Однако живым воплощением этой идеи стал «засевший в его душе» лакей Смердяков, который понял ее как абсолютную независимость от нравственных ограничений и из-за исключительно практической пользы убил их общего отца. Теоретически мыслящий Иван не сумел проследить воплощенные формы своей идеи и оказался уловленным и запутанным в злодейской сети Смердякова.

Иван не был убийцей. Он не подбивал на убийство Смердякова. Если и поддержал его, то лишь потому, что полагал себя вправе свободно выражать свои мысли перед другими, даже перед такими, как Смердяков. Он не мог предположить, что теоретическая идея так легко, быстро и буквально воплотится в практическое действие. Вина Ивана в том и заключается, что он мыслил откровенно, нарушая своими идеями логику сердца, вовлекаясь в ошибки, но, наслаждаясь свободным и дерзким движением мысли, нисколько не задумываясь о возможности чудовищной ее реализации. Этот эпизод можно рассматривать как метафору современной журналистики, которая подчас, увлекаясь игрой слов, оказывается неготовой брать на себя ответственность за то, как они отзвучат.

Еще более пронзительный пример — теоретическое самоубийство Кириллова в «Бесах». Кириллов человек глубоко религиозный, но в Боге и в добре разуверившийся, из-за чего полагает, что абсолютной ценностью должен стать для себя человек, «стать для себя Богом». Для этого человеческая личность должна стать безгранично могущественной и свободной. Для этого нужно, чтобы воля человека не была ничем стеснена, чтобы человек ничего не боялся, не боялся того, что больше всего страшит его — смерти: «Кто победит боль и страх, тот сам Бог будет... Будет Богом человек и переменится физически». Атрибутом нового человека — человекобога — будет своеволие: «Атрибут божества моего, — говорит Кириллов, — своеволие. Это все, чем я могу в главном пункте показать непокорность и новую страшную свободу свою». Здесь Достоевский ясно показывает, что своеволие в своей абсолютной форме логически ведет не просто к смерти, а к самой страшной абсолютной смерти — к самоубийству. Удивительно, что Ф. Ницше, считая Ф.М. Достоевского чуть ли не своим учителем<sup>1</sup>, воспользовался только самой идеей сверхчеловечности, а не тем, что эту идею Федор Михайлович развенчал, казалось бы, окончательно.

---

<sup>1</sup> Ф. Ницше из письма П. Гасту: «Вы знаете что-нибудь о Достоевском? Кроме Стендаля не было для меня открытия более неожиданного и не доставило столько удовольствия: это психолог, с которым я «нахожу общий язык» (13.02.1887).

## Свобода или вина

М. Мамардашвили писал: «... Именно потому, что мы не можем быть богами, мы можем быть нравственными, именно потому, что есть полнота вины, мы можем быть ответственными, т.е. свободными»<sup>1</sup>. Вина и свобода, таким образом, неразделимы как сямские близнецы. Более того, попытки подобной хирургической операции оказываются чрезвычайно опасны в цивилизационном и культурном смысле. Примером чему может служить хотя бы блестящая философская проповедь Ф. Ницше, ставшая одновременно предпосылкой для формирования одной из самых чудовищных в истории человечества идеологий.

Ф. Ницше абсолютизирует человеческую свободу, провозглашая ее ничем не ограниченной: «Уважение к себе; любовь к себе; безусловная свобода относительно себя... Надо стать выше человечества силой, высотой души — презрением...»<sup>2</sup>.

По его мнению, вина, совесть, сострадание есть проявление «человеческого, слишком человеческого», проявление слабости человека как его изначальной порочности и дальнейшей испорченности. Слабость, культивируемая христианством, есть своего рода «депрессивный, заразный инстинкт», берегущий и множащий «всяческое убожество» и парализующий инстинкт силы и свободы.

Ницше считает, что нужна «новая совесть, чтобы раскрыть истины, прежде немотствовавшие», т.е., чтобы быть человеком, нужно преодолеть человека и стать Сверхчеловеком. Необходимо отметить, что подобная позиция была отнюдь не плодом абстрактных размышлений, а являлась основой личных экзистенциальных установок философа. Он писал: «Меня в гораздо большей степени устраивало бы быть славным базельским профессором, нежели Богом; но я не осмелился зайти в своем личном эгоизме так далеко, чтобы ради него поступиться сотворением мира»<sup>3</sup>.

Христианская антропология, по его мнению, «есть самая распространенная и самая подземная форма лжи, какая только существует на земле»<sup>4</sup>, потому, что она взяла сторону всего слабого, низкого, уродливого и внесла порчу в духовно сильные натуры.

Это раздражение, этот антихристианский пафос философа был отнюдь не случаен, так как неразрывная связь вины и свободы бы-

---

<sup>1</sup> Мамардашвили М. Кантианские вариации. М.: Аграф, 2002.

<sup>2</sup> Ницше Ф. Антихрист. Проклятие христианству // Ницше Ф. Соч. В 2 т. М., 1990. Т. 2. С. 632.

<sup>3</sup> Цит. по: Свасьян К.А. Фридрих Ницше: мученик познания // Ницше Ф. Соч. В 2 т. М., 1990. Т. 1. С. 8.

<sup>4</sup> Ницше Ф. Антихрист. Проклятие христианству // Ницше Ф. Соч. В 2 т. М., 1990. Т. 2. С. 632.

ла наиболее укоренена именно в христианской цивилизации, против которой и восстал нищееанский Сверхчеловек. Согласно Книги Бытия вина была дана человеку вместе с реализацией свободы воли и явилась следствием осознания первородного греха. Человек совершил свободное волеизъявление, в результате которого природа его изменилась таким образом, что он уже не мог существовать в Эдеме. Изгнание из рая не было наказанием Творца своей твари, а следствием собственного неправильного действия. Поэтому «виновен» и, следовательно, «наказуем внешней инстанцией» вовсе не является жестким императивом.

В связи с этим Сомерсет Моэм предлагал такую жизненную стратегию: «Делать, что хочешь, оглядываясь на полицейского». Под последним он понимал вовсе не человека с дубинкой и в форме, а внутреннего цензора, даймона (Сократ), нравственный закон (Кант) и т.д., который способен предостеречь от совершения действий, несовместимых с пребыванием в личностной реальности.

Впрочем, факт признания существования внутреннего полицейского может оказаться далеко не безопасным. Даймон Сократа, который, по Ксенофону, являлся неким внутренним голосом, предсказывающим будущее и отвращающим от опасных действий, а по Платону, только отвращающим от каких-либо поступков<sup>1</sup>, и стал главной причиной обвинения философа. Его обвинители утверждали, что Сократ развращает молодежь, создавая новых богов, и этим выражает неуважение к богам, признаваемым народом. Сократа осудили на смерть, как бы за высокомерие, которое он сам же и подтвердил в своих защитных речах.

Однако вопрос был гораздо глубже. Даймон Сократа — это личное божество, его совесть и нравственный закон, не подотчетный мнению демоса. Иными словами Сократ стал первым человеком, кто открыто заявил о своей Личности, что для античного языческого мира было абсолютной ересью и вызовом.

## Свобода и личность

Языческий мир не знал личности<sup>2</sup>, личность в истории появилась только после проповеди Христа — Сына Человеческого, пока-

---

<sup>1</sup> «Началось у меня это с детства, — заявляет Сократ в «Апологии» Платона, — возникает какой-то голос, который всякий раз отклоняет меня от того, что я бываю, намерен делать, а склонять к чему-нибудь никогда не склоняет. Вот этот-то голос и возбраняет мне заниматься государственными делами».

<sup>2</sup> В античном лексиконе отсутствовало обозначения личности. Латинское *persona* и греческое *ποσσωρτ* означали не лицо, открывающее личностное бытие, а лицо-маску существа безличного, — маску или роль актера.

завшего миру возможность и необходимость личностного со-стояния (дефис здесь не случаен) человечности. Но это личностное состояние могло быть только триединым<sup>1</sup>, что воплотилось в основе христианской догматики — троичном богословии.

Формулируя Символ Веры на Вселенских Соборах, отцы церкви встали перед сложной задачей найти адекватную терминологию для чрезвычайно новой философской идеи, фактически опрокидывавшей все языческое мировоззрение — идеи неслиянного и нераздельного Субъекта Бытия, единосущего в трех лицах Бога. Они использовали два бытовавших в то время слова: *усия* и *ипостась*. Св. Иоанн Дамаскин говорит: «У слова «ипостась» — два значения. Иногда оно просто значит существование (*υπαρξις*), и в этом случае *усия* и *ипостась* суть понятия однозначные. Поэтому некоторые отцы и говорили: «природы» (*φυσεις*) или «ипостаси». Иногда же слово это обозначает то, что существует само по себе, по собственной своей субстанции (*την κατ αυτο και ιδιασυστην υπαρξιν*). В этом смысле это слово значит индивидуум (*το ατομον*), который численно отличен от всякого иного, например, Петр, Павел, некоторая лошадь»<sup>2</sup>.

Так зачем же нужно было использовать два термина, которые в значительной степени были синонимичны? В связи с этим В.Н. Лосский отмечает, что «если «усия» было, по-видимому, понятие философское, постепенно вульгаризировавшееся, то «ипостась» было словом обиходным, начинающим приобретать философское значение. <...> Оба они относились к бытию, причем первый обозначал скорее сущность, второй — особенность, хотя все же нельзя чрезмерно оттенять различие между ними <...>. Эта относительная эквивалентность благоприятствовала выработке христианской терминологии: ведь не существовало никакого более раннего контекста, который мог бы нарушить равновесие между двумя терминами, посредством которых святые отцы желали подчеркнуть равные достоинства... Оба термина относились к сфере бытия; сообщив каждому из них отдельное значение, отцы могли впредь беспрепятственно укоренить личность в бытии и персонализировать онтологию»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Своего рода предвестником христианского понимания Троицы можно считать учение Плотина, в котором троица состояла из трех единосущных ипостасей: Единое, Ум и Душа мира.

<sup>2</sup> Преп. Иоанн Дамаскин. *Dialectica*, 42, PG 94, 612.

<sup>3</sup> Лосский В.Н. По образу и подобию. М.: Издание Свято-Владимирского Братства, 1995.

Таким образом, отцы церкви решали задачу очищения понятия личность, от ее актерских (личина, роль) коннотаций, делая акцент не на атомизированном индивидуализме, а на глубинной сущности, онтологичности индивидуальности. Можно сказать, что Вселенские Соборы завершили антропологическую и культурную революцию, начатую проповедью Христа, задав параметры нового человека, обладающего свободой и ответственностью.

Сегодня тема личностности в связи со свободой вновь становится все более актуальной не только потому, что продолжают неоязыческие попытки ревизировать цивилизационную христианскую антропологию, к которым вполне можно отнести и антихристианскую риторику Ницше, но и потому, что совершенствующиеся коммуникативные технологии, в том числе и журналистика, по своей природе работают с персонажем, образом, имиджем, социальной ролью и т.п. Например, имидж политика или любого другого публичного человека и его личность далеко не конгруэнтны, однако именно имидж или бренд предлагаются аудиториям под видом личности, что способствует утрате культурной нормы различения маски от того, что под ней скрывается, игры от реальности, события от новости и т.п.<sup>1</sup>

Личность в опасности, а вместе с ней свобода, воля, достоинство, долг, честь и нравственный закон в целом. Новые обстоятельства, новая роль СМИ существенно повышает ответственность всех специалистов, работающих в информационно-коммуникативной сфере, осознание которой и есть путь к свободе слова.

Говоря о свободе, нельзя обойти вниманием философскую систему Канта, и, прежде всего, его категорический императив (*лат. imperativus* — повелительный), являющийся базовым понятием этики Канта. Нравственность, по Канту, может и должна быть абсолютной, всеобщей, общезначимой, т.е. иметь форму закона. При-

---

<sup>1</sup> «Возьмем свободное радио: оно разговаривает, оно поет, оно выражает себя. Весьма примечательно, что оно отличается симпатической обесценностью своего содержания. В понятиях, едва различимых для всякого медиума, это ведет к следующему: пространство, особенно в полосе FM-частот, оказывается перенасыщенным, станции перекрывают друг друга и смешиваются (до точки, когда уже невозможна сама коммуникация). Того, что было свободным благодаря пространству, уже не существует. Речь, может быть, еще свободна, но я уже менее свободен, чем прежде: мне более не удастся узнавать то, что я хочу, поскольку пространство так насыщено, а давление со стороны всех, кто хочет быть услышанным, столь велико». *Бодрийяр Ж.* Экстаз коммуникации. (*Baudrillard J. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / Ed. H. Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983. P. 126—133. (Tr. John Johnston) P. 132—133 (перевод Д.В. Михель).*

чем этот закон имманентен самой личности, поступающей согласно ему независимо от ожидаемого результата.

По Канту, если человеку изначально дана возможность стать разумным и свободным, то и «все возникшее из его поступков он с полным правом должен признать как совершенное им самим и в силу этого считать исключительно себя самого виновным во всех бедах, которые возникли из-за злоупотребления собственным разумом»<sup>1</sup>.

Таким образом, свобода есть следование категорическому императиву, а вина есть осознание долга. Важно отметить, что в немецком языке слово *die Schuld* имеет два значения: 1) долг, обязательство; 2) вина. Сказать «Я должен» — то же самое, что сказать «Я свободен» и «Я виновен».

Человек, «никогда не свободен от вины», а «человек, который всегда прав, погиб для морали». Коли человек не Бог, он не может раз и навсегда осознать и раз и навсегда исполнить свой долг. Рабство, наихудшее из зол в человеческой природе, есть несовершеннолетие человека, которое, как утверждает И. Кант, «заключается не в недостатке разума, а в недостатке решимости и мужества пользоваться им без руководства со стороны кого-либо другого»<sup>2</sup>.

«Семя и ядро» нравственной философии И. Канта, по мнению М. Мамардашвили, заключается «в том, что вина настолько полна, что можно быть свободным, то есть ответственным и вменяемым, что только потому, что мы такие жалкие, мы можем быть высокими, то есть нравственными, и что если мы не стремимся быть богами, тогда в нас родится нравственный свет, и мы окажемся в сфере нравственности»<sup>3</sup>.

Известного отечественного философа Мераба Мамардашвили в какой-то степени можно отнести к прямым последователям И. Канта, правда, так, наверно, можно сказать о каждом современном философе.

В его системе исследуется идея «возможного» человека. Откуда получается, что предмет философских исследований, «не какой-то «определенный» человек, не какой-то «наличный» человек, а «возможный» человек, который может мелькнуть, установиться в пространстве некоторого усилия, совершаемого им и состоящего в способности поставить себя на «предел», за которым ему в лицо смотрит облик смерти»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Кант И. Предполагаемое начало человеческой истории // Кант И. Соч. В 4 т. М., 1993. Т. 1. С. 191.

<sup>2</sup> Кант И. Ответ на вопрос: что такое просвещение? // Кант И. Соч. В 4 т. М., 1993. Т. 1. С. 127.

<sup>3</sup> Мамардашвили М. Кантианские вариации. М., 1997. С. 25.

<sup>4</sup> Мамардашвили М. Проблема человека в философии // М.К. Мамардашвили. Необходимость себя. М., 1996. С. 353.

В этом ракурсе вина и свобода — это и состояние, и событие, случающееся в мире. Вина есть пребывание в другом измерении реальности. М. Мамардашвили утверждает: «Феномен свободы и достоверности ее в мире означает: вот здесь место, чтобы я поступил определенным образом, повинуясь сверхъестественному внутреннему воздействию»<sup>1</sup>.

Путь к свободе — это путь познания, самопознания, рефлексии, а другого не дано. Пройти его, чтобы стать Человеком, можно только в полной мере самостоятельно. М. Мамардашвили пишет: «Здесь никому ничего не положено, все должны сами проходить путь и совершать собственное движение... В противном случае будет разрушено все производство истины — ее онтологическая основа и природа — и будет господствовать ложь, другими причинами производимая, но уже внечеловеческая и тотальная, занимающая все точки социального пространства, заполняющая их знаками»<sup>2</sup>.

Знание как способность к именованию и узнаванию вещей делает человека *вменяемым*, знающим добро и зло, т.е. ответственным и свободным. И, следовательно, вина как трансцендентальное состояние есть такое событие в мире, которое может случиться и может не случиться.

Место, где могло случиться, но не случилось событие вины и свободы, становится занятым самодовольным невежеством и рабством. Для невежества и рабства всегда есть причины в предметности. Для вины и свободы в предметном мире причин нет. Они беспричинны, самодостаточны, тавтологичны и имеют основание в сверхъестественном внутреннем воздействии, «на вопрос о возникновении которого нет никакой необходимости отвечать»<sup>3</sup>.

Рабство, тождественное невежеству, выражается в самодовольстве и самодостаточности, в уверенности в своей всегда-правоте, в недопущении присутствия истинности во мнении другого, в невидении другого с его личностными особенностями («все думают, так как я, а кто думает не так, тот думает неправильно, потому что думает не так как все»), а также в переваливании на обстоятельства и других людей причин собственных несчастий, иными словами, в невменяемости. В психологии есть параметр «локус контроля», который отражает, что именно человек считает причиной своих собственных негативных или позитивных событий. Качество экстернатальности, т.е. позиция, при которой причина всего происходящего

---

<sup>1</sup> Мамардашвили М. Кантианские вариации. М., 1997. С. 62.

<sup>2</sup> Мамардашвили М. Сознание и цивилизация // М. Мамардашвили. Как я понимаю философию. М., 1990. С. 118.

<sup>3</sup> Мамардашвили М. Кантианские вариации. М., 1997. С. 53.

лежит вовне, означает личностную незрелость, ведущую в конечном счете к антропологической катастрофе.

Это становится особенно опасным, когда безличность является основой государственной идеологии, характерной для тоталитарных режимов. Приведем еще одно высказывание М. Мамардашвили: «И мы все еще живем как дальние наследники этой «лучевой» болезни, для меня более страшной, чем любая Хиросима. Наследники странные, мало пока что понявшие и мало чему научившиеся на своих собственных бедах... И вот бродим по разным странам безязыкие, с перепутанной памятью, с переписанной историей, не зная порой, что действительно происходило и происходит вокруг нас и в самих нас. Не чувствуя права на знание свободы и ответственности за то, как ею пользоваться».

Правда, справедливости ради, следует сказать, что формы этой лучевой болезни меняются, так как меняется характер излучения. Мы уже отмечали, что свободный человек — это человек личностный, преодолевший театральную личность ролевого детерминизма. С момента открытия личности в человеке прошло уже 20 веков, в течение которых театр служил зеркалом и образом живой жизни, и сколько бы не утверждали поэты, что вся жизнь игра и люди в ней актеры, личинность и личностность четко разделялась рампой.

### 7.3. Экранная реальность

Иное положение начало складываться в самое последнее время. Приведем развернутую цитату современного французского философа и культуролога Ж. Бодрийяра.

Сегодня сцены и зеркала больше нет; вместо них появились экран и сеть. Вместо отраженной трансцендентности зеркала и сцены существует некая неотражающая, имманентная поверхность, на которой разворачиваются операции — гладкая операциональная поверхность коммуникации. Что-то изменилось, и фаустовский, прометеевский (возможно, эдиповский) период производства и потребления уступил место «протеевской» эре соединений, контактов, касаний, обратной связи и всеобщего интерфейса, которая приходит вместе с целой вселенной коммуникации. Посредством телевизионного образа — а телевидение оказывается предельным совершенным объектом в эту новую эру — наше собственное тело и вся окружающая его вселенная становится неким контролирующим экраном. Если подумать, то люди больше не проецируют себя на свои объекты, не проецируют свои аффекты и представления, свои фантазии о том, чтобы обладать ими, свои утраты, печали, зависть: в этом смысле психологическое

измерение исчезло, и даже если оно всегда может быть во всех мелочах размечено, чувствуется, что оно нереально, что вещи улетучились. Ролан Барт некоторое время назад уже указывал на это по отношению к автомобилю: мало помалу логика «вождения» вытеснила логику обладания и проецирования»<sup>1</sup>.

Это значит, что культура поведения потребителя сменяется новой культурой поведения пользователя, юзера. Использовать возможности сети — это далеко не то, что потреблять. Предмет пользования — это предмет потребления, перемещенный в операциональный мир из мира проективного. Логика пользования — эксплуатация вещи, практически игнорирующая ее ценность, так как ценность также становится объектом пользования. Она неотделима от других ее прагматических функций. Логика потребления — ценностное отношение к вещи, как к средству удовлетворения каких-то потребностей, хоть как-то вписанных в личностные и общественные иерархии предпочтений.

СМИ в логике потребления — демиург повседневности, в логике пользования — фермент событийности.

Свобода в логике пользования — качества интерфейса с реальностью, юзабилити, табло навигации, на котором в виде отдельных кнопок присутствуют медиа. Свобода становится тождественной юзабилити, которую по-русски можно перевести неуклюжим словом «пользовательскость».

При этом общество пользователей (юзер-социум) заселяется пантеоном новых демиургов: серферов, скользящих по гиперреальности, питаюсь ее нелинейной геометрией, геймеров, разыгрывающих спектакли на линии, разделяющей сцену и зрительный зал; архиваторов, утаскивающих в свою индивидуальную реальность все, что попадает под руку; блоггеров, распространяющих себя через свои воспоминания и фантазии во внешние миры; хакеров, напротив, стремящихся проникнуть в чужие окукленные миры; программеров, полагающих, что именно они управляют и конструируют все происходящее и т.д. и т.п.

Однако все эти существа, при всем их цветном разнообразии, устроены одинаково частно-телематически.

«Частная «телематика»: всякий мнит себя распорядителем гипотетической машины, удалившись на позицию совершенной и уединенной суверенности, на бесконечное расстояние от своего мира первоначал. Иными словами, уподобившись астронавту в его капсуле, пребывающему в состоянии невесомости, которая обеспечива-

---

<sup>1</sup> Baudrillard, J. Ecstasy of Communication. Port Torvnsend: Bay Press, 1993. P. 126—133. (Здесь и далее цитаты даны в переводе Д.В. Михель.)

ет вечный орбитальный полет и скорость, достаточную, чтобы убедить его от падения на планету, где он родился.

<...>

Это всего лишь пример, но он означает в целом выход на орбиту — в качестве орбитальной и средовой модели — нашей приватной сферы как таковой. Она не является более сценой, где разворачивается драматический интерьер субъекта, занятого объектом как своим образом. Здесь, на орбите, мы оказываемся распорядителями микроспутника, живя уже не так, как актеры или драматурги, но как терминалы умножающихся сетей. <...> ... Мы живем в экстазе коммуникации»<sup>1</sup>.

На первый взгляд, этот экстаз коммуникаций делает волеизъявления ничем не ограниченными, человека как бы свободным абсолютно и одновременно абсолютно невиновным, потому что пространство, в которое он погружается, не обладает никакой предметностью и причинностью. События, в которые он свободно включается, выбирая ту или иную кнопку на пульте дистанционного управления телевизором, не обладают никакой событийностью, оставляя ему единственную возможность разыгрывать из самого себя зеркало реальности.

Однако абсолютная невиновность есть одновременно и абсолютное рабство, следовательно, перед мыслителями вновь и с особой остротой встает проблема философии свободы, ответственности, личности в этом новом коммуникационном раю. Поскольку, по словам М. Хайдеггера, человек обладает свободой не как свойством, а как раз наоборот: свобода, экзистентное, раскрывающееся, владеет человеком и притом изначально, так что исключительно она сообщает человеку соотнесенность с сущим в его целом, коммуникационные технологии становятся препятствием между эссенцией (сущностью) и экзистенцией (существованием).

## 7.4. Свобода СМИ

Альбер Камю писал: «Свободная печать бывает хорошей или плохой, это верно. Но еще более верно то, что несвободная печать бывает только плохой». Эту простую истину очень хорошо понимают те, кто читает газеты и при социализме, и после перестройки. Однако, как бы не ругали советскую прессу, несвободную газету «Правда» выписывали и читали, пусть и по принуждению, но

---

<sup>1</sup> Baudrillard, J. Там же.

большая часть активного населения, а псевдосвободную «Литературную газету» — та часть, которая считала себя лучшей. Тогда как сегодня свободную «Комсомольскую правду» читает и не большая, и не лучшая его часть.

Дело здесь не только в конкуренции с другими средствами коммуникации, телевидением и Интернетом. Изменилось само отношение к прессе, которая воспринималась не как мнение какой-то заинтересованной группы лиц, а как определенная и выверенная позиция, почти директива, без знания которой любая социальная активность могла оказаться не только не эффективной, но и подчас опасной. Другой стала социальная значимость печатного слова, и это не могло не повлиять на его качество.

Вообще говоря, здесь определенный парадокс, с одной стороны, свободная пресса должна быть более ответственной, но и она сама себя, и публика ее воспринимают, напротив, как менее ответственную, т.е. на проверку она оказывается менее свободной, чем несвободная.

Подчеркнем, что речь здесь идет не о независимости прессы, это миф. Любое издание зависимо от собственников, от читателя, от рынка. Речь идет именно о свободе прессы как формы деятельности.

## Свобода сообщения

В своем Послании по случаю Всемирного дня свободы печати (2001 г.) Генеральный секретарь ООН заявил: «Всемирный день свободы печати — это день для того, чтобы каждый гражданин в мире задумался о ценности свободы печати и ее важности для всех свобод, которыми мы дорожим. Благодаря свободе печати мы можем узнать о нарушении любой другой свободы, дать ему отпор и даже покончить с ним. Там, где свобода печати подвергается угрозе, заглушается или вообще запрещается, ограничивается и любая другая свобода, и нависает угроза над самой демократией. Именно поэтому борьба за свободу печати является приоритетной для Организации Объединенных Наций и центральным элементом нашей более масштабной миссии по содействию улучшению условий жизни при большей свободе».

С этим трудно не согласиться. Действительно, свобода печати — лакмусовая бумажка состояния свобод в обществе, и ни в какой другой деятельности не проявляется так зримо утверждение Гегеля, что «сущность человека есть свобода»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Гегель Г. В. Ф. / Соч. Т. VIII. С. 94.

Следовательно, общество с несвободной печатью не соответствует человеческой сущности. Другой вопрос: что такое свободная печать? Он равносильен еще одному не менее важному вопросу: в какой степени и в чем пресса должна осознавать свою вину?

В учебном пособии профессора факультета журналистики МГУ Е.П. Прохорова, посвященной как раз этой теме, автор обеспокоенно отмечает: «В современной России, где свобода получения и распространения информации получила законодательное закрепление в Конституции и Законе о СМИ, радостное одушевление тем не менее неотрывно от тревожных опасений. Характер информационной деятельности в стране породил серьезную, притом имеющую основания, критику бесшабашности (и даже «антигосударственности») иных СМИ, и серьезную тревогу — также оправданную — за судьбы свободы, угрозы которой видятся в стремлении и действиях политических и экономических сил «приватизировать» свободу информации в свою пользу. Стоит напомнить, что уже после принятия Закона о средствах массовой информации борьба властных элит привела сначала к запрету «правых», а затем «левых» изданий. И последующим отменам незаконных решений. Беспрецедентна экономическая и политическая схватка последних лет вокруг НТВ и в целом холдинга «Медиа-мост», других общедоверальных и региональных СМИ, которая справедливо рассматривается общественностью как борьба «за» и «против» свободы журналистики»<sup>1</sup>.

## Консолидация

Сегодня необходимость выработки максимально консолидированной концепции свободы печати остается весьма актуальной. Пожалуй, единственным достижением в постперестроечный период можно считать укоренение в общественном сознании свободы мнений и политических позиций. Вместе с тем, то, что свобода печати утвердилась как свобода выражения мнений, как политическая свобода, как возможность свободно говорить и выражать свои мысли, нельзя считать достаточным.

Как отметил К. Ветров, председатель Комитета Госдумы по информационной политике и связи в 2000 г., существует необходимость установления баланса свободы для владельцев, журналистов и аудитории на получение полной и объективной информации во благо людям и обществу. С этой точки зрения выделяются три субъекта диалога свободы: журналист, читатель, собственник.

---

<sup>1</sup> Прохорова Е.П. Свобода СМИ и журналистской деятельности на демократических принципах. М.: Пульс, 2000. С. 7.

Каждый из них имеет свои представления о формах реализации свободы слова и содержании самого слова. Рыночный детерминизм полагает, что рынок сам по себе выстроит правильные отношения между этими субъектами, выравнивая все возникающие между ними противоречия. Так что, все они в равной степени будут способны пользоваться главным принципом: собственник, вкушая плоды свободного предпринимательства, получая прибыль и наращивая капитал, причем не только финансовый, но и символический; журналист, реализуясь в своей профессиональной деятельности и обеспечивая свое существование; читатель, получая информацию, необходимую для ориентации в мире. Однако на практике подобная идиллия не наблюдается.

## Информация полная и достоверная. Доверие

Конечно, свободной деятельность СМИ может называться только тогда, когда она направлена на реализацию конституционного права граждан на получение полной и достоверной информации, однако за скобками конституционной нормы остается определение того, что такое «полная» и «достоверная» информация и в какой степени она полная и достоверная.

Очевидно, что однозначного ответа на этот вопрос получить невозможно. Например, если в научном дискурсе достоверность определена более менее четко, например, через верифицируемость фактов, и тем не менее является предметом широкой дискуссии специалистов по логике науки, то для текстов СМИ в роли таких критериев выступают достаточно субъективные факторы: авторитетное мнение, официальная точка зрения, экспертная оценка. Все они в конечном счете базируются на доверии к журналисту или к изданию.

Читатель руководствуется прежде всего репутацией журналиста и издания, чтобы определить свое отношение к информации, полученной им из средств массовой информации. Так что указанную норму можно было бы интерпретировать следующим образом: «существует конституционное право получать информацию из тех СМИ, которые заслужили доверие читателя».

Это, в свою очередь, дает уже совсем иную трактовку социальной роли СМИ, и еще более рельефно обозначает ее особую ответственность. СМИ приручают свои аудитории и, перефразируя Антуана де Сент-Экзюпери, ответственны за тех, кого приручили.

В Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод (Рим, 4 ноября 1950 г.) утверждается:

*«Статья 10*

1. Каждый человек имеет право на свободу выражения своего мнения. Это право включает свободу придерживаться своего мнения, получать и распространять информацию и идеи без вмешательства со стороны государственных органов и независимо от государственных границ. Эта статья не препятствует государствам вводить лицензирование радиовещательных, телевизионных или кинематографических предприятий.
2. Осуществление этих свобод, налагающее обязанности и ответственность, может быть сопряжено с формальностями, условиями, ограничениями или штрафными санкциями, предусмотренными законом и необходимыми в демократическом обществе в интересах государственной безопасности, территориальной целостности или общественного спокойствия, в целях предотвращения беспорядков и преступности, защиты здоровья и нравственности, защиты репутации или прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, или обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия».

Отметим двойственность этой формулировки свободы слова и присутствие возможности наложения ограничений на нее со стороны государства. Иными словами, свобода слова в самой ее либеральной форме оказывается только декларацией свободы слова, зависимой от конкретных форм ее использования. Хотя сам факт существования такой декларации, конечно же, является позитивным.

## 7.5. Тема повестки дня «Свобода слова»

Тем не менее, как отмечает Е.П. Прохоров в уже упоминавшейся работе, «проблема свободы СМИ — едва ли не самая большая для журналистов». Автор анализирует публикации по этой отнюдь не случайной теме в профессиональном издании «Журналист»<sup>1</sup>. Пишущие на эту тему авторы формулируют свои подходы и требования, причем, в подавляющем большинстве случаев вступают в противоречие между собой.

Например, у «гостей» журнала не обходится без деклараций на этот счет. Минтимер Шаймиев: «Свобода слова — одно из составляющих свободы личности, свободы человека вообще»<sup>2</sup>. Это утверждение, по мнению Е.П. Прохорова, кроме согласия с тем, что надо прислушиваться к СМИ, заручаться их поддержкой в вопросе

---

<sup>1</sup> Здесь и далее фрагменты публикаций дискуссии в «Журналисте» цитируются по указанной работе Е.П. Прохорова.

<sup>2</sup> Журналист. 2000. № 6.

объяснения властью своих позиций, не проясняет ничего в этом сложном вопросе. Не проясняет это утверждение также и реально-го, а не декларируемого отношения власти к свободе слова.

А. Симонов, представляя книгу «Общественная экспертиза. Анатомия свободы слова», настаивает, что есть «три составляющие информационной свободы». Это «свобода доступа к информации, свобода производства этой информации и, наконец, свобода распространения информации». Но этих характеристик свободы только «от журналистов» недостаточно.

В. Чельшев смотрит с иной позиции: «У нас нет и не может быть хозяев, кроме собственной совести. Из всех маленьких частных прав мы выбираем истину, ибо только она нужна обществу. Из всех маленьких благ, которым нам предлагают послужить, мы можем служить лишь общественному благу, кто бы ни платил нам деньги»<sup>1</sup>.

В предпринятом И. Карпенко обзоре отражения в СМИ трагедий, происшедших в 2000 г., отмечается, что на свободу, которую проявили в их освещении многие средства массовой информации, смотрят с подозрением<sup>2</sup>. Возникает вопрос — не является ли свобода, понимаемая как оппонирование власти «во что бы то ни стало», и превращение СМИ, по выражению О. Добродеева, в «информационную заточку», служащую не народу, а ТНК и потому оказывающуюся лишь видимостью служения информированности общества, на самом деле «несвободой»?

Достаточно расхожим мнением и тем не менее противоречивым является представление о том, что свобода органически связана с идеей независимости. Как мы убедились в разговоре о философии свободы, это далеко не так. Но не только в обыденном, но и в профессиональном дискурсе журналисты часто считают, что свободен часто означает независим, а независим — свободен. Например, С. Кучер: «... Свобода основывается прежде всего на независимости. А основа независимости — деньги. Поэтому действительно независимой может быть та структура, которая может себя обеспечить»<sup>3</sup>.

На самом деле все тот же рыночный детерминизм, признавая деньги основой независимости, немедленно включает зависимость от денег. Возможно ли, чтобы творческая почти мессианская деятельность обрекалась на служение мамоне? Возможно, но ценой своей творческой и мессианства, а следовательно, коли действительно в рыночных условиях нельзя быть независимым от рынка, независимость не может быть синонимом свободы.

---

<sup>1</sup> Журналист. 2000. № 9.

<sup>2</sup> Указ. издание. № 10.

<sup>3</sup> Указ. издание. № 10.

## Независимость и отношения

Независимость — это фантом, обманка. Конечно, следует огорчиться, что под обозначениями «независимое издание», «независимый журналист» подразумевается определенная позиция и конкретный субъект (суверен), от которого такой позицией отстраиваются. Это чаще всего государство, политическая партия (независимость тождественна неангажированности), реже олигархические структуры. Но подчеркнем, декларируемая независимость — это отсутствие зависимости от конкретной инстанции, и то в достаточно ограниченной форме, вроде вольноотпущенничества.

Многие СМИ демонстрируют свою экономическую независимость от олигархов. Но дальше, когда речь заходит о позиции, начинаются расхождения. П. Гусеву, утверждающему экономическую независимость «МК», тем не менее принадлежит следующее высказывание: «...Когда мне говорят «я независимый журналист», я не верю». В недавнем прошлом главный редактор «АиФ» В. Старков высказывал противоположную точку зрения. Он был уверен, что «действительно независимая газета «АиФ» зависит только от читателей».

Значит, все же от чего-то зависит? В. Лошак, журналистская судьба которого связана с рядом изданий, таких как «Известия», «Московские новости», «Огонек», продолжает: «Понятно, что дистриллированной независимости нет. Конечно, любое издание зависит от множества факторов, а журналисты — прежде всего от политических взглядов главного редактора. Однако умный главный редактор понимает, что его издание никогда в жизни не будет покупаться, если читатель увидит, что оно однобокое»...

Действительно, был бы журналист независим от издателя, тот бы его не издавал, был бы независим от читателя, тот бы его не читал. А независимость от самого себя, означала бы творческую несостоятельность. То же самое можно сказать и про издание, и про систему СМИ в целом. Так что вопрос тут не о зависимости или независимости, а о том, в какой степени существующие отношения между журналистом (изданием), читателем (аудиторией), собственником (в том числе и государством) определяют конечный продукт журналистской деятельности: общественное мнение и его инструменты СМИ.

Иными словами, что же такое свобода СМИ в отношениях:

- 1) журналист — читатель;
- 2) журналист — собственник;
- 3) собственник — читатель.

## Журналист — читатель

Отношение «журналист — читатель» как будто бы укладывается в известную схему «герой и толпа». Герой всегда совершает подвиги, увлекая собой толпу, которая за это им восхищается и ненавидит. В. Старков писал: «..идя на поводу у читателя, тyani все-таки его за собой. Хоть на шагок, но будь впереди».

Действительно, если журналистика — это призвание, т.е. деятельность, имеющая какую-то высшую, а не сиюминутную цель, то нужно быть впереди читателя, и не на шагок, а на десять шагов, чтобы видеть больше и сказать больше. Если же журналистика — это производство чтива, то с точностью до наоборот, нужно плестись позади читателя, ориентируясь на его мысли, желания и действия.

На практике есть и такая, и такая журналистика. Первую можно назвать мессианской, вторую обслуживающей. И та и другая может быть как плохой, так и хорошей, как честной, так и лживой. Причем последняя оказывается, к сожалению, более рыночной и более выживаемой.

Решать, в какой журналистике работать, вам. Но хотелось бы отметить, что журналист ответствен не только за достоверность информации, но и за вкус читателя. Чем более низкопробную продукцию выдает бульварная журналистика, тем менее востребованной становится журналистика качественная, тем более сужается область профессиональной и личностной реализации каждого журналиста. Некачественная журналистика — это преступление не только перед обществом, но и перед братьями. Журналист не может быть наделен правом на халтуру. Тут он совсем не свободен.

Именно в связи с этим и следует конкретизировать «свободы» журналиста. Свободен ли он игнорировать юридические и этические «ограничения»? Свободен ли он при создании произведения, требуемое содержание которого превышает уровень компетентности журналиста и степень его способностей? Какова степень его свободы в трактовках и объяснениях событий, в оценках и выводах? Какова степень его свободы, когда он берется к чему-то призывать и что-то рекомендовать?<sup>1</sup>

Ясно, что и здесь нет готовых ответов. Возможно, если бы в обсужденной выше формуле о праве на полную и достоверную информацию говорилось о праве на информацию добросовестную, все бы встало на свои места. И здесь мы бы в большей степени обсуж-

---

<sup>1</sup> См.: Прохоров Е. П. Свобода СМИ и журналистской деятельности на демократических принципах: Учеб. пособие. М.: Пульс, 2000. С. 12.

дали понятие «долг слова». Действительно, кто может быть более строгим цензором журналиста, как не его собственная совесть, которая в этом контексте есть долг свидетельствования перед другими людьми. По Бердяеву, «человек имеет не право, а обязанность быть глашатаем высшей полноты истины, т.е. говорить он прежде всего должен что-то, а не только о чем-то»<sup>1</sup>.

На наш взгляд, максима свободы слова как раз и заключается в императиве совести, нравственного закона, дaimона.

Взаимоотношения между журналистом и читателем, как, впрочем, и любые другие отношения между субъектами могут быть проинтерпретированы с помощью простой, но эффективной модели Э. Берна<sup>2</sup>, при которой всякое взаимодействие может носить характер либо «родитель — ребенок», либо «взрослый — взрослый».

Остальные типы отношений неконструктивны, например «родитель — взрослый», и поэтому неустойчивы. Отношения типа родитель — ребенок возникают и при мессианской, и при обслуживающей журналистике. Сложнее обстоит дело при возникновении отношений «взрослый — взрослый», когда никто никого не учит, никуда не ведет и не зовет, не потакает и не обслуживает. И журналист, и читатель совместно трудятся в диалоговом общении над совершенствованием реальности.

Здесь актуализируется коммуникативная функция журналистики, предполагающая кроме прочего признание читателя соавтором журналистского текста. То, что это действительно возможно, убедительно показало телевидение, но в еще большей степени Интернет, являющийся принципиально интерактивной средой гипертекстуального полилога.

Итак, журналистика по отношению к аудитории может находиться в позиции ведущего, ведомого и попутчика. Ее свобода определяется тем, насколько она способна выполнять возложенные на нее функции. С этим же непосредственно связано исполнение журналистикой властной роли. В первом случае стратегия и целеполагание, во втором — служение, а не обслуживание, т.е. профессионализм в подаче необходимой аудиториям информации, в третьем — органическая связь с ценностями, устремлениями и тяготами народа. Таков путь журналистики, если она оказывается способной последовательно идти им, то пребывает свободной. Если нет, темой повестки дня она делает проблему свободы слова.

---

<sup>1</sup> Бердяев Н.А. *Философия свободы*. М., 1997. С. 15.

<sup>2</sup> Бери Э. (1902—1970) — американский психолог и психиатр. В разработанном им транзактном анализе выделяется три типа эго-состояния (актуального способа существования Я субъекта): родитель, ребенок и взрослый.

## Журналист — собственник. Юридическая, экономическая, творческая свобода

Отношение «журналист — собственник» раскрывается в зависимости от того, кого мы подразумеваем под собственником и собственником чего он является.

Собственник в прямом экономическом смысле — это непосредственно владелец того или иного средства массовой информации, использующий его в своих целях, среди которых присутствуют элементарные экономические интересы (прибыль, капитализация, контролирование сектора рынка). Если собственником является политическая сила, то главными становятся накопление символического капитала, контроль рынка идей, пропагандистская деятельность и т.п.

С одной стороны, и в том и в другом случае существуют рамки политики издания, видения и миссии в менеджерском смысле этого слова, определяемые собственником и принуждаемые к исполнению сотрудниками-журналистами. Свобода журналиста здесь — это выбор между принятием политики и идеологии издания как своей либо поиском другого места работы, более соответствующего личностным установкам. Любое другое решение есть акт сближения двух древнейших профессий.

С другой стороны, специфика журналистского предприятия в том, что лицо (имидж, бренд) издания все-таки — это не лицо хозяина, а лицо журналистов, талант которых во многом определяет, насколько может быть реализована политика издания, ее миссия, и насколько адекватно видение. Таким образом, журналисты непосредственно влияют на определение базовых стратегических параметров экономического развития. Причем, чем более известен и популярен журналист, т.е., чем большим репутационным капиталом он обладает, тем больший вклад он вносит в капитализацию своего предприятия, и тем более свободен. Происходит реализация его экономической свободы.

Под собственником мы можем также подразумевать государство и общество в целом, которое формирует социальный заказ СМИ и включает некоторые правила, регулирующие их деятельность. Здесь возникает юридический аспект проблемы свободы слова. Общество в целом является собственником производимой информации, а журналистика — ее пользователем. Поэтому общество обладает правом регулировать потоки информации, закрывать или открывать их.

Свобода журналиста здесь ограничивается нормами права, которые не всегда бывают совершенны. Да они и не могут быть абсолютно совершенны. Если подходить к этому вопросу прагматически, то следует сказать, что журналист, чтобы оставаться свободным

(иногда в прямом смысле этого слова), должен знать нормы права и действовать в соответствии со своей совестью, но учитывая при этом правовые ограничения. Вспомним и здесь Сомерсета Моэма, который писал: «Делай что хочешь, оглядываясь на полицейского».

Подобное обобщенное понятие «собственник» позволяет увидеть и еще один аспект свободы — свободу творчества, определяющую способ делания. Читателю — потребителю информационной продукции в целом не очень важно, насколько творческий характер она носит. Более того, его больше интересуют конечные свойства, а не то, как они были достигнуты. Напротив, креативность делателя непосредственно затрагивает интересы собственника. С одной стороны, креативность — это всегда риск, с другой — это открытие новых возможностей — новых рынков. Креативность — профессионально значимое качество журналиста. Оно лежит в основе его деятельности, однако принципиально содержит в себе возможные противоречия с целями предприятия.

С одной стороны, в сфере журналистской деятельности особенно важна творческая составляющая свободы, с другой — мера творческой продукта привносит неопределенность, так как продукт творчества всегда что-то новое, и заранее неизвестно, будет ли это новое принято на информационном рынке. История знает немало примеров, когда творческие идеи принимались публикой через много лет после ухода из жизни их авторов. Правда, подобного в журналистике не случилось в силу ее принципиальной актуальности.

Однако можно с уверенностью предполагать, что многие талантливые журналисты так и не отыскивали путь к читателю по причине несвоевременности их творческих идей. Свобода творчества журналиста, таким образом, ограничена не только временными рамками (сейчас и здесь), но и связанностью с исходным информационным материалом. Качество информационного продукта непосредственно зависит от объема используемых имеющихся знаний и креативной мощи. При этом естественно, что чем выше уровень творческих возможностей (исключая, разумеется, необоснованный креатив) и мера их реализации, тем свободнее и процесс, и результат деятельности.

Подробнее проблемы творчества мы обсудим в другом разделе, здесь же остановимся на специфике журналистики, заключающейся в отношении к сферам общественной жизни, т.е. включенности политических и экономических интересов различных социальных групп, и противоречий между ними. В этой точке проблема свободы творчества сталкивается с социальной позицией журналиста, причем верность социальной позиции определяет эффективность деятельности, поскольку гарантирует от скороспелых выводов, неточных оценок, обнародования ошибочных мнений и решений. Но поскольку социальная реальность многозначна и многомерна, оши-

бочным следует считать не то мнение, которое противоречит общепризнанному и единственно верному, а то, которое сформировано без ясной социальной позиции, на основании неточных сведений, без творческой переработки. Иными словами, факт противоречивости мнений вовсе не означает ошибочности какого-то из них. Напротив, мнение, объявляющее себя единственно верным, и является ошибочным.

Это и есть принцип плюрализма, обеспечивающий подлинную свободу творчества, о котором еще Дж. Мильтон говорил: «Пусть все ветры разносят беспрепятственно всякие учения по земле». Но в том случае, если речь идет о поиске истины, «с терпением и кротостью» выслушивать несогласных, «относиться к ним с терпимостью, хотя бы они и не во всем были согласны с нами». Смысл действительного плюрализма — достижение истины, тем более, что «для наших глаз, омраченных и ослепленных предрассудками и традициями, ее первое появление гораздо менее заметно и вероятно, чем многие заблуждения»<sup>1</sup>.

Отказ от плюрализма, наличие единственно верного подхода приводит к поляризации мнений и в конечном итоге к разрушению не только дискурса, но и сообщества. Это наглядно проиллюстрировал более ста лет назад профессор А.Д. Градовский, выступая против преследования за «направление»: «Как только начинается такое преследование, тотчас все мнения <...> разделяются на две категории: преследуемых и непреследуемых. Непреследуемые немедленно возводятся преследуемыми на степень покровительствуемых. И тогда вот что происходит: если «покровительствуемые» высказывают свое убеждение, самое искреннее, «враги» тотчас говорят, что они подделываются, угодничают, и кредит этого мнения подорван в массе. Если они захотят опровергнуть неправильное мнение «вредных», вредные обзывают их доносчиками <...> — и сражение почти выиграно»<sup>2</sup>.

Допущение иного мнения, стремление к диалогу и умение его вести — важнейшие качества свободной журналистики.

Но существует проблема выбора этой социальной позиции, определенности своих убеждений. Социальные группы и их идеологи в соответствии со своими интересами и определенными подходами к миру явлений жизни разрабатывают множество социально-философских, экономических, политических, правовых, этических и других концепций, различающихся между собой порой до диа-

---

<sup>1</sup> Мильтон Дж. О свободе печати // История печати. Антология. М., 2001. С. 59, 61.

<sup>2</sup> Градовский А.В. О свободе русской печати. СПб., 1905. С. 55.

метральной противоположности. «Расистским и националистическим взглядам противостоит концепция равенства людей, идея приоритета государственных интересов — идея первенства прав человека и т.д. Существуют материалистические и идеалистические воззрения на историю человечества. И конкретные проблемы в сфере понимания сущностных вопросов бытия человека (свобода, равенство, справедливость, добро, совесть, честность и т.д. и т.п.) трактуются в разных учениях по-разному. А журналисты так или иначе их репрезентируют и используют в своей деятельности. Отсюда неизбежный вопрос (задаваемый себе журналистом явно или выражающийся латентно) — на какую сторону встать, какую позицию принять, разрабатывать, реализовывать в своей деятельности»<sup>1</sup>.

Характерен в связи с этим совет Ж.П. Сартра, который, размышляя над взглядами Р. Декарта, приходит к выводу о том, что чем больше склонность делать выбор той из противоположностей, в которой обнаруживается «сочетание истины и добра», «тем свободнее избирает он эту возможность»<sup>2</sup>.

Свобода слова, следовательно, многоаспектна, в частности в ней присутствуют три стороны: экономическая, юридическая и творческая.

## Читатель — собственник.

### Необходимость и три концепции свободы печати

Отношение «читатель — собственник» в контексте проблемы свободы СМИ здесь важно рассмотреть потому, что эти отношения и определяют ограничительные рамки журналистской деятельности, хотя сама журналистская деятельность в них не присутствует.

Существует достаточно мощная философская традиция рассмотрения проблемы свободы вместе с проблемой необходимости<sup>3</sup>. По Далю *«необходимый* это, нужный, надобный, без чего нельзя быть, нельзя обойтись; || *чего нельзя обойти. Мне книги эти необходимы или*

---

<sup>1</sup> Прохоров Е.П. Свобода СМИ и журналистской деятельности на демократических принципах: Учеб. пособие. М.: Пульс, 2000. С. 26.

<sup>2</sup> Сартр Ж.П. Картезианская свобода // Логос. 1996. № 8. С. 23.

<sup>3</sup> «Свобода есть отсутствие всяких препятствий к действию», постольку препятствия «не содержатся в природе и во внутренних качествах действующего субъекта» и «все добровольные действия обусловлены необходимыми причинами» (Т. Гоббс); «Поскольку душа познает вещи как необходимые, она имеет тем большую власть над аффектами, иными словами, тем менее страдает от них... Свобода есть познанная необходимость» (Б. Спиноза); свобода возможна лишь «в соединении со всеобщим законом естественной необходимости» (И. Кант); «мера возможной свободы — доступное каждой эпохе сознание необходимости» (В.Ф. Асмус).

*необходимо нужны. <...> Необходимость порядка не подлежит спору. <...> Всякая необходимость есть следствие чужой (не своей) воли».*

Иными словами, необходимость — это пространственное понятие, определяющее препятствия на жизненном пути. Пройти сквозь них невозможно, но можно двигаться, не натываясь постоянно на преграды. Для этого нужно знать их местонахождение, т.е. карту лабиринта<sup>1</sup>. Мера этого знания, по мнению данной философской традиции, и есть свобода.

Таким образом, путь к свободе, это путь обретения мудрости и знания. «И познаете истину, и истина сделает вас свободными»<sup>2</sup>.

Эта постоянно меняющаяся карта строится в жизненном мире посредством взаимодействия всех видов деятельности или (упрощенно в нашем контексте) взаимодействия потребителей информационной продукции (индивидуумов и социальных групп) и ее собственников (издательств, политических и государственных структур, бизнес-структур).

В этом ракурсе речь идет о пространстве обмена информацией и идеями, т.е. коммуникативном пространстве. Причем это пространство обладает многомерной метрикой, более того, размерность его определяется объемом знаний, чем больше знание, чем сложнее мировоззрение, тем больше вариантов движения по лабиринту. Напротив, упрощенный взгляд, например, плоский двумерный мир, разделенный на своих и чужих, неизбежно приведет в тупик, сколь бы ясными и очевидными не казались принятые для него решения.

На самом деле коммуникативное пространство является достаточно вариативным образованием, включающим природные компоненты, культурные, политические, демографические и т.п. Важнейшим фактором являются и символические компоненты, причем значение последних усиливается по мере формирования цивилизационного феномена — информационного общества. Именно это обстоятельство выводит осуществление информационно-коммуникативной деятельности на уровень основных бизнес-процессов, т.е. приравнивает работу над образом деятельности, формирующимся в сознании целевых аудиторий с самой деятельностью. Кроме того,

---

<sup>1</sup> Хорошей метафорой жизненного лабиринта является зона из фильма Андрея Тарковского «Сталкер», про которую главный герой говорит, что зона — это система ловушек, все из них смертельно опасно. «Я не знаю, что происходит в зоне, когда в ней нет человека, но, как только человек появляется, все приходит в движение. Бывшие ловушки исчезают, а безопасные места становятся непроходимыми. Я считал ее капризной, но потом понял, что причиной изменений являем мы, а не она».

<sup>2</sup> Евангелие от Иоанна; 8,32.

коммуникативное пространство конструируемо, т.е. подвержено управляющим воздействиям субъектов деятельности.

И потребитель информации, и ее собственник взаимодействуют в коммуникативном пространстве, вступая в переговоры о правилах обмена и привлекая СМИ в качестве посредника. Степень свободы СМИ определяется рамками, заданными в результате этих переговоров, и опосредованно зависит от того, кто из участников несет ответственность за конструирование коммуникативного пространства.

Если это прерогатива собственника (модель тоталитаризма), то потребитель заведомо будет помещен в ту часть мира, которая обладает наименьшими степенями свободы (в плоскую или линейную вселенную) и посажен на информационную диету. Если, напротив, за конструирование берется потребитель, то собственник очень быстро потеряет собственность и информация в системе иссякнет (анархическая модель). И в том, и в другом случае поле действия СМИ будет весьма ограничено.

Реальная ситуация всегда где-то посередине, когда и та и другая сторона участвует в конструировании. Причем степень участия прямо пропорциональна степени контроля над средствами и инструментами, с помощью которых осуществляется этот процесс, т.е. за СМИ. Причем и та и другая сторона стремится повысить их эффективность и одновременно ограничить их свободу, чтобы не терять контроль над конструированием реальности.

Здесь как раз и возникает проблема гласности, заключающаяся в праве доступа к информации. Вообще говоря, проблема гласности не имеет прямого отношения к проблеме свободы слова и к СМИ, поскольку речь идет о доступе потребителя к информации собственника. СМИ здесь посредник, которому и потребитель, и собственник поручают транспортные и упаковочные функции, оговаривая при этом особые полномочия по приему, переработке и передаче информации.

Этим трем вариантам участия в конструировании реальности соответствуют три концепции юридически фиксируемой свободы печати и журналистской деятельности: авторитарная, полной свободы и ответственной свободы<sup>1</sup>.

Авторитарная (*лат. auctoratas* — власть, влияние) — и как ее крайнее выражение — тоталитарная, исходит из того, что пользоваться свободой информационной деятельности могут лишь властные структуры, которые и являются абсолютным собственником информации. Власть представляет интересы доминирующих в об-

---

<sup>1</sup> См.: *Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т.* Четыре теории прессы. М., 1998.

ществе политических, экономических и культурных сил. Она обеспечивает снятие ограничений с принадлежащих им СМИ и наоборот закрывает возможность для работы инакомыслящих СМИ.

Авторитарные тенденции проявляются и в демократических обществах, когда в условиях молодой демократии победившим на выборах силам хочется, используя открывшиеся возможности, закрепиться на идеологическом поле, ограничив возможности политических конкурентов, т.е. партий, оказавшихся в оппозиции. В сущности это и есть так называемые грязные политические технологии, использование которых может привести к краху той идеологической платформы, с которой партия пришла во власть.

Именно в рамках авторитарной модели рождается такой инструмент, как цензура. Самые ранние примеры цензуры относятся к временам до Рождества Христова. Так, в V в. до н.э. в Афинах и в III в. до н.э. в Риме жертвами цензуры стали философ Протагор, чьи книги о богах были сожжены, и драматург Гней Невий, оказавшийся в тюрьме. Духовная цензура появилась во второй половине V в., когда папа Геласий подготовил и опубликовал первый индекс запрещенных книг. Философы и мыслители относились к цензуре по-разному: Кант ставил превыше цензуры свободу, а Гегель, и позднее Вебер считали цензуру необходимой.

В России история цензуры напоминала волнообразный процесс. Послабления сменяются ужесточениями. «Мягкий» закон 1804 г. Александра I — и «чугунный устав» Николая I, принятый в 1826 г. Оживление гласности при Александре II — новые ограничения при Александре III.

В Советской России можно выделить два периода: с 1917 по 1930-е годы — период становления и утверждения и с 1940-х по 1991 г. — период стагнации. Можно привести и более подробную периодизацию: 1917—1922 гг. — период ведомственной цензуры при Реввоенсовете, ВЧК, Наркомпросе, Госиздате и Главполитпросвете; 1922—1930 гг. — организация и становление государственной цензурной системы (Главлит, Главрепертком, Главискусство); 1930—1953 гг. — деятельность Главлита в составе Наркомпроса, за исключением короткого периода подчинения в 1953 г. Главлита МВД по инициативе Берии; 1953—1966 гг. — период временной поверхностной либерализации; 1966—1987 гг. — период «благополучия и покоя» во времена застоя; 1987—1991 гг. — агония системы на фоне попыток реформировать и либерализовать Главлит.

До начала 1990-х годов история советской цензуры исследовалась только за рубежом, например, в Лондоне в 1969 г. прошел

специальный симпозиум по советской цензуре. Серьезная разработка темы началась только в последние десятилетия после правовой (1990) отмены цензуры и ликвидации Главлита (1991)<sup>1</sup>.

Цензура была создана практически одновременно с установлением в России советской власти. За ленинским декретом «О печати» от 28 октября 1917 г., который привел к закрытию всех «вредных» буржуазных газет и журналов, последовал декрет «О революционном трибунале печати» от 28 января 1918 г., по которому за «контрреволюционные выступления» полагались различные наказания — от штрафа и закрытия газеты до лишения политических прав или свободы.

Параллельно в условиях гражданской войны развивалась военная цензура, которая контролировала всю информацию, поступающую из прифронтовых областей, включая частную переписку. Сперва цензурой занимался РВС и Наркомпочтель, а в 1921 г. все функции военной цензуры были переданы ВЧК, вскоре реорганизованной в ГПУ.

6 июля 1922 г. декретом СНК СССР учреждается Главное управление по делам литературы и издательств при Наркомпросе РСФСР (Главлит). На органы Главлита, объединившие все виды цензуры печатной продукции, возлагается предварительный просмотр всего готовившегося к печати. Начальник Главлита согласовывал свои решения с РВС и ГПУ. При этом Главлит был не единственной организацией, контролировавшей интеллектуальную и творческую продукцию. Театром и эстрадой занимался Главрепертком.

Фронт работы цензурных органов достиг к 1938 г. огромных размеров, несмотря на постоянные реструктуризации цензурных органов и репрессии среди сотрудников. Контролю подвергались 8550 газет, 1762 журнала, 39 992 книги общим тиражом 692 700 тыс. экземпляров, 74 вещательные радиостанции, 1200 радиоузлов, 1176 типографий, 70 000 библиотек и 1050 тонн печатной продукции, поступившей из-за границы. За 9 месяцев 1939 г. было выявлено 12 588 сведений, не подлежащих оглашению, и 23152 политико-идеологических искажений. К концу 1930-х годов Главлит фактически напрямую подчинялся СНК СССР<sup>2</sup>.

Основой политической цензуры в СССР была монополия государства на средства массовой информации.

Противоположная концепция полной свободы печати сформировалась в борьбе с авторитаризмом. Лозунг полной свободы печати

---

<sup>1</sup> Например, *Горяева Т.* Политическая цензура в СССР. 1917—1991 гг. М.: РОССПЭН, 2002.

<sup>2</sup> См.: *Горяева Т.* Указ. соч.

был сформулирован еще в XVII в. и стал одним из основных требований революционно-демократических сил XVIII в.

В странах, где антифеодальное движение развернулось в XIX и XX веках, лозунг свободы печати звучал практически так же. Не случайно, впервые вышедшая в 1644 г. на английском языке знаменитая «Ареопагитика» Дж. Мильтона, отстаивавшая идею свободы печати, в России была переведена только в 1907 г.

Лозунг полной свободы печати требовал реального уравнивания в правах СМИ всех социальных групп и классов, при этом очевидно, что средства массовой информации рассматривались революционным движением как инструмент антиправительственной борьбы. Это в свою очередь вызывало сопротивление со стороны охранительных структур общества.

Этот лозунг базировался на достаточно простой и на первый взгляд наивной идее. Революционно-демократические идеи в основе своей истинны. Поэтому они на свободном рынке идей победят консервативно-охранительную идеологию. Тут же вспоминается риторический вопрос Дж. Мильтона: «Кто знает хоть один случай, когда бы истина была побеждена в свободной и открытой борьбе?»<sup>1</sup>

Однако на практике революционеры как только получали власть, так тут же и отказывались от этого лозунга. Например, В.И. Ленин накануне выборов в Учредительное собрание писал: «Свобода печати это не только отмена цензуры, но и справедливое распределение бумаги и типографий: в первую очередь государству на общенародные нужды, затем крупным партиям, затем более мелким партиям и, наконец, любой группе граждан, собравшей определенное количество подписей».

Но позже он же инициировал и подписал постановление Совнаркома об отмене свободы печати и опубликовал статьи «Об обмане народа лозунгами «"Свобода печати"» и «Партийная печать и партийная литература». Другими словами, как только потребитель информации стал ее собственником, так тут же и прибрал к рукам инструменты строительства коммуникационной реальности.

Есть и другая сторона лозунга — это возможность с успехом воспользоваться свободой печати для манипулирования сознанием, массового обмана, внедрения ложных идей и стремлений, для поддержки унижающих человека низменных страстей, антигуманных стандартов поведения, и т.п. А все это далеко не всегда проигрывает истинным идеям, возвышающим ценностям и фундаментальным нравственным принципам.

---

<sup>1</sup> *История печати.* Антология. М., 2001. С. 59.

Если бы это было действительно так, человечество так бы и осталось жить в Эдеме. Напротив, ложь и обман имеют определенное преимущество, потому что они просты, эксплуатирует базовые животные инстинкты (либидо, танатос и т.п.), не требуют труда для своего усвоения и цепляются за изъяны человеческой души, которые сами же и создают. А главное, полная свобода слова, как и абсолютная гласность, приводит к ориентации на самого нетребовательного потребителя, т.е. к размыванию культурных традиций, уплощению информационно-коммуникативного пространства, энтропии. Поэтому идею полной свободы слова, очевидно, можно отнести к утопической.

Например, вот в каком состоянии оказалась пресса после реформ 60-х годов XIX века. Свидетельствует А.Д. Градовский: «Да, следует сознаться, что наша печать вышла из подневольного своего состояния далеко не с одними добродетелями». Одних бросило «в иллюзии» <...>, что прискорбно, хотя и не гнусно, а других в пасквили — диффамацию, клевету, скандал, сплетни, площадную брань, порнографию, «что совсем уж гнусно», тогда как важно призвать ее «к разработке насущных, практических вопросов»<sup>1</sup>.

Некоторым компромиссом является концепция ответственной свободы, которая находит отражение в строгих юридических формах государственного и международного законодательства. В ряде документов зафиксированы определенные ограничения свободы слова, основанием которых является понимание того, что «средства массовой информации обязаны выполнять свои функции с чувством ответственности перед обществом и отдельными гражданами», как записано в документе Совета Европы (СЕ) «Декларация о средствах массовой информации и правах человека». Требование от СМИ действовать ответственно обрастает и другими существенными запретами (пропаганды войны, расовой исключительности, религиозной, социальной розни и т.д.).

В соответствии со «Всеобщей декларацией прав человека» и другими документами, принятыми ООН, государства обязаны закреплять в своем законодательстве основные политические, экономические, социальные, культурные и иные права и охранять их от каких-либо нарушений, в том числе и со стороны средств массовой информации.

Тайна переписки и неприкосновенность жилища, презумпция невиновности и исключение дискриминации по расовому, национальному, половому признакам, неприкосновенность личности и обязанность удовлетворять ее потребности, в том числе потребно-

---

<sup>1</sup> Градовский А.В. О свободе русской печати. СПб., 1905. С. 114.

сти в информации, право на свободу убеждений, выражение взглядов и мнений, получение и распространение информации и другие права и законные интересы личности, закрепляемые законодательством страны, должны быть известны журналистам и тщательно соблюдаться ими.

По закону преследуются клевета и оскорбление, разжигание расовой, национальной и классовой вражды. В ряде стран преследуется диффамация — распространение позорящих человека сообщений, хотя бы и основанных на правдивых фактах. Предметом охраны являются и экономические интересы физических и юридических лиц (коммерческая тайна, технические и технологические секреты, тайна вклада и завещания и т.д.). В этом плане оказываются более открытыми и менее защищенными сведения об общественно-значимых лицах в обществе и государстве.

В Российской Федерации действует принятый в 1991 г. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» (далее Закон РФ о СМИ). В соответствии с Законом: «Поиск, получение, производство и распространение массовой информации, учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации».

Ограничения деятельности СМИ касаются только злоупотреблений свободой массовой информации: «Не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны».

Этот перечень запретов содержит по сути список государственных преступлений, точнее их информационную поддержку, поэтому его можно рассматривать как способ профилактики преступлений.

Ответственность за нарушения законодательства возлагается на различные субъекты журналистской деятельности — в зависимости от того, кто виновен в правонарушении. При этом Конституцией РФ предусмотрено освобождение от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности и поро-

чащих честь и достоинство граждан и организаций, либо ущемляющих права и законные интересы граждан, либо представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации, если эти сведения содержатся в обязательных для публикации и официальных материалах, пресс-релизах агентств и различных организаций, выступлениях официальных лиц и других СМИ, а также идущих в прямом эфире авторских выступлениях.

Однако Законом о СМИ устанавливается ответственность и за ущемление свободы деятельности журналистики, которое проявляется в осуществлении цензуры, вмешательстве в деятельность редакции, незаконном прекращении деятельности СМИ, нарушении права редакций на запрос и получение информации, незаконном изъятии или уничтожении тиража, принуждении журналиста в профессиональной сфере, установлении ограничений законных контактов журналистов с целью получения информации, а также в нарушении других прав журналиста.

Юридической регламентации подлежат все отношения внутри СМИ как функционирующей системы: «государство — СМИ», «учредитель — журналист», «журналист — действительность», «журналист — аудитория», «журналист — социальные институты», «журналист — инфраструктура СМИ» и т.д.

В этом законе отражен факт строительства в России гражданского общества. Модель гражданского общества предполагает, что потребители и собственники информации находятся в положении динамической неравновесности, т.е., конкурируя друг с другом, они в равной степени участвуют в строительстве реальности. Эта ситуация наиболее благоприятна для СМИ, так как обеспечивает наибольшее пространство возможностей, расширяемое за счет игры на конфликте интересов собственников и потребителей.

В таком обществе, предполагающем широкий плюрализм взглядов, роль СМИ значительно повышается, многократно возрастает требование к объему и характеру знаний запасов журналиста и мере его креативности при анализе явлений жизни и предложении решений. Естественно, растет и ответственность журналиста, как и всякого общественного деятеля.

В этом направлении, хотелось бы надеяться, и идет история. Происходит процесс, при котором, как говорил Спиноза, «человеческое мышление, на низших своих ступенях недостаточное и подчиненное страстям, может и должно возвыситься до адекватного познания вещей в их божественной необходимости (*Sub specie aeternitatis*), а это приводит к высшей добродетели, к «интеллектуальной любви к Богу».

## 7.6. Свобода доступа к информации. Гласность

Несмотря на то, что принцип свободы слова и принцип гласности регулируют отношения совершенно разных субъектов, и свобода слова, и гласность неразрывно связаны как раз журналистской деятельностью. Действительно, при полной свободе слова и полном отсутствии гласности журналисту не о чем будет говорить. Напротив, при полной гласности и полном отсутствии свободы слова говорить будет негде.

И в том и в другом случае потребитель не сможет получать информацию. Более того, между наличием исходной информации и возможностью ее публикации должен быть установлен определенный баланс. Если превалирует объем информации над возможностью ее обнародования, то возникает задача ее фильтрации, решение которой требует отдельных энергетических и организационных ресурсов.

При слишком большом дисбалансе возникает информационная перегрузка, выгорание персонала и в итоге коллапс — катастрофическое зашумление информационного канала. При обратной ситуации превалирования возможностей публикации над возможностями получения информации журналист решает задачу разжижения фактов, бесконечно повторяя одно и то же, делая акцент на второстепенных деталях.

Эту ситуацию часто можно наблюдать на телевидении, когда в прямом эфире сообщается о каком-то важном событии, как правило, негативном. Корреспондент из студии, спрашивает, что сейчас происходит, а корреспондент на месте сообщает, что у него за спиной ходят люди в камуфляже. И так от репортажа к репортажу по всем каналам. Нечто подобное происходило после гибели подводной лодки «Курск», когда в течение нескольких месяцев в каждом новостном выпуске сообщалось о сверлении очередного технологического отверстия.

И в том и в другом случае СМИ сообщали: «Мы в центре событий. Мы держим руку на пульсе». Хотя за этим сообщением ясно читалось: «Мы ничего не знаем о происходящем, а то, что знаем, нам запрещено говорить». Конечно же, отсутствие доступа к информации приводит к произвольным, зашумленным и досужим трактовкам происходящего, неадекватной подаче значимости про-

исходящего, сознательному, но чаще неосознанному забалтыванию действительно важных событий.

Такое положение не выгодно ни журналистам, ни читателям, ни тем, кто этой информацией владеет, но не хочет ею делиться. Тут серьезная проблема. Владеющие информацией устанавливают такие отношения со СМИ, чтобы секретную информацию паче чаяния не выдать и у аудитории не создать впечатления, что от нее по-прежнему что-то скрывают.

Таким образом, гласность — это не оборотная сторона принципа свободы слова, а ее органичная часть.

Анализ содержательности и информационной емкости публикаций может рассказать о степени становления гражданского общества. Именно актуализация внимания многих средств массовой информации, правозащитных организаций и общественных объединений, отдельных граждан к проблемам, связанным с получением информации, свидетельствует о том, что в России происходят процессы, позволяющие говорить о становлении гражданского общества.

Действительно, существование правового государства и гражданского общества немыслимо без реального обеспечения ПРАВА граждан ЗНАТЬ. «Недаром Центр «Трансперенси Интернешнл — Россия» вынес в качестве эпиграфа к разработанной им «Концепции закрепления права граждан на доступ к информации о деятельности органов государственной власти и муниципального управления» следующий постулат: «Демократия без права граждан знать — фарс. Право граждан знать без процедур — блеф. Процедуры без граждан, стремящихся знать, — трагедия»».

Среди других общественных организаций, курирующих эту тему, назовем Фонд защиты гласности, Правозащитный фонд «Комиссия по свободе доступа к информации», Институт проблем информационного права.

Право доступа к информации предоставляется всем гражданам, однако подразумевает отдельные права для журналистов. Кроме того, следует различать право доступа к информации частных лиц, юридических лиц, общественности, и к информации, которой владеют государственные структуры и органы власти. Последняя область и наиболее полно прописана в законе.

В настоящее время более 50 стран приняли общенациональные законы о доступе к информации, причем более чем в половине из них законы были приняты за последние десять лет<sup>1</sup>.

Все согласны с тем, что успешная реализация правовых механизмов законодательства о доступе, которые обеспечивают гражданам возможность получения информации, находящейся в распоряжении органов власти, помимо собственно гарантирования конституционного права гражданина, имеет такие следствия, как:

- открытость государственной власти и ясность политического курса;
- снижение возможностей для коррупционных правонарушений;
- повышение административной культуры и установление традиции отчета служащих в своей деятельности перед обществом;
- оптимизация делопроизводства в органах власти;
- признание прозрачной власти обществом.

Прежде всего, проблема доступа к информации касается журналистов, так как для них она является предметом трудовой деятельности. Статья 38 Закона РФ о СМИ декларирует право граждан на оперативное получение достоверной информации через СМИ.

Этой статьей СМИ наделяется функциями посредника между государством и гражданами, которые для реализации этой функции наделяются особыми правом по сбору и получению информации. Например, ст. 47 Закона РФ о СМИ предоставляет журналисту право запрашивать информацию.

В ст. 39 и 40 право запрашивать информацию о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц, предоставлено редакции в виде запроса. Причем запрос возможен как в письменной, так и в устной форме. Однако получить письменный отказ о предоставлении информации в определенный срок можно только в случае письменного же запроса (п. 1 и 3 ст. 40).

Процедуру получения такого запроса иллюстрирует схема (рис. 7.1).

Но, с другой стороны, из этой схемы следует, что журналист, не являющийся штатным сотрудником редакции, практически не может требовать ответа на свой запрос.

---

<sup>1</sup> См.: *Банисар Д.* Свобода информации и доступ к правительственным документам. Обзор законодательства по доступу к информации в мире: Пер. с англ. М.: Де Ново, 2004.

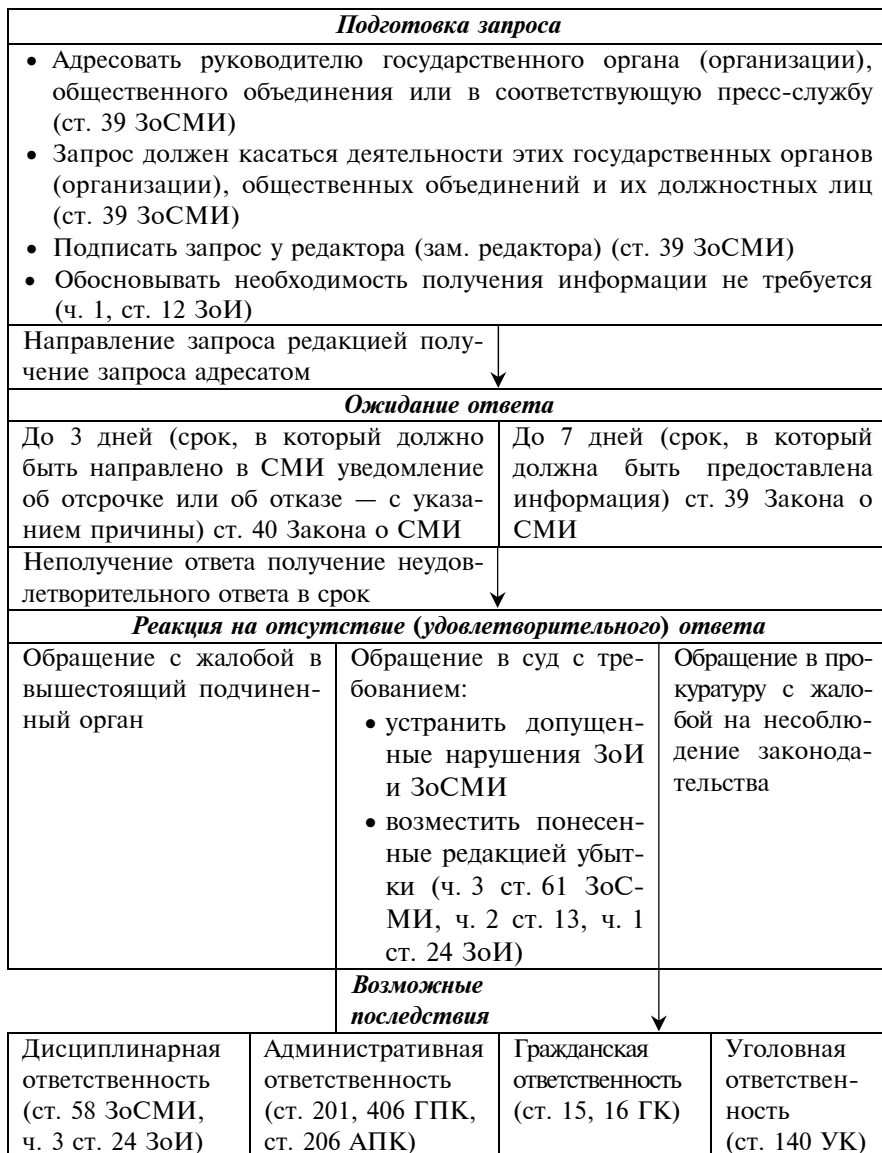


Рис. 7.1. Алгоритм получения информации по письменному запросу редакции

Тем не менее, даже штатным журналистам довольно часто приходится сталкиваться со случаями необоснованного отказа в доступе к информации. Чаще всего, по словам руководителей печатных СМИ, отказы поступают от правоохранительных органов, а мотивами таких отказов служат ссылки на засекреченность информации.

Авторы статей, посвященных доступу граждан и журналистов к информации, дают правовой комментарий подобных случаев. Право свободно получать информацию закреплено в целом ряде российских нормативных актов и в международных договорах. Причем в соответствии с п. 3 ст. 15 Конституции РФ международные договоры, ратифицированные Россией, имеют приоритет над нормами национального законодательства. Далее следует Основной закон Российского государства — Конституция РФ, ст. 29.

В соответствии с ним доступ физических и юридических лиц к государственным информационным ресурсам законодатель назвал «основой осуществления общественного контроля за деятельностью органов государственной власти, органов местного самоуправления, общественных, политических и иных организаций, а также за состоянием экономики, экологии и других сфер общественной жизни»<sup>1</sup>.

Аналогичное положение содержится и в Указе Президента РФ, в котором сформулированы Принципы информационной открытости. Они выражаются, в частности, в «доступности для граждан информации, представляющей общественный интерес или затрагивающей личные интересы граждан; в систематическом информировании граждан о предполагаемых или принятых решениях; в осуществлении гражданами контроля за деятельностью государственных органов, организаций и предприятий, общественных объединений, должностных лиц и принимаемыми ими решениями, связанными с соблюдением, охраной и защитой прав и законных интересов граждан»<sup>2</sup>.

Сегодня насчитывается около 50 различных видов конфиденциальной информации<sup>3</sup>. При этом наиболее часто в отказах предоставить ту или иную информацию фигурирует государственная тайна,

---

<sup>1</sup> Федеральный закон Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации» от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ. Ст. 12.

<sup>2</sup> Указ Президента РФ № 2334 «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию» от 31 декабря 1993 г.

<sup>3</sup> Тайна. Коммерческая. Служебная. Государственная. Сборник нормативных правовых актов Российской Федерации. М.: Статут, 2001. С. 3 и Приложение.

служебная и/или коммерческая тайна, а также тайна предварительного расследования, однако далеко не всегда обосновано.

В журналистской практике есть примеры, когда после опубликования критической статьи, касающейся деятельности администрации области или региона, пресс-служба исключала редакцию той или иной независимой газеты из своего списка рассылки. Таким образом, газета была не только лишена официальных пресс-релизов местной администрации, но и не извещалась о пресс-конференциях и заседаниях чиновников.

Это достаточно распространенная, к сожалению, ситуация во взаимоотношениях независимых СМИ и властных структур. С юридической точки зрения, эту ситуацию можно представить следующим образом. В соответствии со ст. 12 Закона «Об информации, информатизации и защите информации» (далее Закона РФ об информации) все пользователи (граждане, организации, общественные объединения, органы власти) обладают равными правами на доступ к государственным информационным ресурсам и не обязаны обосновывать перед владельцами этих ресурсов необходимость получения запрашиваемой информации.

В п. 4 этой же статьи сказано, что «органы государственной власти обеспечивают условия для оперативного и полного предоставления пользователю документированной информации» (пресс-релизы, решения, постановления органов власти и т.д.). В соответствии со ст. 38 Закона РФ о СМИ граждане вправе оперативно получать через СМИ «достоверные сведения о деятельности государственных органов, их должностных лиц». Следовательно, органам власти вменяется соответствующая обязанность. Однако эту обязанность они часто игнорируют.

Поэтому автор комментария рекомендует прибегнуть к нетрадиционному в журналистской среде способу, а именно запросить у администрации Положение о пресс-службе и Правила предоставления информации. Следует дождаться ответа на запрос и оценить предоставленные материалы с точки зрения соответствия действующему законодательству.

Достаточно частым аргументом при отказе в предоставлении информации является ссылка на так называемую служебную тайну, но «служебной тайны» у органов власти и местного самоуправления принципиально быть не может<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Правовое заключение о содержании термина «служебная тайна»/ М.Э. Морозов // [http://www.pdi.ru/library/top\\_secret.rtf](http://www.pdi.ru/library/top_secret.rtf).

Не подлежат отнесению к государственной тайне и засекречиванию также сведения о фактах нарушения прав и свобод человека и гражданина, о фактах нарушения законности органами государственной власти и их должностными лицами, в соответствии с Законом «О государственной тайне». Решения же должностных лиц о засекречивании этих и других, перечисленных в ст. 7 названного Закона сведений, могут быть обжалованы гражданами в суде.

Несколько иная ситуация с правом доступа к информации, принадлежащей физическим и юридическим лицам (в основном, коммерческим организациям и унитарным предприятиям), а также физическим лицам.

Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» закрепляет за физическими и юридическими лицами право собственности на документы, массивы документов, «которые созданы за счет их средств, приобретены ими на законных основаниях, получены в порядке дарения или наследования». Такая трактовка закона предоставляет собственникам информационных ресурсов право самим определять режим и правила доступа к информации, порядок получения информации пользователями<sup>1</sup>. Закон также говорит о возможности владельцев информационных ресурсов обеспечивать потребителей информацией не только на основе законодательства, уставов, но также положений о них и договоров на услуги по информационному обеспечению.

Есть здесь и исключения. Так, юридические лица, как коммерческие, так и некоммерческие, обязаны предоставлять гражданам информацию о санитарно-эпидемиологической обстановке, состоянии среды обитания, качестве и безопасности продукции производственно-технического назначения, пищевых продуктов, товаров для личных и бытовых нужд, потенциальной опасности для здоровья человека выполняемых работ и оказываемых услуг<sup>2</sup>.

Есть и ограничения. Например, банк не вправе предоставлять информацию о банковских счетах, банковских вкладах, операциях по счету, а также сведения о клиенте. Есть также ограничения, связанные с врачебной, адвокатской и другими «профессиональными тайнами», упоминаемые в Законе, присутствующими в соответствующих этических кодексах или просто являющиеся общепринятой практикой.

---

<sup>1</sup> Пункты 2, 7 ст. 6, п. 3 ст. 12 Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации».

<sup>2</sup> Статья 42 Конституции РФ, статья 8 Федерального закона от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», статья 19 Основ законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан от 22 июля 1993 г. № 5487-1, статья 11 Федерального закона от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды».

## **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

### ***Суд не понял «свободы слова»***

Громкий скандал в Вашингтоне — окружной федеральный суд приговорил журналиста газеты «Нью-Йорк таймс» Джудит Миллер к тюремному заключению за отказ раскрыть свои источники информации.

Если Миллер не изменит решения, то ей предстоит провести за решеткой по меньшей мере четыре месяца. Как говорят очевидцы, журналистка с невозмутимым видом выслушала вердикт, сняла с шеи дорогое ожерелье и под конвоем направилась в тюрьму.

Проблемы Миллер начались тогда, когда незадолго до войны в Ираке «Нью-Йорк таймс» опубликовала статью бывшего посла США в Нигере Джеймса Уилсона. Он обвинил администрацию Джорджа Буша в подтасовке фактов. В то время Белый дом утверждал, что режим Хусейна пытался закупить в Нигере уран. Уилсон заявил, что по заданию американских спецслужб посещал эту африканскую страну, но не нашел доказательств, подтверждающих ядерные планы Багдада.

Однако журналистов заинтересовало, каким образом бывший посол, имевший весьма неоднозначную репутацию в госдепартаменте США, получил столь ответственное задание. Ответ на этот вопрос дал в «Нью-Йорк таймс» один из самых известных обозревателей газеты Роберт Новак. По его сведениям, задание Уилсон получил по протекции своей жены, секретного агента ЦРУ Валерии Плейм. При этом газета ссылаясь на источники в американской администрации. Сообщив о Плейм, которая числилась сотрудником несуществующей фирмы, а на самом деле занимала в ЦРУ пост аналитика, Новак, а позднее Миллер и корреспондент журнала «Тайм» Мэтью Купер нарушили, с точки зрения американской Фемиды, закон 1982 г. «О защите личности разведчиков». Избежать тюремного заключения журналисты могли, только сообщив правоохранительным органам источники своей информации. Купер дал согласие на сотрудничество с прокуратурой. Другой фигурант этого громкого дела — Роберт Новак — также избежал наказания. И единственным ответчиком на процессе в итоге оказалась Миллер.

Следователи подозревали, что ее осведомителем в президентской администрации мог быть главный политический советник президента Карл Роув или люди из аппарата вице-президента Ричарда Чейни. Но без показаний журналиста не смогли подтвердить свою версию.

Двусмысленность решению суда придает и тот факт, что в 31 штате США действуют «щитовые законы». Они защищают журналистов, не желающих раскрывать источники своей информации. Однако на федеральном уровне таких законов не существует. «Если

люди не смогут доверять журналисту, обещавшему хранить их секреты в тайне, Америка останется без свободной прессы», — сказала на суде в своем последнем слове Миллер. Ее адвокат пытался убедить прокуратуру в слабом здоровье журналистки и ее 76-летнего мужа. Однако обвинение было непреклонно.

«Миллер работала в пустыне во время войны в Ираке и поэтому лучше других физически и морально подготовлена к тюремному заключению», — объяснил причины столь жесткого приговора федеральный судья Томас Хоган. В качестве же формального повода для задержания журналиста он назвал «неуважение, проявленное им к суду».

Важной частью Закона РФ об информации является указание на обязанность обеспечивать население информацией о событиях, фактах или явлениях, создающих опасность для жизни или здоровья людей либо для окружающей среды, которая специально возложена на физических и юридических лиц, а также ответственность за ее невыполнение.

Закон также предполагает наличие нормативной базы, определяющей обязанность юридических лиц независимо от их организационно-правовых форм и физических лиц предоставлять информацию о состоянии окружающей природной среды и чрезвычайных ситуациях. Провозглашен принцип гласности и открытости информации в области защиты населения от чрезвычайных ситуаций.

Осознавая исключительную значимость своевременного и достоверного получения населением информации о чрезвычайных ситуациях и состоянии окружающей среды, законодатель закрепил за журналистами право посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение, присутствовать на митингах и демонстрациях<sup>1</sup>.

Но возникает и другая проблема конфиденциальности информации, т.е. какую информацию кто вправе не выдавать и кому, и кроме того, обязан ли при этом объяснять причину.

## 7.7. Право на защиту информации и ее конфиденциальность

Казалось бы, проблема конфиденциальности частной информации полностью регулируется уже упоминавшимся законодательст-

---

<sup>1</sup> Статья 47 Закона РФ о СМИ.

вом. Однако возникающие периодически скандалы с теми же папарацци, как и само существование подобного ремесла в сфере журналистики, свидетельствует о том, что конфиденциальность фактов частной жизни лишь декларация.

Имеет ли право любой человек воспротивиться упоминанию его имени в прессе, независимо от контекста? Обязан ли журналист согласовать с героем своей статьи материал? Надо ли журналистам согласовывать текст интервью, взятого им у известного человека, и не только стенограмму, а подготовленную к печати публикацию?

Как часто, много нового про себя можно узнать после беседы с иным журналистом. Даже прием такой есть — публикация расшифровки стенограммы. В результате появления такого материала на страницах печати из-за принципиального различия устной и письменной речи грамотный, логически мыслящий, человек может предстать перед читателем косноязычным, едва связывающим слова во фразы. И главное, возмущаться тут невозможно, напечатали дословно все, что было сказано.

На эти вопросы и законодательство, и общественность отвечает, как правило, отрицательно. Это притом, что в числе основных объектов обеспечения информационной безопасности Российской Федерации в сфере духовной жизни упоминается неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна.

Это положение сформулировано в Доктрине информационной безопасности Российской Федерации (раздел 6. Особенности обеспечения информационной безопасности Российской Федерации в различных сферах общественной жизни)<sup>1</sup>.

Впрочем, утвердительные ответы также невозможны, поскольку если каким-либо образом обязать журналиста согласовывать свои статьи с их героями, не появится ни одной критической статьи, если запретить упоминание фактов частной жизни, то из материала

---

<sup>1</sup> Утверждена Президентом Российской Федерации 9 сентября 2000 г. Кроме указанного к числу основных объектов обеспечения информационной безопасности Российской Федерации в сфере духовной жизни отнесены: достоинство личности, свобода совести, включая право свободно выбирать, иметь и распространять религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ними, свобода мысли и слова (за исключением пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду), а также свобода литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества, преподавания; свобода массовой информации; русский язык как фактор духовного единения народов многонациональной России, язык межгосударственного общения народов СНГ; языки, нравственные ценности и культурное наследие народов и народностей Российской Федерации; объекты интеллектуальной собственности.

исчезнет достоверность, жизненность и т.п. Скорее всего, вообще станет невозможным писать о реальных людях, только о процессах, механизмах и имиджах.

Так что это вопрос далеко не простой, и ответ на него опять-таки нужно искать в области этики, мастерства, культуры. Главными причинами возникающего из-за подобного вмешательства в частную жизнь раздражения является бесцеремонность, т.е. нарушение общечеловеческой, а не только профессиональной этики, поверхностность, незнание предмета обсуждения, неточность и неумение слушать собеседника, т.е. просто отсутствие профессионализма.

Человек, столкнувшийся с таким интервьюером, вряд ли в следующий раз решится на общение с прессой. Сегодня ситуация осложнена и тем, что значительно снизилось качество редакторской и корректорской работы. Рынок требует скоростей, материалы идут с колес.

Ухудшению качества информации способствует также появление новой аудитории — читателей таблоидов. Это о них писала в известном стихотворении «Читатели газет — глотатели пустот» Марина Цветаева. Вероятно, такие читатели были всегда в России, но в советское время не было таблоидов. А поскольку они представляют значительную часть читающей аудитории, то и диктуют форматы представления материалов и их содержание. А высокообразованным выпускникам университетских журфаков, работающим в таблоидах, остается роль угождать их вкусам.

Таким образом, просто констатируем проблему формулировки в журналистском сообществе правил работы с частной конфиденциальной информацией. Если ее не решать, то нельзя будет добиваться уважения и доверия общества к журналистскому сообществу, а без этого журналистика потеряет смысл своего существования.

Если о конфиденциальности частной жизни действительно говорить пока сложно, то в сфере защиты информации сделано достаточно много.

**Защита информации** (любой) — это совокупность методов и средств, обеспечивающих целостность, конфиденциальность, достоверность, аутентичность и доступность информации в условиях воздействия на нее угроз естественного или искусственного характера.

Существует целая отрасль, занимающаяся защитой информации, и не потому, что стало так много шпионов, а потому что ненамеренно, не сходя со своего рабочего места, можно раскрыть важную информацию. Основной причиной является экспоненциально развивающаяся информационная, компьютерная и телекоммуникационная индустрия. Здесь проблематика журналистики как производителя публичной информации пересекается с проблемати-

кой естественно-научного и инженерного знания, а также с проблематикой юриспруденции в плане защиты авторского права.

Основополагающим документом по данной проблеме можно считать Доктрину информационной безопасности Российской Федерации, а решения конкретных задач по защите информации и авторских прав изложены в соответствующей специальной литературе.

## 7.8. Право на добросовестность информации

Сегодня общеизвестным является тот факт, что СМИ решают задачи не только информирования, но и манипулирования людьми, т.е. несанкционированного изменения поведения (потребительского, электорального, правового и т.п.) в прагматических целях. Для обозначения этого феномена введено понятие прагматических коммуникаций<sup>1</sup>. Причем современные средства массовой коммуникации произвели настоящую революцию в политических отношениях и способах социального управления в XX в.

Основная направленность эволюции медиатехнологий в этих целях заключается в том, чтобы, используя наименьшие затраты средств и ресурсов, получить максимальный эффект воздействия на людей. Одновременно с этим в информационных технологиях происходит так называемая дигитальная (цифровая) революция, вобравшая в себя значительные достижения электроники, математики, философии, психологии и экономики. «Современное общество наполнено и пронизано потоками информации, которые нуждаются в обработке. Поэтому без информационных технологий, равно как и без энергетических, транспортных и химических технологий, оно нормально функционировать не может»<sup>2</sup>.

Насыщенность социального мира мощными и интенсивными информационными потоками не только значительно изменило его, но и привело к возникновению ряда новых проблем. Как отмечает О. Тоффлер, наибольшую эффективность современной власти придают знания, позволяющие «достичь искомым целей, минимально расходуя ресурсы власти, убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях, превратить противников в союзников»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей. М.: Имидж-Контакт, 2003. С. 256.

<sup>2</sup> Бритков В.Б., Дубовской С.В. Информационные технологии в национальном и мировом развитии // Общественные науки и современность. 2000. № 1. С. 146.

<sup>3</sup> Toffler Al. Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21-st Century. New York; London, 1990. P. 114.

В постиндустриальном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и государственного принуждения. Причем, по мнению многих политологов<sup>1</sup>, непосредственными носителями и особенно распространителями знаний и другой социально значимой информации являются средства массовой коммуникации.

В рамках описанной схемы обменного взаимодействия потребителя информации и ее собственника агенты обмена — СМИ постепенно вооружаются до такой степени, что начинают претендовать на собственную роль конструирования реальности, формируя тем самым новый правящий класс — медиакратию.

«Иметь важную информацию — значит иметь власть; уметь отличать важную информацию от неважной означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать ее означает иметь двойную власть»<sup>2</sup>.

Рассматривая роль и значение информации, исследователи обращают внимание на ее искажения, в частности, в ходе политической борьбы. Например, доктором психологических наук А.И. Юрьевым были выделены восемь разновидностей искусственных (технологических) искажений информации<sup>3</sup>.

Итак, различаются следующие информационные искажения.

1. Фальсификация, т.е. представление под видом максимально снятой субъективности информации, содержащей искусственные и преследующие определенную цель искажения.

2. Дезориентация — искаженное представление о структуре общественных систем, экономических, международных, социально-культурных отношений и их роли в обществе.

3. Деморализация — трансформация и подмена нравственных ценностей, базирующаяся на нарушении последовательности умозаключений, утверждений, хаотичности и незавершенности мыслей.

4. Энтропизация (хаотизация, зашумление), означающая, что вместо краткой, убедительной и доказательной информации в СМИ появляются всевозможные точки зрения — от примитивных до фантастических и невероятных. Попросту говоря, забалтывание, приводящее к тому, что потребителю информации эта тема просто

---

<sup>1</sup> См., например: Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию. М., 1995. С. 254.

<sup>2</sup> *Politikwissenschaft: eine Grundlegung*. Bd. 2. Stuttgart; Berlin; Köln; Mainz: hrsg von Klaus von Beume. 1987. P. 60.

<sup>3</sup> Цит. по: Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998.

надоедает или же у него истощаются энергетические ресурсы, способные выделить полезный сигнал из шума. Этот метод хорош для снятия актуальности темы. Оно иллюстрирует известный парадокс: «Самая бессовестная ложь — это полная правда».

5. Политическая дезинформация, противопоставляемая социализирующей политической информации, выполняющей воспитательную роль. Речь идет о такой трансформации исходных сведений о социально-политической ситуации и направлениях ее развития, которая будет ясной, понятной и убедительной для большинства населения.

Пропедевтическая интерпретация, упрощающая некоторые сложные содержания в сообщении, допустима и даже полезна, поскольку обеспечивает доступность информации для широких слоев населения. В то же время ее подмена на ложные, но понятные послы есть сознательное введение в заблуждение. В результате действия подобных информационных процессов развивается так называемая массовая «бессвязность политического мышления», при которой возможно правильное восприятие частных, но с утратой способности к логическим выводам и синтезированию частных в целое. Известные представления, понятия, мысли утрачивают их истинную историческую связь, разрываются. Информационная ткань распадается на бессмысленные фрагменты, из которых составляется новая деформированная картина мира.

6. Дезорганизующая политическая информация, расстраивающая систему административного управления, разрушающая общественный порядок и приводящая к развалу хозяйственной и финансовой деятельности. Осуществляется методами «политического резонерства», основными признаками которых являются абсолютно бессодержательные, бедные мыслью программные политические выступления, облеченные во внешне правильную и привлекательную форму.

7. Развращение, побуждающее к запрещенным действиям: неразборчивые средства используются для достижения результата, право истины замещается правом силы и т.д. Распространение развращающей политической информации порождает феномен «разорванности политического мышления», что с точки зрения психологии является признаком патологии мышления. В этом случае понятия и представления сочетаются друг с другом на основе случайных или формальных признаков.

8. Дезинтеграция, способная разъединить целостное общество на соперничающие, противоборствующие части. Люди вдруг обнаруживают под влиянием такой информации неразрешимые проти-

воречия в отношениях со своими недавними соратниками, коллегами, даже родственниками. Крайним следствием результатов воздействия этого вида информации может выступать гражданская война (брат против брата, сын против отца и т.д.).

В качестве доказательства того, что речь здесь идет действительно об оружии, которое оказывает воздействие на психику людей и их поведение, манипулирует личностью, приведем один документ. Он характеризует локальные информационные рыночные войны и представляет пришедшее по электронной почте приглашение на семинар<sup>1</sup>.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Программа семинара «Информационные войны»***

##### ***Цель семинара***

Изучение информационной войны, информационного оружия, его типов и поражающих факторов, обучение методам защиты и активной обороны, а также различных методов и инструментария для разработки и оценки деятельности в данной области.

##### ***Аудитория***

Семинар-практикум ориентирован на руководителей организаций, руководителей и сотрудников пресс-служб, руководителей и сотрудников отделов по связям с общественностью, внешним связям, связям со СМИ и органами государственной власти, специалистов по управлению кризисами, собственников, инвесторов, а также лиц, осуществляющих внутреннее планирование текущей и будущей деятельности предприятий.

В результате посещения семинара участник получит *следующие знания, навыки и умения*.

- Адекватное, немифологизированное представление об информационной войне, информационном оружии, средствах его разработки и методах анализа.
- Знание об основных методах оценки поражающих факторов информационного оружия, надежных средствах констатации его применения в бизнесе и политике.
- Алгоритм различения информационной войны, контрпропаганды, антирекламы и информационного сопровождения деятельности субъектов политики и бизнес-структур.
- Умение готовить специальные информационные мероприятия и применять их.

---

<sup>1</sup> Мы сознательно не указываем здесь организаторов семинара по двум причинам, первая — это далеко не единственное предложение, а в какой-то степени даже типичное, вторая — не хотим предоставлять организаторам рекламы.

- Умение оценивать риски и оправданность применения специальных информационных мероприятий.
- Навык быстрого и эффективного отбора исходных материалов для подготовки специальных информационных мероприятий.
- Навык быстрого распознавания проводимой информационной войны и определения ее субъектов.
- Навык минимизации ущерба от проведенных в отношении своих или дружественных организаций специальных информационных мероприятий.
- Представление о важных нюансах проведения информационной партизанской войны и возможностях адаптации к ней рынков.

#### *Содержание семинара*

Теоретико-понятийное отображение, основные отличия и параллели в информационной войне, рекламе, связях с общественностью, внешних связях, контрпропаганде, агитации, рекламе и маркетинге.

- Глобальная среда информационной войны.
- Нормативно-правовая база и ее отсутствие.
- Анализ существующих определений информационной войны.
- Объект информационного воздействия.
- Субъекты информационной войны.
- Информационное оружие.
- Международная среда информационного противостояния.
- Перспективы глобализации информационной войны, создания и интеграции глобальной среды бизнес-услуг.

Методы демифологизации и мифологизации как основные методы анализа и оценки эффективности информационной войны.

Специальное информационное мероприятие. Структура и функции специального информационного мероприятия.

- Традиционные типы специальных информационных мероприятий.
- Новые подходы к их подготовке и проведению.
- Проблема преодоления психологических барьеров.
- Обратный ход мероприятия и негативный эффект.
- Оценка рисков негативного эффекта и последствий обратного хода мероприятия.

Психологический механизм действия специального информационного мероприятия.

- Автокоммуникация.
- Проблема свободы выбора.
- Информационная война и политическая культура общества.
- Особенности подготовки специального информационного мероприятия.

- Определение целевой аудитории.
- Разработка блоков мероприятия.
- Составление программы специального информационного мероприятия.
- Выбор носителя специального информационного мероприятия и его блоков.
- Типичные ошибки при подготовке и проведении мероприятий информационной войны.

Оценка последствий информационной войны.

Методы защиты от информационного оружия и их отсутствие.

- Возможности блокирования отдельных специальных информационных мероприятий. Переключение внимания целевой аудитории.
- Дезорганизация деятельности субъектов информационной войны и ее пределы.
- Проблема изменений в сознании после информационной войны. «Послевоенное поколение».
- Немного о роли личности. «Солдат информационной войны». «"Дикие гуси" информационных войн».
- Стратегическое и тактическое информационное оружие.

Практическая подготовка специального информационного мероприятия.

- Подбор носителя. Разработка блоков.
- Отслеживание воздействия.
- Перспективы «послевоенного» воздействия на противника.

Хотелось бы отметить, что, несмотря на внешне «оборонный» характер программы семинара, содержание семинара ориентированно в основном в «наступательном» направлении.

Итак, слово — это оружие, причем отнюдь не только в метафорическом смысле. Следовательно, вполне естественны ограничения по его владению и использованию. Эти ограничения фиксируются правовыми нормами.

Однако невозможно создать совершенный закон, учитывающий все возможные случаи злоупотребления словом, поэтому очень часто для того, чтобы скрыть информацию о негативных событиях, власть прибегает к тотальным запретительным мерам. Эти запреты чаще всего и актуализируют проблему свободы слова.

Тем не менее, ясно, что никакая власть, никакой закон не в состоянии создать совершенную систему контроля за использованием информационно-коммуникативного оружия. Они всегда будут отставать от развития соответствующих технологий.

Вторым и более эффективным барьером всегда останется совесть журналистов, следование профессиональным этическим принципам, и, конечно же, энергия сопротивления читателей, которые имеют право на добросовестную, не калечащую их, не манипулирующую их сознанием и подсознанием информацию.

Поэтому важным понятием становится «культура свободы» журналиста, т.е. реализация принципа свобода слова в определенных культурных рамках и в культурных формах. Под этим можно подразумевать не только терапевтический общекультурный принцип «не навреди», но и определенный уровень качества информирования. Оно должно быть основано на энциклопедической образованности, устремленности к добру, истине и справедливости, владении методологиями социального анализа, толерантности, т.е. способности терпимо относиться к иным точкам зрения и иным мировоззрениям, рефлексивности, диалогичности. В общем, на всем том, что должно отличать современного культурного человека, избравшего журналистику и как профессию, и как образ жизни, от тех, кто случайно в ней оказался.

## 7.9. Свобода слова: четырёхкомпонентная модель

Мы убедились, что проблема свободы и ее частное выражение — проблема свободы слова чрезвычайно сложна, сверхактуальна и многоаспектна. Она тесно связана с широким спектром общественных, политических, экономических, антропологических и даже технологических проблем. Однако рассмотренное выше позволяет представить проблему свободы слова в виде простой четырёхкомпонентной схемы.

- Первый компонент — это свобода говорить, сообразуясь со своим мнением и своей совестью {ХОЧУ ГОВОРИТЬ}.
- Второй компонент — это свобода слушать, т.е. получать информацию, право знать {ХОЧУ УЗНАТЬ}.
- Третий компонент, напротив, это право не слушать говорящего, защищаться от деструктивной и просто лишней информации {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ}.
- Четвертый компонент — право не отвечать на вопросы любопытных, право на конфиденциальность {НЕ СКАЖУ}.

Причем если первые два аспекта широко обсуждаются журналистским профессиональным сообществом, то третий и четвертый редко становятся темой профессионального дискурса. Правда, если не считать вопрос защиты авторского права, который можно рассматривать как часть проблемы защиты информации.

Однако негативная формулировка понятия «свободы слова» (защита от информации и защита информации) — не менее важны для понимания сущности свободы слова и применения этого принципа на практике, чем ее позитивная формулировка: свободная пресса и гласность.

Все четыре компонента находятся в конкурентных отношениях друг с другом. Свобода журналистики как пространство возможностей возникает там, где достигается консенсус между ними. Право говорения должно учитывать право неслушания, а право получения информации — право ее сокрытия. Объем зоны пересечения этих прав и есть область свободы журналиста. Там, где консенсус не возникает, становится невозможной и журналистика.

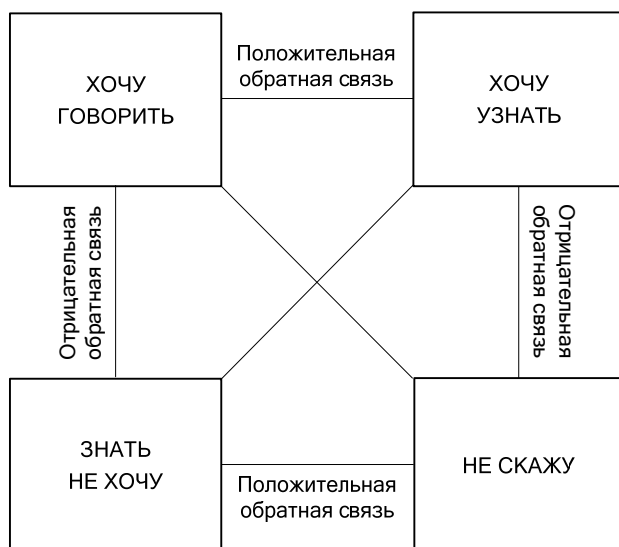


Рис. 7.1. Схема взаимодействия компонентов принципа «свобода слова»

Рассмотрим эти позиции во взаимодействии несколько подробнее. На схеме показано, что четыре компонента образуют систему, обладающую шестью связями (рис. 7.1).

Эта схема отражает взаимодействие двух фундаментальных человеческих потребностей:

- 1) потребность участия в обменном информационном процессе — получение информации и излучение (трансляция) информации;

- 2) потребность в самосохранении — сохранении самости через защиту от привходящего информационного потока и сохранение приватности от попыток обобществления внутренней информационной структуры.

На схеме эти позиции обозначены через интенциональные модулы: {ХОЧУ ГОВОРИТЬ}, {ХОЧУ УЗНАТЬ}, {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ}, {НЕ СКАЖУ}.

Важно отметить, что характер возникающих между ними связей различен.

Можно выделить группу радиальных и контурных связей. Причем если контурные связи описывают непосредственное взаимодействие, то радиальные — опосредованное. Например, связь {ХОЧУ УЗНАТЬ} — {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} реализуется при участии медиума {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} и ноумена (вещи-в-себе) {НЕ СКАЖУ}.

Контурные связи в свою очередь могут быть разделены на две группы по типу обратной связи (положительной и отрицательной)<sup>1</sup>, возникающей между ними.

Пара: {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} — {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} и {ХОЧУ УЗНАТЬ} — {НЕ СКАЖУ} характеризуются отрицательной обратной связью. Это означает, что они находятся в конкурентном отношении, претендуя на одну и ту же территорию. Усиление одной стороны отношения вызывает ответную реакцию другой стороны. Это означает, что данные отношения создают условия для удержания равновесности всей системы.

Действительно, интенция сообщения вынуждена преодолевать сопротивление интенции блокирования сообщения и наоборот, что приводит одновременно к техническому совершенствованию способов сообщения и способов блокирования сообщений. То же самое происходит и для интенций познания и герметизации знания.

Другая пара отношений {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} — {ХОЧУ УЗНАТЬ} и {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} — {НЕ СКАЖУ} напротив связаны

---

<sup>1</sup> Обратная связь — это обратное воздействие результатов процесса на его протекание или управляемого процесса на управляющий орган. Обратная связь характеризует системы регулирования и управления в живой природе, обществе и технике. Различают положительную и отрицательную обратную связи. Если результаты процесса усиливают его, то обратная связь является положительной. Когда результаты процесса ослабляют его действие, то имеет место отрицательная обратная связь. Отрицательная обратная связь стабилизирует протекание процессов, удерживая динамическую равномерность. Положительная обратная связь усиливает отклонения от равновесного состояния и к колебательным процессам. Иногда обратную связь в сложных системах рассматривают как передачу информации о протекании процесса, на основе которой вырабатывается то или иное управляющее воздействие. В этом случае обратную связь называют информационной.

положительной обратной связью. Усиление одной стороны приводит к усилению другой, поскольку они находятся в состоянии не обмена, а энергетической подпитки. Интенция сообщения подпитывает интенцию познания и наоборот. Поэтому, понятия «свобода прессы» и «гласность» находятся в неразрывной связке, а достижение и того и другого осуществляется в одном и том же политическом контексте.

Однако по свойству положительной обратной связи усиление позиций по данным осям может привести и приводит к информационному коллапсу, зашумлению информации. Аналогично автономное усиление пары {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} — {НЕ СКАЖУ} чревато герметизацией общественной жизни. Но обратной стороной является усиление колебательных процессов в системе, которые, в конце концов, приводят к ее разрушению. И анархия, и тоталитаризм поэтому обречены.

Характеризовать радиальные отношения {ХОЧУ УЗНАТЬ} — {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} и {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} и {НЕ СКАЖУ} как следствие их опосредованности на языке «отрицательная — положительная обратная связь» сложно, так как в них присутствует и та, и другая.

Обменный процесс, возникающий между ними, это уже не компромисс, а типичный символический рынок. Действительно, я хочу узнать последние новости. Включаю телевизор и получаю вместе с интересующими меня фактами не только набор мне не интересных, но и манипулирующих мною фактов. Например, мне предлагают рекламу тех или иных товаров, которые мне не нужны. Тем самым я вынужден уступать часть своей защиты за право получать знания.

Однако я могу использовать эти полученные знания, в том числе и те, которые мне не нужны, для того, чтобы совершенствовать механизмы фильтрации нужного и ненужного. Тем самым я все более научаюсь различать одно от другого. Следовательно, желание не знать реализуется через получение знания. Точно так же желание говорить реализуется через соглашение о запрете говорения на определенные темы, а само существование запретов оплачивается их отсутствием.

На основании рассмотренной схемы можно сделать важный вывод относительно стратегии информационной политики.

Устойчивость системы СМИ как социального института будет возрастать, если уделять внимание сбалансированному развитию оси «свобода слова — защита информации» и (или) «гласность — защита от информации».

Напротив, дисбаланс системы и в конечном счете ее разрушение наступят, если актуализируется развитие только либеральной (свобода слова, гласность) или только охранительной осей.

## **Интервью**

**Визитная карточка** *Нина Николаевна Калядина, директор студии «Юнпресс» (г. Клин Московской области).*

**Профессиональная биография** Родилась и прожила большую часть своей жизни в Клину. В начале 1970-х работала в газете «Московский комсомолец», затем на радио. В середине 1980-х вернулась в Клин. Работала в районной газете «Серп и Молот». В 1996 г. создала местный «Юнпресс» и телевизионную программу «Наше» в Клину. Сейчас руководит этой студией и делает репортажи для местного телевидения «Поиск».

*Нина Николаевна, почему Вы решили выбрать профессию журналиста?*

Можно сказать, это моя детская мечта. Я поняла, что хочу стать журналистом еще в седьмом классе. Мне нравится общаться с людьми, рассказывать о них. Я даже в школе была редактором нашей стенгазеты.

На факультет журналистики я поступила со второго раза. Но если бы понадобилось, я бы пробовала и в третий, и в четвертый раз.

*Какими качествами, по-вашему, должен обладать журналист?*

Конечно, должны быть способности, заложенные природой. И обязательно трудолюбие, без него никак не обойтись. Многие думают, что журналистика — легкая профессия, но это не так. Это очень трудная профессия, порой выматывающая. Это даже не профессия, это образ жизни. Этим надо жить!

*А что Вы скажете еще о любопытстве?*

Я думаю, что это качество необходимо настоящему профессионалу. Любознательность, эрудиция очень нужны. Журналист должен всегда знать больше, чем остальные люди, иначе его статьи никто не будет читать. Но нужно проявлять именно любознательность, а не любопытство, которое присуще «желтой» прессе, когда она пишет о каких-то скандалах, о личных делах знаменитостей. Это мне неинтересно, этим я никогда не занималась и не буду заниматься.

*Но кто должен формировать у журналистов моральные принципы?*

Мне кажется, что работать над своими моральными принципами должен прежде всего сам человек. Еще, наверное, о журналистской этике следует говорить на занятиях в вузах, без этого образование наших «акул пера» будет неполным.

*Как изменилась Ваша жизнь с появлением Интернета?*

Изменилась очень сильно, причем в лучшую сторону. Стало легче находить и фотографии, и видео, и нужную информацию. Вот сейчас я делаю сюжет о чемпионе мира по тяжелой атлетике Минаеве. И поняла, что совсем мало о нем знаю. А в Интернете можно посмотреть, когда и в каких играх он участвовал, какие награды получал.

Но, как мне кажется, новые технологии предъявляют и новые требования к качеству журналистских материалов. Изменения неизбежны. Я недавно собирала информацию к очередной программе и смотрела районную клинскую газету «Серп и Молот» за 1930-е годы. Там и верстка примитивная, и иллюстраций хороших нет почти. Теперь такое качество никого бы не удовлетворило. Высокие технологии дают нам новые возможности. Вот и наша газета стала выходить в цвете в этом году.

*Как Вы считаете, каким образом изменится журналистика в будущем в связи с переходом на «цифру»?*

А она не изменится, она уже изменилась. Мы, например, вот уже два года не используем аналоговые носители, VHS, они быстро портятся и занимают много места. И в будущем, я думаю, «цифра» будет занимать ведущее место среди технических средств для записи информации.

*Как Вы понимаете тезис Маршалла Маклюэна «Средство есть сообщение?»*

Я с этим утверждением не согласна. Недостаточно только отыскать интересные факты, подробности. Все нужно оформить, придать материалу законченный вид. Иначе зритель будет думать, что сюжет «сырой» и отнесется к нему с недоверием или будет скучать.

*В чем, по-вашему, функция журналистики как «четвертой власти»?*

То, что работники СМИ — представители «четвертой власти», это однозначно. Если люди доверяют газете или телеканалу, то СМИ могут влиять на их выбор в том или ином вопросе. Самый явный пример: читатели пойдут голосовать за того кандидата, за которого агитирует газета.

Но не все так просто. Будучи властью, журналистика должна понимать, что дезинформация, вольные или невольные ошибки могут привести к неожиданным последствиям. Мне кажется, что пресса и телевидение, особенно молодежное, должно воспитывать, просвещать. Ему это делать легче, чем даже учителям в школе.

*Считаете ли Вы, что российская журналистика находится в состоянии кризиса?*

Нет, я так не считаю. Есть купленные средства массовой информации, иногда журналисты допускают ошибки, неточности в своих материалах. Но так происходит нечасто и обычно виной тому некомпетентность работников СМИ.

Ведь профессионалов мало, а средств массовой информации много. И многие считают, что можно взять в руки микрофон — и ты уже тележурналист. Но это не так!

*Существуют такие программы, как «Поле Чудес», «Кто хочет стать миллионером?». В их основе — западные аналоги. Каково Ваше мнение, что лучше для российской журналистики: иметь национальное своеобразие или быть калькой западной?*

Это же просто развлекательные программы. Я не считаю, что их можно называть журналистикой, даже их ведущие не имеют профессионального образования. А настоящая журналистика — она наша, она ни с чего не копируется. Все равно каждый журналист выражает свое мнение, даже «продажный».

*Что бы Вы хотели пожелать ребятам, которые только собираются стать журналистами?*

Хорошо подумайте, тот ли путь вы выбрали. Ведь если работать со стопроцентной отдачей, это будет наверняка в ущерб семье, личной жизни. Рабочий день ненормированный, не бывает такого, чтобы отработал восемь часов — и забыл обо всем до следующего утра.

Журналистику нужно любить, иначе всю жизнь будешь чувствовать себя несчастным.

## Глава 8

# Феномен творчества в журналистике

Многие приходят в журналистскую профессию с надеждой реализовать свой творческий потенциал. Именно творчество делает эту профессию привлекательной. Журналистская деятельность всегда привлекала своим творческим характером, разнообразием и новизной. Причем эти мотивы преобладают и у тех, кто стремится на факультеты журналистики, и у тех, кто учится на них. Они присущи и тем, кто сегодня работает в самых разнообразных средствах массовой информации.

Безусловно, есть существенные различия в восприятии начинающих журналистов и тех, кто уже познал трудовые будни редакционной жизни. Меняется оно и во времени. Но потребность в творчестве постоянно сохраняет свое лидирующее положение. Об этом свидетельствуют социологические исследования, проводимые среди выпускников факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова на протяжении более чем полувека.

Так, к особо значимым профессор Л.Г. Свитич относит опрос выпускников факультета журналистики МГУ (1972), всесоюзное исследование по проблемам журналистского образования (1977), экспертный опрос преподавателей факультета журналистики МГУ (1978). Затем следует назвать пятилетнее исследование процесса профессионального развития будущего журналиста в вузе (1980—1985), опрос деканов, заведующих кафедрами, преподавателей факультетов и отделений журналистики университетов страны, проведенный под эгидой ЮНЕСКО совместно с факультетом коммуникаций Лондонского университета (1988). Обязательно надо упомянуть анкетирование студентов факультета журналистики МГУ (1996) и опрос его выпускников в связи с 50-летием отделения журналистики (1997 г.)<sup>1</sup>.

Менее масштабные, но достаточно регулярно подобного рода исследования проводятся и в последнее десятилетие. Что интерес-

---

<sup>1</sup> См.: *Свитич Л.Г.* Социология журналистики. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2005.

но, именно творчество как прерогатива профессии отмечается практически всеми респондентами в этих разных по охвату и отстоящих во времени друг от друга опросах.

В 1990-е годы, когда возникла масса новых изданий, теле-, радиоканалов, программ, в редакции пришло большое количество сотрудников, часто не имеющих специального журналистского образования. Но именно потребность в творческой самореализации двигала большинством из них при выборе нового места работы.

Поэтому проблема квалификации кадров стала особенно острой. Об этом свидетельствовали участвовавшие в исследовании, посвященном перспективам развития региональной прессы (1995 г.), эксперты, среди которых большую часть составляли редакторы газет, руководители местных журналистских организаций, а также факультетов, отделений журналистики университетов.

Отмечалось, что, имея свое понимание творческого процесса, молодые сотрудники редакций не желали заниматься серьезными темами, аналитикой, проверять фактическую основу публикаций. Как результат, у многих из них нередко было снижено чувство ответственности за достоверность фактов, не думали они и о социальных последствиях выступлений прессы.

Респонденты объясняли это тем, что, трактуя понятие «творчество» на свой лад, эти молодые сотрудники не желают ему обучаться. Однако творчеству, по мнению экспертов, как составной части профессии можно и нужно учить. Поэтому, говоря о кадровых перспективах, наиболее благоприятной эксперты сочли ситуацию в тех регионах, где есть крупные университетские базы подготовки. Тем самым, как отмечает Л.Г. Свитич, в новых, весьма сложных, условиях престиж университетской формы подготовки не только не снизился, но даже возрос<sup>1</sup>.

Далее исследователь замечает, что «не случайно и в создаваемых сегодня достаточно многочисленных новых университетах (частных, независимых и т.д.) предусматриваются часто и факультеты журналистики. В основе формирования их педагогического процесса лежит, как правило, университетский типовой учебный план, но есть и свои весьма интересные новации. Смогут ли они соответствовать сложившимся традициям университетского образования, лучшему, что есть в этой системе, покажет время»<sup>2</sup>.

Это «лучшее» предполагает усиление творческих начал в обучении. Тем более что в учебной практике давно существующих фа-

---

<sup>1</sup> См.: *Свитич Л.Г.* Указ. соч.

<sup>2</sup> Там же.

культетов и отделений журналистики государственных университетов в последнее десятилетие произошли существенные перемены. Они отражают новые реалии в развитии страны и практики отечественных средств массовой информации, когда ставка на творчество делается изначально. Причем это касается как традиционной журналистики, так и новых информационных направлений и специализаций, таких как реклама и паблик рилейшнз, деловая пресса, редакционный менеджмент и маркетинг.

Творческий подход поставлен во главу угла, когда речь идет о правовой подготовке, об изучении экономики СМИ в условиях рыночных отношений, об освоении компьютерных технологий в работе журналиста и выпуске изданий и программ. На новых творческих принципах организуется практическое обучение.

Так как многие студенты буквально с первых курсов сотрудничают с тем или иным средством массовой информации, это позволяет корректировать понятие «творчество» с позиций начинающего журналиста, так и редакции, которой в той или иной мере требуется реализация творческого потенциала работника. Во многом к общему знаменателю позволяет прийти изучение зарубежного опыта в функционировании средств массовой информации, работе журналиста, практике профессиональной подготовки, который стал более доступен российским журналистам.

Но вся наша жизнь и журналистика так стремительно меняются, что критерии и требования к творческой составляющей в журналистском образовании постоянно повышаются. Свидетельством этому является появление новых функциональных умений, навыков и знаний журналиста, обусловленных стремительным изменением технической базы журналистского труда. Речь идет о компьютеризации и переходе на цифру, о расширении возможностей Интернета и о многом другом, что постоянно внедряется в профессиональную жизнь и быт работников сферы печати, радио и телевидения.

Поэтому по-прежнему актуальными остаются вопросы: каким образом журналистская деятельность соотносится с творчеством? Какое место занимает творческий порыв в работе журналиста? Да и что есть само творчество?

**Журналистское творчество** — процесс создания текстов для СМИ, в котором удовлетворяются материальные и духовные потребности журналиста, реализуются его способности в познании и интерпретации фактов реальной действительности, а также умения придавать своим материалам форму, обеспечивающую взаимодействие с аудиторией.

## 8.1. Феномен творчества

Феномен творческой активности человека привлек к себе внимание ученого мира, как только удалось выработать механизмы теоретико-философской рефлексии, другими словами, как только родилась философия. Если для теоретического мышления, т.е. умозрения, эта задача, по крайней мере, могла быть адекватно поставлена, то объективной науке она явно не давалась. Ясно, что попытки физического, химического, биологического и даже социологического объяснения творчества были обречены на неудачу, но и психологические модели творческого процесса также оказывались достаточно далеки от этой живой и непредсказуемой стихии. Его было сложно «оконтурить», сложно воспроизвести, сложно, если вообще возможно сделать предметом научного исследования в рамках современной научной парадигмы.

Действительно, творчество всегда уникально, в какой бы профессиональной деятельности оно не реализовалось бы. Журналистика не является исключением. Но будучи однажды зафиксированным исследователем, описанным языком науки и повторенным в следующей серии опытов, оно тут же перестает быть творчеством, превращаясь в нечто иное, в ремесло, в технологию. Да и сам исследователь, изучая творчество, фактически включается в него и этим придает результату налет субъективности.

Творчество сущностно виртуально, даже в том смысле, в котором этот термин понимается в релятивистской физике. Так, например, исследование материи на фундаментальных уровнях привело к открытию виртуальных частиц. Их отличительной особенностью является принципиальная нерегистрируемость. Как только такая частица регистрируется прибором, она перестает быть виртуальной, а точнее, факт ее регистрации означает, что она и не была виртуальной. Так же как и творчество перестает быть творчеством, став подвластным объективирующей, опредмечивающей фиксации.

Или другой пример, в релятивистской квантовой механике установлено, что на результаты экспериментов в области физики высоких энергий и субсветовых скоростей влияет наблюдатель и его приборы. Иными словами, свойства приборов и наблюдателей должны быть включены в уравнения, описывающие объективную физическую реальность. То же происходит и с творчеством, исследование которого не может осуществляться совершенно отстраненно, без включения в исследуемый процесс фактора личности исследователя.

По всей видимости, именно из-за противоречивости рассмотрения творчества и его феноменов как предмета научного исследова-

ния достаточно мало серьезных работ, посвященных этой теме. Не составляет исключения и журналистика, которой на роду вроде бы было бы написано разрабатывать эту тематику. Однако круг авторов, в ней работающих, крайне ограничен<sup>1</sup>.

Сегодня этого явно недостаточно. Требуются новые подходы, так как потребность в осмыслении творчества в целом, и журналистского в частности, сегодня как никогда значима. Есть ряд тому объективных причин, среди которых выделим следующие.

1. Развитие кибернетики, глобальная информатизация, рождение информационного общества, ноосферостроительство и другие подобные объективные тенденции современной цивилизации выдвинули перед наукой двоякого рода требования. С одной стороны, появилась практическая необходимость ускоренного продвижения в область искусственного интеллекта, способного взять на себя основной груз по переработке информационных потоков. Следовательно, понадобилось вскрытие глубинных механизмов продуктивной мыследеятельности и воплощение ее в технические средства.

С другой стороны, остро обозначилась проблема определения границ так называемой компьютерной метафоры. Процесс постепенного очеловечивания машины, воплощения в ней все более интимных человеческих качеств чреват интеллектуальным унижением человека.

Проблема научного изучения механизмов творческой активности в этом смысле перемещается из области психологии и кибернетики в сферу глобалистики и глобальной культурологии. Принципы детерминизма и асубъективизма, господствующие в науке, не позволяют адекватно оценить последствия создания искусственного интеллекта. Поэтому нужно выработать новый научный подход к творчеству, совмещающему в себе мощь рационализма и уважение к тайне творчества человеческой души. Творчество в подлинном смысле слова есть процесс глубоко личностный и для его изучения необходим научный аппарат, способный видеть в явлениях не столько общее и особенное, сколько единичное, индивидуальное и уникальное.

2. Проблема творчества принадлежит к тем проблемам современной науки, которые понуждают задуматься об основаниях научного знания и организации человеческого общежития в целом. И наука, и социопсихологические практики постепенно поворачиваются лицом к личности. Общественная потребность повышения

---

<sup>1</sup> Достаточно подробно проблемы творчества разрабатывались в трудах современных теоретиков массовой информации В.М. Горохова, Г.В. Лазутиной, С.Г. Корконосенко, Л.Г. Свитич и др.

значимости личности отражается и в политических доктринах, и в научных концепциях. Медленно, но возвращается к потребностям реального человека и журналистика во всем своем многообразии. «Легко понять, почему значение индивидуалистического, или личностного, начала резко растет в современную эпоху экологического императива, и мы не сделаем ошибки, если станем утверждать, что в современных условиях раскрытие творческого потенциала личности становится жизненно важным для всей популяции *homo sapiens*. И это не преувеличение»<sup>1</sup>.

Личностные ценности уже сегодня существенно потеснили прежние ориентиры индустриально-технократического мира. Вместе с ними уходят на второй план и те свойства человеческого продуктивного мышления, которые позволили в свое время осуществить этот научно-технический прорыв. Речь идет об аналитических и формально-логических свойствах человеческого интеллекта.

Все это позволяет утверждать, что сегодня ярко обозначилась онтоаксиологическая оппозиция. С одной стороны, происходит процесс глобального всеобъединения, который чреват нивелированием всего индивидуально-личностного. С другой — возрастает роль личности и ее сердцевины — творческого начала, поскольку «творчество во все времена носило и продолжает носить совершенно индивидуальный, быть может, интимный характер»<sup>2</sup>.

Отличительными чертами творчества как психологического процесса является продуктивность, т.е. порождение чего-то, чего раньше не было. Но это нечто, будучи сотворенным однажды, уже не может быть повторено тем же самым путем, в том же самом творческом импульсе. Естественно, что творческая функция должна быть отнесена к действию сознания, так как требует определенного рода рефлексии. Продукт должен быть не просто произведен, но и оценен как новый.

Вне сознания не может быть и творчества. Вот почему существам, не обладающим сознанием, отказывается в праве творить. Когда же говорят о творчестве Природы в целом, то либо иносказательно, либо наделяя ее какими-то формами сознания. Но было бы неверным ограничиваться только сознательными компонентами психики, так как законченный продукт творчества подчас появляется неожиданно, будто бы без особого труда, иногда даже во сне. Эти явления называют озарением, инсайтом, открытием.

---

<sup>1</sup> *Моисеев Н.Н.* Человечество на пороге XXI века. Глобальная экологическая катастрофа может подкрасться внезапно и совсем незаметно // Независимая газета 2000. 23 августа.

<sup>2</sup> *Моисеев Н.Н.* Указ. соч.

Во всех случаях рождение продукта осуществляется скачкообразно, разрывно, да так, что трудно бывает проследить последовательность и логику перехода в новое состояние. Как видим, немаловажную роль играет в процессе творчества бессознательное, среди весьма простых описаний которого приведем следующее: «...сознательное психическое состояние содержит по меньшей мере две стороны: переживание субъекта и возврат субъекта к своему переживанию (рефлексия) для познания его... Если для сознания необходимы два фактора — психическое состояние и рефлексия на него, то можно допустить, что бывают случаи, когда психическое состояние возникло, а рефлексия на него не последовала; иными словами, можно допустить существование бессознательных психических процессов»<sup>1</sup>.

Отметим, что Н.О. Лосскому удалось ввести понятие бессознательного в отличие от Фрейда и его школы без привлечения фактологии проявлений бессознательного как иррационального в деятельности и поведении. Откуда, между прочим, следует необязательность связывания бессознательного с телесным, чувственным, инстинктивным и сексуальным. Область бессознательного также оказывается открытой рациональному и трансрациональному, как и область сознания.

В то же время бессознательное, будучи поставлено в оппозицию к сознанию, служит для более ясного представления сознания, т.е. позволяет определить сознание, как небессознательное. В этом смысле продукт творчества и само творчество выступают в роли катализатора прояснения сознания, перевода смысла из темной иррациональной бессознательной области психики в область осознанного. Сам по себе этот переход и его последующая рефлексия является предметом работы мышления, так как требует последующего осмысления и объяснения. Продукт творческой деятельности отчуждается от своего творца, так как предназначен для рассматривания как бы со стороны и потому вновь осваивается. Таким образом, можно сказать, что мышление сопровождает всякий творческий процесс, как бы выводя продукт творчества во внешний мир, превращая субъективный психический продукт в объективный предмет. Причем этот объективный предмет есть воплощенная, т.е. перешедшая в плотское (материальное) состояние мысль.

Схематично можно определить *творчество* как *совокупность осознаваемых и неосознаваемых психических процессов, сопровождае-*

---

<sup>1</sup> Лосский Н.О. Чувствительная, интеллектуальная и мистическая интуиция. М., Республика, 1995. С. 49.

*мых мышлением, итогом которых становится воплощение, опредмечивание мысли в продукте (творении).*

В соответствии с этой схемой становятся понятны пути, по которым шло исследование творческого процесса и его приоритеты. Ближе всего к поверхности оказалось мышление, и потому проблемы продуктивного мышления оказались наиболее хорошо разработаны психологами. Достаточно упомянуть знаменитую работу М. Вертгеймера «Продуктивное мышление», а также работы других представителей гештальт-психологии, например, В. Келера «Исследование интеллекта человекоподобных обезьян», К. Коффки «Основы психического развития» и т.д.

Отечественная философская и психологическая мысль в исследовании творчества шла широким фронтом, но все же наиболее интересными, на наш взгляд, являются работы, где ключом к пониманию творческого процесса было сознание. Это не случайно, так как русская философская школа вскормлена православной традицией. Для нее характерно неприятие как всего примитивного, мистически темного, животно-иррационального, так и сложно-лукаво-мудрого. Напротив, в качестве одного из основных принципов жизни провозглашается трезвление ума. Согласно этой традиции только трезвым умом способен человек увидеть невидимый мир смыслов, идей и символов. Только будучи трезвлен, способен он творить, т.е. пересоздавать образы мира горнего в мире дольнем, воплощать их<sup>1</sup>.

Следовательно, сознание, являясь одновременно средством творения (воссоздания) и средством трезвления (защиты от ложных и пустых образов), должно было стать центральным при исследовании творческого процесса.

Возвращаясь к проблеме творчества в журналистике, отметим, что журналистику в целом можно рассмотреть как форму существования и воплощения коллективного сознания, или интерфейса между действительностью и представлением о ней, складывающимся в совокупной и актуальной картине мира. Таким образом, конечным продуктом журналистского творчества является фактографическая картина мира — целостный образ современности и повседневности.

Актуальность, повседневность и современность здесь являются ключевыми словами, так как журналистика — это референт именно текущих событий настоящего времени, т.е. в формируемой картине

---

<sup>1</sup> Представление о творчестве, как о воплощении в мире дольнем идеальных объектов мира горнего дает, например, Павел Васильевич Флоренский, особенно в своей фундаментальной работе «Иконостас».

мира она отвечает за ту ее часть, которая более всего подвергается изменениям.

Степень ее участия в этом прямо пропорциональна степени осознания происходящего, т.е. объективности освещения, хотя нельзя отрицать, конечно, и роли интуиции и иррационального в продукте журналистского творчества. Последние придают журналистским материалам форму креативности, необходимую для улучшения их восприятия. Но это в большей степени относится к «упаковке», т.е. к форме, а не к содержанию журналистского послания.

В содержании посланий, формирующих совокупную картину мира, можно выделить два компонента: информационный и образный. Информационный компонент создается рациональными средствами, которые не оставляют простора для творчества. Единственной творческой работой в подготовке информационной составляющей контента является выбор и селекция фактов из информационного потока, поскольку требуют от журналиста способности к видению.

Образная же составляющая контента, напротив, не может быть произведена без участия творчества. Образ действительности и есть конечный продукт журналистского творчества, как индивидуально-го так и общего.

## 8.2. Образообразующая сила журналистского творчества

Понятие образа, простое и обычное для поэта и художника, предстает запутанным и непонятным при научном к нему подходе.

Образ ведь именно в виртуальном художественном мире наполнен, реален и, стало быть, телесен. Вне его это обозначение и означение и не более. Выделение из бесконечного многообразия единообразного цельного чего-то выражающего заключает в сущности процесс построения образа.

Восприятие же образа — процесс, событийно совмещенный с его построением. В многослойном пространственно-временном континууме всегда существует слой, в котором восприятие и построение образа, разорванные во времени и пространстве в посюстороннем мире, оказываются в одном месте и одновременными в мире виртуальном. Именно это и позволяет читать и понимать образы, сотворенные одним человеком, другому человеку, зрителю понимать художника. Восприятие и построение суть сотворчество, в котором одновременно участвуют и художник, и зритель.

«Точное» знание, создающее свой язык, наполняет его знаками образами действительности. Или, как очень точно писал Андрей Бе-

мый, «Образ действительности существует закономерно; но закономерность эта есть часть моего “я” (рефлексирующая), а вовсе не все “я”; и образ действительности, предопределенный связью, не есть безусловно одушевленный образ. Образ же искусства существует для меня как независимый одушевленный образ. Действительность, если я хочу ее познать, превращается только в вопрос, заданный моему познанию; искусство, действительно, выражает живую жизнь, переживаемую. Оно утверждает жизнь как творчество, а вовсе не как созерцание. Если жизнь порождает во мне сознание о моем “я”, то не в сознании утверждается подлинность этого “я”, а в связи переживаний. Познание есть осознаваемая связь: предметы связи здесь — только термины; творчество есть переживаемая связь; предметы связи здесь — образы; вне этой связи “я” перестает быть “я”»<sup>1</sup>.

Точное рациональное знание, выразившись в своих посланиях-текстах, составленных из знаков — заместителей связей, всегда частность, сколько бы подробными, точными и детальными ни были эти описания. Напротив, живой образ, при всей его приблизительности и отвлеченности, самоцелостен и реален, поскольку им открывается реальное самоцелостное переживание, формирующее тело смысла (переживаемого образа, рожденного мыслью).

Несмотря на то, что журналистскую деятельность именуют информационной, новостной, ее сущность все-таки в создании образа событийности, следовательно, от того, насколько журналист проникает в ее сущность и насколько он способен ее творчески переработать, зависит, сможет или нет адресат «прочитать» этот образ, заглянуть через него в реальность.

Сочленение знаково-логического ряда и образа, точного знания и переживания, ума и сердца и есть в сущности основа всякого знания, рожденного от поступающей извне информации, внутренней информационной работы и переживания этого процесса.

Здесь и возникает особый иконический взгляд и метод, который позволит прояснить сущность процесса написания-чтения журналистского послания.

За словом икона (εἰκών) стоит богатый смысловой ряд — изображение, отображение, образ, видение, а также εἶδος — имею сходство, «похожу на кого-то», «кажусь правильным».

Иконическое видение органически присуще человеческой психике именно потому, что пространственная ограниченность скрывает на самом деле бесконечное множество жизненных миров, погружаясь в которые и осуществляется выход в беспредельное.

---

<sup>1</sup> Бельи А. Символизм как миропонимание. М.: Республика, 1994. С. 331.

Реальность пространственного изображения открывается не вдруг взгляду, привыкшему смотреть на мир через видеоискатель фотокамеры (что вследствие насаждения телеобразов становится эталоном зрительного восприятия).

В связи с этим вспоминается такой пример. Во время расстрела белого дома в Москве (1993 г.) CNN поставило несколько камер и транслировало происходящее в прямом эфире. Одновременно на месте событий работали журналисты, снимавшие происходящее. И то и другое попадало в эфир. Однако в первом случае, несмотря на свою абсолютную объективность, было мало правды. Камера не умеет переживать. Материалы же журналистов, прошедшие обработку при монтаже и главное при выборе точки съемки, несли в себе отношение к происходящему, и в силу этого создавали его образ. Это вне зависимости от того, согласен ли был зритель с позицией журналиста или нет, делало репортаж живым и правдивым, сформированным в сердце оператора, в отличие от беспристрастной онлайн-камеры.

Пространственные отношения, открывающиеся иконой, кажутся странными и сильно искаженными главным образом потому, что икона не предусматривает отстраненный внешний взгляд на себя. С внешней отстраненной стороны вообще невозможно было бы изобразить то, что должна изображать икона. Святость, несмотря ни на какие совершенные художественные приемы, ускользала бы и от живописца, и от зрителя, если бы иконописание было только мастерством, а не служением. Особость художественного мира икон проработана в трудах о. Павла Флоренского, Е.Н. Трубецкого и других православных философов. Здесь же отметим, что иконография сотворяется так, как будто бы иконописец смотрит на икону из иконы же, что и создает условно называемую обратную перспективу. Если зрителю удастся найти необходимую точку смотрения, изображение с казалось бы нарушенными пропорциями предстает удивительно гармоничным.

Таким образом, хотелось бы подчеркнуть, что журналистика при всей необходимости освоения технического мастерства обязана понимать себя как служение, если, конечно, она претендует на право работы с образом, а не только с информацией.

Образ открывается и приглашает в себя, подобно тому, как приглашает в себя, в свою психику доверяющий нам близкий человек. Но полноценное общение с ним оказывается возможным лишь при обоюдном откровении. Иными словами, со-творческое общение с образом может быть только личностным. А личностное общение (со-бытие) предполагает совмещение личностных центров, сердца и ума.

В процессе предстояния перед иконой происходит со-бытие единения и откровение сокровенного в самообразе. Причем если

духовная природа иконического процесса явно не может быть описана языком науки, то сопровождающие это событие посясторонние психические процессы, как оказывается, поддаются описанию.

«В любом духовном событии есть как содержательная составляющая, определяемая степенью духовной продвинутости, так и чисто формальная, сугубо психологическая, не имеющая отношения к содержанию, но лишь обеспечивающая переход психики в высшие реальности и пребывание там. Психологические события, обеспечивающие и сопровождающие переход в иную реальность, не описаны в науке, и были названы нами виртуальными.

Психологическая виртуальная реальность порождается психикой человека, и теоретически есть ни что иное, как отражение в самообразе характера актуализации образа, т.е. является отражением в психике процессов, происходящих в самой же психике»<sup>1</sup>.

Почти об этом же писал Андрей Белый. «Совокупность форм, меня определяющих, очерчивает мой пространственно-временной образ. Но в душе моей живет неоформленное, неизреченное, мое взволнованное счастье. В душе я — обладатель нового имени, которого никто не знает, кроме того, кто получает. Это новое имя начертано согласно Откровению Иоанна на белом камне души»<sup>2</sup>.

Иконической методологии, подчас обозначаемой другими терминами, посвящено немало работ современных психологов и философов. Исследования идут в русле гештальт-психологической парадигматики, а также в психоаналитических школах и школе нейролингвистического программирования.

Для нас здесь важно отметить следующее.

Во-первых. Иконическая методология может быть отделена от своей содержательной части, т.е. собственно отвлечена от иконы как Святого Образа и таким образом объективизирована и этим вписана в научную методологию, и главное в методологию информационно-коммуникативной журналистской деятельности. Но необходимо отдавать себе отчет, что это не столь уж безобидная операция.

Во-вторых. Следует ожидать выдвижения иконических технологий в другие области знания, что особенно важно видеть, профессионально занимаясь информационно-коммуникативной деятельностью.

Поэтому есть смысл приглядеться к ней повнимательнее, тем более, что подчас журналист пользуется ею в процессе работы, не осознавая, чем он владеет.

---

<sup>1</sup> Носов Н.А. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике. Вып. 1. М.: РАН, 1995. С. 5.

<sup>2</sup> Белый А. Указ. соч. С. 334.

Рассмотрим некоторые из наиболее интересных моментов, из разработок, осуществленных исследователями образа. Прежде всего, образ — это пространственное понятие, отражающееся в психике в виде целостных образных (иконических) структур, имеющих очевидные пространственные качества.

По мысли П.А. Флоренского, «Внеположенность, т.е. нахождение тех или иных отдельностей вне друг друга, таков основной признак пространства. Раз имеется множество, то элементы его отделены <...> суть образы обособления... Это уже есть достаточный признак нахождения их в соответственном пространстве <...> Возможность мыслить и представлять их как множество, но связанное необходимо ведет к утверждению, что есть и условие возможности этой связности <...> Это условие есть пространство.<...>

Этих пространств должно быть много, по роду восприятия и образов обособления; нет данных загодя считать эти пространства тождественными... Одни пространства весьма далеки друг от друга; общий же признак всех — внеположенность образов обособления, в них содержащихся и ими объединяемых»<sup>1</sup>.

Следовательно, можно поставить задачу реконструкции внутреннего пространства сознания (и бессознательного). Причем множественность миров и множественность картин мира заставляет рассматривать самосознание человеком самого себя как проблему самоидентичности человека во всех возможных мирах. Воспринимаемая транслируемый СМИ образ реальности, который на самом деле есть множественность образов реальностей, человек сталкивается с необходимостью самоидентификации, центрируя собой бесконечно сложный мир. Очевидно, что и журналист, создавая фрагмент образа этой реальности, обязан видеть ее множественность, и точно так же как и его читатель, обязан постоянно определяться со своей идентичностью.

Это заставляет рассматривать самосознание как интерактивный процесс, что равнозначно выделению внутри личности целолличностных планов, например, внешний человек и внутренний человек, которые постоянно находятся в диалоговых отношениях друг с другом. Подобные внутренние диалоги происходят и в социуме, как в субъекте.

Принципиально важно, что этот образно-личностный диалог сопровождается телесной фиксацией, или телесной поддержкой, образа, что делает телесным уже сам образ. Самоидентификация образа происходит тогда, когда осуществляется его воплощение

---

<sup>1</sup> Флоренский П.А. Анализ пространственности и времени в художественно-образительных произведениях. М., 1993. С. 51—52.

(«в плоть», «в тело»), которое направлено на восстановление связей между возможным и актуальным, и устанавливает доминирование актуальности над возможностью.

Может быть, именно поэтому СМИ формируют прежде всего образ актуальной действительности.

Образ (и самообраз) остается стабильным и целостным, как бы ни менялись внешние условия. Более того, как пишут исследователи, стабильность образа — условие идентификации с образом в целом и с любой его частью достигается с помощью фиксации его частей, репрезентирующих части личности, по разным местам сценического пространства.

Эта очень интересная мысль заставляет по-новому взглянуть на понятия образа жизни, образа мира (картины мира), антропоморфность которых оказывается естественно психологически обусловленной. Более того, здесь допустима постановка проблемы мифологического, символического, архетипического как высшего класса универсальных модусов бытия в знаке и определения места мифоэтической модели мира в образе реальности, конструируемой СМИ.

Таким способом иконический метод может быть адаптирован для изучения труднообъективированных предметов исследования, в том числе и постоянно изменяющегося феномена журналистики, если считать возможным использование в качестве измерительного инструмента образогенерирующего человека или культуру в целом.

Образ обладает еще рядом свойств, о которых здесь следует упомянуть.

Во-первых, он всегда предполагает наличие центра, т.е. некоторой неподвижной точки, например сосредоточенность, сконцентрированность человеческого существования в точке «здесь-и-теперь». Причем обозначение центра (что уже дает пространственно-временные координаты и тем самым порождает структуру) немедленно открывает наличие оппозиций «фигура — граница — фон» и «организм — среда».

Во-вторых, необходимым качеством образа является граница. Журналистский текст, следовательно, задан и определен в своих границах и транслирует их тому, кто с ним соприкасается. В частности, речь может идти о жанровых границах, нравственных границах, границах компетентности и т.п.

Граница — поле деятельности — это пространство, закрытое образом и открываемое в нем, т.е. фактически одновременно и ограниченное и безграничное. Граница не принадлежит ни внешнему, ни внутреннему пространству и в то же самое время принадлежит и тому и другому. «При этом внутренняя сторона контактной грани-

цы играет роль экрана, на который проецируется «катектический узор» поля и с которого считывается важная для организма витальная информация. Тем самым контактная граница оказывается своего рода «кожей» расширенного и усиленного органопроекцией организма<sup>1</sup>. Без особой натяжки эти слова можно отнести к экрану, образуемому границей, разделяющей информационно-коммуникативную и иную человеческую деятельность, на который проецируются все актуальные для человечества проблемы.

В том числе и проблема разрушения перцептивной веры, т.е. доверия собственному восприятию, которое определяет и человеческий мир, и человеческое бытие, и человеческое «я». Важнейшими характеристиками этого понятия являются целостность и постоянство, зависящее от «постоянства жизненной среды», от визуального и телесного опыта человека. Вырывание человека из привычной жизненной среды приводит к разрушению перцептивной веры, а значит и к разрушению человеческой личности.

Так вот, современные экранные технологии — в широком смысле все то, что активно конструирует новую реальность, — устраняют тело из процесса освоения мира в его собственном движении в мире. Превращение невидимого в видимое, опосредование оптическими инструментами делает ненужным воображение, память, и порождает многочисленные протезы восприятия, зрения и т.д.

Экранные технологии современной культуры, перегруженные проекциями сконструированных образов и не дающие права личности самостоятельно трудиться над созиданием образов и самообразов, и есть агрессивная псевдокультура, захватывающая личностное пространство. Характерна нацеленность современной масскультуры на появление все более технологичных, насыщенных и плотных в пространственно-временном плане эстетических изделий (например, видеоклипов), более напоминающих сильнодействующие пилюли.

Человек, погружаясь в двухмерное пространство искусственных экранов, потребляет уже сформировавшиеся образы и оказывается не способным создавать творческий образ, поскольку он многомерен. Человек, живущий в многомерном пространстве (творческий человек), в канонических границах абриса, способен увидеть расширяющийся внутрь образ, который оказывается безграничным.

Творчество — развернутое поле деятельности, раскрываемое в бесконечность через построение ограничивающего образа, или по-иному, вычленение в без-образном хаосе своего предмета и возвра-

---

<sup>1</sup> *Анциферова И.С., Генисаретский О.И.* Об иконической метамодели для гештальт-терапии // Виртуальные реальности в психологии и психопрактике. Вып. 1. М., 1995. С. 58.

щение его в форме идеи, смысла и образованных и преобразованных мира и реальности, посредством осмысления и очеловечивания.

Талантливое творчество — открытие (т.е. буквально открывание образа), дающее возможность для перехода в иные пространства и иные уровни, а талант — инструмент для проткнувания пространства (творчества) и объединения образов личностью в нужном месте и в нужное время.

### 8.3. Этика журналистского творчества

Обоснованные претензии журналистики на роль глобального интерпретатора действительности наделяют журналистское творчество особой ответственностью. Следовательно, должны существовать этические ограничения самого процесса журналистского творчества. Следует подчеркнуть, что речь здесь пойдет именно об этом глубоко интимном процессе, а не его продукте, и тем более не всей журналистской деятельности, этика которой формулируется в многочисленных кодексах.

Напротив, этику журналистского творчества практически невозможно представить в форме правил, написанных на бумаге. Остается лишь констатировать ее наличие.

Отечественный психолог Николай Александрович Носов ввел в научный оборот термин «психоэтика», под которым подразумевает необходимость нормирования собственной психической деятельности, а особенно сознания, воображения, памяти. Цель этого нормирования — очищение от ложных идей, грязных помыслов и т.п. Иными словами, не поведение и деятельность человека становятся предметом этики, а его мышление. Подобный подход является достаточно традиционным для религиозных систем, и одновременно революционным для современной науки. Тем более он может вызвать протест в современной прагматичной реальности, когда практикующий журналист подчас отказывается связывать свой профессионализм со своими душевными качествами. В этом-то как раз и заключается проблема этики журналистского творчества. Важно отметить, что она не остается без внимания исследователей. Так, в монографии «Этика журналистского творчества», вышедшей в 2003 г., отмечается, что аудитории современных отечественных СМИ обвиняют журналистов в деформации и даже полном игнорировании этических норм, и это обвинение имеет под собой почву<sup>1</sup>. Творчество российского журналиста погружено сегодня в нравст-

---

<sup>1</sup> См.: Юрков А.А. Этика журналистского творчества. СПб.: Роза мира, 2003.

венно дискомфортную среду; при том, что журналистский текст приобрел во многих случаях монополистское влияние на общество.

В условиях, когда значительно выросла технологическая вооруженность журналистской деятельности, возникает соблазн достижения эффективности материалов любыми доступными средствами. На это обстоятельство и реагирует общественность, усматривая в журналистских материалах попытку манипулирования. Вопреки распространенному среди журналистов мнению, читатели оказываются далеко не всеядны. Есть и иная сторона действительности: низкопробная журналистика, чтобы выжить в рыночных условиях, сознательно развращает читателя, формируя под себя дебилизированную аудиторию. Трудно дать корректную этическую оценку подобному, достаточно сказать, что эта стратегия развращает и самих журналистов. Ведь чем менее требователен читатель, тем менее профессиональным становится обслуживающий его журналист. Не заботясь о культурном уровне своей аудитории, журналистика рискует вообще уйти со своего профессионального поля.

Этика журналистского творчества должна предполагать сохранение в журналистском труде самого по себе творческого начала и препятствовать превращению журналистики в информационный конвейер. Понимание этого должно присутствовать на уровне личностных установок и мотиваций самих журналистов.

Важнейшим фактором этической нормализации признаются личностные качества журналиста, его позиция и ориентация на правдивость. Причем правдивость творчества рассматривается как важнейший индикатор независимости и достоинства журналиста.

С таким подходом вполне можно согласиться, если понимать «правду» не как синоним «истины», а как особую форму художественного и нравственно-определенного представления реальности, обладающую как информационным, так и образным компонентом. Тогда журналистское творчество можно смело отождествить с производством правды, несмотря на невольно возникающие здесь ассоциации с министерством правды из антиутопии Оруэлла. Но прежде, конечно, следует разобраться в специфике журналистской правды и ее отличия от более широкого и достаточно хорошо проработанного понятия «художественная правда».

Следует также отметить, что установка на правдивость соотносится с обсуждавшимся выше психоэтическим принципом «трезвления ума».

Завершая этот раздел, делаем вывод, что как бы внешне не напоминала та или иная журналистская деятельность ремесло, без чего кстати тоже никак не обойтись, важнейшим компонентом является

творческое в основном образо-образующее начало. Причем в той же степени, в которой реализация этого начала является глубоко интимным процессом, сам по себе творческий процесс, а не только его результат, должен предполагать наличие этических ограничений, играющих роль канонических рамок образа. Можно назвать эти ограничения «внутренним цензором» или как-то еще по-другому, но без них творчеством начинает править рыночная стихия.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

Проводимый каждый год в рамках курса «Введение в специальность» опрос первокурсников факультета журналистики МГУ показывает, что основные мотивы выбора профессии мало меняются во времени. Как и прежде, основными в последние годы остаются те, что связаны с увлекательностью профессии, новизной, общением с людьми и поездками, с возможностью писать, заниматься творческой работой. Однако есть и некоторые изменения в мотивации студентов — стало больше появляться прагматических ответов, связанных с общей ситуацией в стране, провозгласившей главными ценности рыночной экономики.

Заметно, что романтизма в представлениях о профессии стало меньше. Если в прошлые старые годы на первом месте был творческий характер работы, возможность заниматься литературным творчеством, то сейчас чаще всего звучит мотив: «привлекает общение с людьми» (причем довольно редко добавляется, как прежде, эпитет «с интересными» людьми).

Правда, появились новые, не встречавшиеся прежде формулировки типа: «нестандартная профессия», «привлекает авантюризм, острота ощущений, рискованность профессии, азарт», «возможность, как в театре, прожить множество жизней», «профессия не выходит из моды», «динамизм, стиль, образ жизни». Причем так, как правило, высказываются выпускники 1980—1990-х годов.

Итак, главной ценностью стало общение, круг общения (как сказал выпускник 1985 г., корреспондент столичного журнала, это море людей, в котором приятно плавать), потеснив романтику профессии.

<...>

Всегда высоко ценился (особенно выпускниками факультета журналистики МГУ) творческий характер профессии, возможность литературного творчества. В исследовании 1972 г. почти половина опрошенных отметила этот вариант ответа, и он занял первое место среди других мотивов.

Сейчас на процесс работы, на литературную работу (причем она уже редко называется творчеством) в качестве мотива профессиональной деятельности указали только 4,3% опрошенных, в том числе 12% выпускников 1950-х годов, воспитанных еще в старой традиции, когда журналистика считалась в значительной степени литературным творчеством. Зато выпускники последних лет сказали, что их привлекает работа с информацией. Отчетливо проявляются тенденции переосмысления сути журналистского труда: от типа творчества к информационной деятельности. Это, естественно, связано с изменением общества и задач журналистики. Сейчас на первом месте информационные функции СМИ.

Еще 12% сказали, что их привлекает в профессии творческое отношение к жизни, сам процесс ее пересоздания и преобразования. Эти мотивы отчетливее звучат в высказываниях выпускников последних десятилетий.

Для более молодых журналистов достаточно большой ценностью является и свобода выражения мысли, самостоятельность решений (никто из «пятидесятников» не сказал об этом, а среди выпускников 1990-х годов 13% назвали такой мотив).

Для журналистов новой формации гораздо меньшую ценность, чем для ветеранов журналистики, имеет возможность быть в курсе событий (в исследовании 1972 г. — 24%, в исследовании 1997 г.: у выпускников 1950-х годов — 20%, 1990-х — только 2,8%, хотя сам процесс работы с информацией молодым журналистам кажется достаточно интересным).

Отдельно следует проанализировать динамику общественных мотивов профессии. Они и прежде уступали место творческим мотивам и разнообразию профессии. Но все-таки имели больший вес, чем в ответах опрошенных в 1997 г. журналистов. Общественная значимость профессии отмечена 7% опрошенных; так ответили 16% выпускников 1950-х и только 2,8% 1990-х годов, хотя последние чуть чаще говорили о возможностях формировать общественное мнение. Высокие мотивы служения обществу и истине уже не в моде у «новых журналистов». Пафосность такой терминологии заменяется прагматическим: профессия привлекает «возможностью установить нужные связи, прославиться и заработать». Хотелось бы ностальгически вздохнуть по этому поводу. Но останавливает трезвый взгляд на процессы, происходящие в обществе, на всеобщую коммерциализацию прессы. Уходят в прошлое дидактические призывы, а молодые журналисты учатся жить в этом сложном, динамичном, прагматичном, очень интересном и вариативном мире социума

и информации, вырабатывают свои адаптивные механизмы и свои модели профессионального поведения. К сожалению, ни журналистская наука, ни практика преподавания на факультетах журналистики не успевают пока за этими переменами в средствах массовой информации и не наработали еще приемов и механизмов помощи молодым журналистам в возможно более быстрой и безболезненной адаптации к современной ситуации. Однако не хотелось бы, чтобы, осознавая объективность этих перемен, мы с водой выплескивали то ценное, что характеризует российскую традицию журналистики как гуманистическую, творческую, как служение высоким нравственным идеалам. К сожалению, эти идеалы постепенно исчезают в сегодняшней жесткой конкурентной коммерческой информационной среде.

*Свитич Л.Г. Профессия — журналист. М., 2000*

## **Интервью**

**Визитная карточка** Юрий Александрович Гуллер, ведущий редактор газеты «Вечерняя Москва»

**Профессиональная биография** Я вовсе не собирался стать журналистом, а хотел стать геологом. Я окончил геологический факультет МГУ и больше 20 лет работал геологом на Камчатке, в Закавказье, в Закарпатье, т.е. по всему Советскому Союзу. Потом я получил второе высшее образование по специальности редактор массовой литературы в Университете печати.

В газету «Вечерняя Москва» я пришел шесть лет назад в качестве редактора отдела истории Москвы. Сюда меня пригласил редактор, с которым я был знаком еще в газете «Вечерний клуб». В настоящее время кроме моей основной работы в «Вечерней Москве» я выпускаю приложения «Детская энциклопедия» при «АиФ».

В 2002 г. получил награду в конкурсе «Золотой гонг» за верность теме. Мне нравится писать материалы по истории, и всегда приятно, когда кто-то их читает и оценивает.

Моя общественно-политическая позиция — это, несомненно, либеральные ценности.

**Возможна ли теория журналистики?**

В нашей редакции работает 45 человек, и половина из них не училась на факультете журналистики. Это говорит о том, что можно стать журналистом без теоретических знаний. Нужно уметь писать и владеть сюжетом. Но журналистское образование мне помогло, так как теория журналистики позволяет ощутить себя в профессии. Ведь неинтересно работать без теоретических знаний.

*Как Вы понимаете тезис Маршалла Маклюэна: «Средство есть сообщение»?*

При утопическом подходе средства могут оправдывать сообщение, если журналист делает все, чтобы быть интересным читателю.

*Если журналистика четвертая власть, то в чем заключается ее властная функция?*

Это просто изящный парадокс. Подобный лозунг придуман для тех журналистов, которым лестно так думать, и тех обывателей, которым не хватает мишеней для кидания грязи в три остальные власти.

Сейчас журналистика — не четвертая власть. Функция власти — диктовать и добиваться своих целей. Журналистика же влияет на сознание людей только тем, что честно или нечестно она показывает событийный ряд. Власть — это всегда насилие, но журналистика его не осуществляет.

*Какой будет журналистика завтра?*

За последние пять-шесть лет изменилось общество, и вместе с ним меняется журналистика. Журналистика — это то, что абсолютно соответствует событиям любого времени, это слепок времени. Сегодня она уже не такая, какой была двадцать лет назад. Если сегодняшние тенденции продолжатся, то той профессии, которая меня соблазнила пятнадцать лет назад не будет. Но предсказывать ее дальнейшую судьбу — вещь нереальная.

*Что привнес Интернет в журналистику?*

Положительное в этом то, что информация доступна, но Интернет — это лишь форма. В настоящее время есть интернет-издания. Бумажная журналистика существует в Интернете. Это предложение того, что известно всем.

Электронные СМИ не уничтожают, а вытесняют другие СМИ из одной сферы в другую.

*Реклама, PR, СМИ — где находятся грани сотрудничества? Как взаимодействуют эти сферы?*

СМИ не могут существовать без рекламы, так как реклама удовлетворяет наши аппетиты только тогда, когда они могут выходить без посторонней поддержки. Реклама — это нелюбимый муж, который приносит домой деньги. Сейчас PR — это любая заметка, и очень трудно отличить заказной PR от естественного.

*Подготовка материала — это творческий процесс или ремесло?*

Это и то, и другое. Ремесло — это инструмент, техническая работа, например набор текста. Но то, о чем я хочу сказать людям — творческий процесс.

*Где брать и как работать с источниками информации?*

Я в основном пользуюсь энциклопедиями, так как в них гораздо больше информации. Источник информации — это не всегда точно знание того, что хочешь узнать. Но при этом я пользуюсь и другими источни-

ками информации. Это могут быть, например, Интернет и другие газеты. Книги и старые журналы помогают найти информацию о тех героях и событиях, которые присутствуют в моих материалах.

*Как Вы подходите к выбору темы?*

Моя тема — это история Москвы, история литературы и журналистики. Я могу написать материал по просьбе редакции, но все же стараюсь писать о том, что мне интересно.

*Как Вы работаете с материалами?*

Если я пишу очерк о какой-либо исторической личности, то я могу пойти в музей, посетить его усадьбу, ищу интересную информацию в книгах и старых архивных документах.

Затем отбираю нужную информацию, что-то еще добавляю. Например, я писал об одном и том же человеке в разные издания, но в каждом материале делал это по-разному. Все материалы требуют одинакового внимания, но нужно учитывать стиль издания, для которого пишете.

*Какими качествами, по Вашему мнению, должен обладать журналист?*

Неумение работать качественно в журналистике меня раздражает. Как правило, два специалиста из трех не обладают добросовестностью и обязательностью.

Журналистика — профессия универсальная, предполагает более или менее успешную работу в разных направлениях. Нет ничего хуже, если ты являешься специалистом лишь в одной области и не способен написать материал по заданию редакции из другой области. Конечно, у каждого журналиста может быть своя любимая тема, но главное для журналиста это универсализм.

## Глава 9

# Будущее профессии — транспрофессионализм

### 9.1. От газетчика к медиасреде

Школьники, которые пришли в этом году в медиаклассы, будут поступать в университеты в ближайшие годы. Абитуриенты факультетов журналистики, которым нынче посчастливилось стать обладателями студенческих билетов, получают диплом через пять лет, уже в другую информационную эпоху. Нынешние школьники тем более уже будут работать с другими технологически обустроенными медиа.

Да и сегодня само понятие «журналистика» уже все больше уходит в термин «медиасреда», т.е. в «то, что нас окружает повседневно, — утверждают исследователи. — Это совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакultura, т.е. сфера, которая через посредничество СМК связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей. Словом, влияет на общественное сознание»<sup>1</sup>.

Но ведь еще совсем недавно было удивительное слово «газетчик», затем пришли «электронные СМИ», потом «информационное пространство», «коммуникативистика», «киберпространство», «интернет-журналистика». Можно по-разному относиться к появлению новых понятий, расширяющих основное понятие «журналистика», или «журнализм». Но главное — это свидетельство динамичного развития данной области деятельности, за которой необходимо успевать системе непрерывного образования и, более того, опережать ее.

В настоящий момент журналистика находится в состоянии, которое условно можно определить термином «русский транзит». Его ввели политологи, чтобы охарактеризовать условия, в которых

---

<sup>1</sup> См.: Кириллова Н. Медиасреда российской модернизации // ТелеЦЕНТР. 2005. № 5 (13). С. 45.

трансформируется медиасреда в современный переходный период. Такой же переходный период переживает и система непрерывного журналистского образования, которая существует скорее де факто, но отчетливо выполняет свои функции.

К числу очередных мифов относит этот факт декан факультета журналистики Воронежского государственного университета профессор В.В. Тулупов. Свое мнение он формулирует следующим образом: «Факультеты журналистики, имеющие и развивающие богатые традиции, давно разработали такую систему. Она включает: специализированные (10-й и 11-й) классы, подготовительные отделения (годовичное обучение по предметам вступительных испытаний: творческий конкурс, литература, русский язык, иностранный язык и др.), основные образовательные программы (в том числе и второе высшее образование), программы профессиональной переподготовки (на базе непрофильного высшего образования), дополнительные образовательные программы (школы, курсы, семинары) и т.д.» <...> Но «вышесказанное вовсе не означает, что «в нашем королевстве» все спокойно и благополучно. Отнюдь нет»<sup>1</sup>.

Поэтому все, кто сегодня занимается подготовкой кадров в СМИ, осознают свою ответственность перед отраслью и понимают, что должны работать на опережение, т.е. предлагать ей специалистов, которые будут ею востребованы в новых условиях медиасреды. Прежде всего, они исходят из того, «что медиасреда российской модернизации неоднородна и состоит из трех составляющих: глобальная, общероссийская и региональная, каждая из которых вносит свою лепту в процесс модернизации»<sup>2</sup>.

Опережение в образовании возможно, если за точку отсчета брать условия работы журналиста в информационную эпоху. При этом необходимо учитывать, что она «связана, прежде всего, с глобальной медиасредой, созданием единого мирового информационного пространства. Речь идет по сути о новой информационной цивилизации, связанной с колоссальным, не виданным ранее влиянием современной «индустрии информации» буквально на все стороны общественной жизни»<sup>3</sup>.

Эти параметры и закладываются в подготовку специалистов, при этом учитывается, что если вчера в журналистике приоритеты были отданы печатным СМИ, затем электронной культуре, т.е. ра-

---

<sup>1</sup> Тулупов В.В. Состояние российских СМИ и журналистского образования в переходный период//Акценты. Воронеж. 2004. № 5—6 (48—49). С. 4.

<sup>2</sup> Кириллова Н. Медиасреда российской модернизации//ТелеЦЕНТР. 2005. № 5 (13). С. 45.

<sup>3</sup> Там же.

дио, кино, телевидению, видео, то теперь на лидирующие позиции стал выходить Интернет. В сфере «интеллектуальной» коммуникации начинается переустройство, которое равным образом уже затронуло все средства массовой информации, печать в том числе.

«Интернет изначально создавался как средство свободной глобальной коммуникации», — утверждает американский социолог Мануэль Кастельс и проводит следующие цифры. Если в 1995 г. в мире насчитывалось 10 млн пользователей Интернета, к концу 2003 г. их стало около 700 млн, а в 2005 г. их количество, по его мнению, достигает миллиарда, даже если учитывать громадную разницу между развитыми и развивающимися странами. Интернет, по мнению М. Кастельса, «это не просто метафора, это технология и орудие деятельности», хотя, в первую очередь, он является «универсальным социальным пространством свободной коммуникации»<sup>1</sup>.

В предисловии к русскому изданию своей книги «Галактика Интернет» он утверждает, что «в России происходит одновременно несколько переходных процессов. Один из самых значимых — технологический и организационный переход к информационному обществу. Богатство, власть, общественное благополучие и культурное творчество России XXI века во многом будут зависеть от ее способности развить модель информационного общества, приспособленную к ее специфическим ценностям и целям»<sup>2</sup>.

Как бы там ни было, глобальная медиасреда заставляет задуматься не только о власти медиа над обществом, но и о тех судьбах, кто эту власть будет осуществлять в киберпространстве мультимедийности и многообразия культур. Насколько сами журналисты или работники медиасреды, как могут начать их называть в самое ближайшее время, смогут сформировать свою новую идентичность в информационной эпохе, какими навыками и умениями они должны обладать и насколько те будут разниться от нынешних требований, предъявляемых к квалификации профессионала сегодня в рамках существующей подготовки кадров.

Последний вопрос далеко не праздный, так как система непрерывного журналистского образования сегодня закладывает в планы своего грядущего переустройства интенсивное развитие подсистемы, рассчитанной на работающую категорию. Это видно по той активности, с которой функционирует послевузовское образование во всем многообразии своих форм. Но при этом она не сбрасывает

---

<sup>1</sup> См.: *Кастельс М.* Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004. С. 6—9.

<sup>2</sup> *Кастельс М.* Указ. соч. С. 5.

со счетов и другие составные части системы: довузовское и вузовское образование.

Анализируя российскую медиасреду в условиях становления информационного общества, образовательное сообщество также обращает внимание на специфику ее субъектов, среди которых на первый план выходит управление информационно-коммуникационной сферой. Как следствие, медиаменеджмент начинает формироваться в самостоятельное образовательное направление, равно как правовые аспекты журналистского законодательства.

Поэтому вполне логично утверждать, что система непрерывного журналистского образования использует свой переходный период для определения наиболее необходимых индустрии СМИ направлений подготовки кадров, чтобы в самое ближайшее время предложить их для широкой аудитории как высококачественную услугу.

Таким образом, будущее журналистики и соответственно непрерывного журналистского образования определяют следующие факторы:

- медиаобразование: между массовым и элитарным;
- транспрофессионализм — управление знаниями;
- управление знаниями и информационные технологии;
- общериторическая подготовка — первая ступень транспрофессии;
- медиаменеджмент — специализация настоящего и будущего;
- от стандартизации СМИ — к сертификации журналистов;
- парадигма «интеллектуальной коммуникации» — внедрение с раннего возраста.

## 9.2. Понятие транспрофессионализма

Сегодня имеет место революционный процесс — «революция мастерства», связанная с постиндустриальным этапом развития общества. Такую точку зрения разделяет директор Центра изучения руководства Бингхэмтонского университета (штат Нью-Йорк, США) Б.М. Басс<sup>1</sup>. Он выделил четыре основных этапа эволюции основных форм организации работы (совместной деятельности):

- «Век генералистов», разделенный на два периода: первый приходится на палеолит и ранний неолит (простейшая кооперация при охоте, рыбной ловле; разделение труда по полу,

---

<sup>1</sup> Bass B.M. Continuity and change in the evolution of the work and human resource management // Human resource management. Ann Arbor, 1994. Vol. 33, № 1. P. 3—31.

возрасту в соответствии с традициями); второй — на поздний неолит, железный и бронзовый век (семейное ведение сельского хозяйства, возникновение права собственности).

- «Век ремесленников», охватывающий период с «осевого времени» до эпохи Ренессанса включительно (специализация на основе обучения и развития способностей, использование рабского труда, развитие института собственности, роль государства и церкви как организаторов сложных систем деятельности).
- «Век специалистов и малоквалифицированных рабочих» начинается с коммерческой революции, которая в эпоху Великих географических открытий приобрела глобальный характер, что потребовало принципиально нового отношения к подготовке и использованию человеческих ресурсов. Промышленная революция привела к возникновению массового машинного производства (труд на фабриках с фиксированным временем, иерархические системы управления, узкая специализация и серийное производство, оценка труда руководителями).
- «Век командной работы и самопомощи» связан с постиндустриальной революцией, обусловившей автоматизацию производства, возрастание роли сервисных сфер экономики, информатизацию, широкое использование многофункциональных команд.

Подобная периодизация исторического процесса основывалась на изменениях организации деятельности, т.е. типа совместной деятельности. «Век генералистов» характеризовался совместно-взаимодействующей деятельностью. «Век ремесленников» — совместно-индивидуальной деятельностью. «Век специалистов и малоквалифицированных рабочих» — совместно-последовательной деятельностью. Постиндустриальная эпоха («век командной работы и самопомощи») характеризуется новым типом организации деятельности — совместно-творческой.

По мнению специалистов по HR<sup>1</sup>, динамика совместно-творческой деятельности сопровождалась последовательной трансформацией в XX веке организационных культур (бюрократической,

---

<sup>1</sup> *Управление персоналом*. Под ред. Т.Ю.Базарова, Б.Л.Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2001; *Минеева Т.М.* Управление персоналом: Учебное пособие. Томск, 2003; *Молл Е.Г.* Управление карьерой менеджера. СПб. 2003; *Беляцкий И.П., Велеско С.Б., Ройша П.* Менеджмент персонала 2000. Минск, 1998; *Логинава А.Ю., Гутгарц Р.Д.* Кадры из жизни менеджера по персоналу. М., 2004; *Модели и методы управления персоналом: российско-британское учебное пособие* / Под ред. Е.Б. Моргунова. М., 2001; *Моргунов Е.Б.* Управление персоналом: исследование, оценки, обучение. М., 2000.

органической и предпринимательской), на основе которых возникает партиципаторная<sup>1</sup> (от *англ.* participation — участие) организационная культура, находящая воплощение в творческих корпорациях, что является признаком осуществления процесса «глобальной профессиональной революции»<sup>2</sup>.

Основные характерные черты совместно-творческой деятельности таковы:

- принцип индивидуального творчества, предусматривающий постоянное развитие способностей каждого индивидуума (через обучение действием, включенностью в системы непрерывного образования и самообразования);
- принцип социального творчества, предполагающий разработку и институционализацию необходимых для решения стоящих задач социальных структур;
- принцип культурного творчества — ориентация в совместной деятельности на высшие культурные достижения, на инновационные процессы и изобретательства;
- принцип социально-ответственного творчества, означающий ответственность человека перед другими и самим собой.

По сути, речь идет о формировании нового типа профессионализма — транспрофессионализма.

Транспрофессионализм — коллективно-распределенная способность рефлексивно связывать и сорганизовать представителей различных профессий для решения комплексных проблем. Под транспрофессионализмом П.В. Малиновский (автор термина) понимает новый тип профессионализма: его характерные черты — трансдисциплинарность исследования, рефлексивность, ориентированность на практику, умение работать командами, умение привлекать из сетей необходимые знания и недостающие компетенции, установка на фактически тотальное развитие для того, чтобы найти комплексное уникальное решение проблемы<sup>3</sup>.

Свойства транспрофессионализма были впервые выделены на основании анализа профессий менеджера и менеджера по персона-

---

<sup>1</sup> Партиципаторная модель — порядок формирования и осуществления публичного управления снизу вверх, в которое максимально возможно включены рядовые граждане.

<sup>2</sup> См.: Малиновский П. Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий. Российское экспертное обозрение «Векторы развития российской науки» № 3 (21), 2007 [электронный ресурс] <http://www.rusrev.org/content/review/default.asp?shmode=2&ida=1761&ids=32>.

<sup>3</sup> Там же.

лу, однако вследствие глобального характера процесса транспрофессионализации логично предположить, что и журналистская деятельность обладает этим свойством.

### 9.3. Медиаобразование: между массовым и элитарным

Понятие «журналистское образование» все чаще трансформируется в термин «медиаобразование», которое в данный момент можно рассматривать как его синоним. Однако в условиях массового внедрения информационных компьютерных технологий оно воспринимается несколько шире, чем журналистская подготовка.

Правда, можно предположить, что журналистика как вид деятельности становится более широкой профессией, объединяющей любителей и профессионалов. Однако так было буквально с первых шагов ее появления. Но сегодня несколько другие масштабы: любителями становится практически все общество, тогда как профессионалы, объединенные понятием «журналистика», представляют целый спектр специализаций, расширяющих это понятие и требующих серьезной квалификации, а следовательно, и подготовки.

При таких допусках возможно совпадение этих понятий, во всяком случае, их синонимичность — это явление сегодняшнего дня. Другое дело: от того, на любительском или профессиональном уровне владеет своей профессией индивидуум, зависит воздействие СМИ как на отдельного человека, так и на общество в целом. Исследователи отмечают, что «размывание границ между «массовым» и «элитарным» стало отличительной чертой культурной парадигмы информационного общества, ориентированного на всеядность идей и компромисс эстетических позиций. Компьютерные и телекоммуникационные технологии становятся своеобразным инструментом информационной, политической и духовной экспансии, средством для создания новых социальных мифов»<sup>1</sup>.

М. Маклюэн когда-то отметил: «Чтобы быть по-настоящему грамотным, надо быть грамотным в мире медиа...»<sup>2</sup>.

Время подтверждает правоту знаменитого канадского социолога. Однако сегодня, как никогда, надо определиться, что такое медиаобразование, в чем его сущность и характерные особенности, как оно соотносится с журналистским образованием. Появившиеся в

---

<sup>1</sup> Кириллова Н. Что такое медиакультура//ТелеЦЕНТР. 2005. № 4 (12). С. 20.

<sup>2</sup> Цит. по: Кириллова Н. Указ. соч.

последние годы исследования, которые вовлекают в свою сферу не только журналистов, но и педагогов, психологов и социологов, позволяют утверждать, что самым активным образом ученые пытаются внести ясность в данную ситуацию.

Этому во многом помогает накопленный в стране опыт профессионального и массового медиаобразования. Созданная Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России, президент которой доктор педагогических наук, профессор А.В. Федоров способствует появлению разнообразных научных исследований по данному вопросу. Свой вклад вносит специализированный журнал «Медиаобразование», который издается с января 2005 г. Идею медиаобразования активно поддерживает ЮНЕСКО через Российскую программу «Информация для всех».

Именно при поддержке ЮНЕСКО на факультете журналистики МГУ в сентябре 2003 г. прошла международная конференция «Медиаобразование в XXI веке». По итогам дискуссии была принята Декларация о совместной деятельности в области медиаобразования на 2004—2005 гг.

В ней получила одобрение базовая программа преподавания, рассчитанная на различные категории граждан, прежде всего учащихся высшей и средней школы, — «Российский модуль медиаобразования». В этой программе представлены несколько уровней обучения — от привития первичных навыков пользования СМИ до развития культуры самостоятельного выпуска печатных изданий и аудиовизуальных программ.

Надо заметить, что в отношении концептуальных ориентиров, структуры и содержания «Российский модуль» отличается от своих зарубежных предшественников. Например, в британской модели медиаобразования, которая широко признана на международном уровне, главный упор делается на использование продукции СМИ и индивидуальную защиту от их негативного воздействия на личность.

Авторы российского варианта, как отмечается в материалах конференции, которые изложены в специальном выпуске журнала «Информационное общество», считают важным обучать еще и творческому участию в журналистской практике. При этом особая роль возлагается на факультеты журналистики. Им предстоит взять на себя внедрение программ массового медиаобразования, разрабатывать для него литературно-методическое обеспечение, готовить кадры для специалистов-преподавателей<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: *Информационное общество*. М., 2003. № 3.

Задача эта не из простых, так как есть определенное расхождение между теорией журналистики и педагогической практикой в целевых установках профессионального и массового медиаобразования.

Медиаобразование, каким оно видится сегодня исследователям, — это комплексный процесс. Оно тесно связано не только с теорией журналистики, педагогикой, но и с другими областями гуманитарного знания, такими как культурология, искусствоведение, информатика, политология, социология, психология.

«Медиаобразование, — считает Н. Кириллова, — не только воздействует на формирование медиакультуры личности, но и существенно влияет на ментальную идентичность молодого поколения россиян, а это доказывает, что медиакультура личности — сложное понятие, включающее информационную, политическую, нравственную и эстетическую составляющие».

Далее она утверждает, что это один из путей интеграции России с Западом. Это «означает не только модернизацию экономики, улучшение законодательства и т.д., но и очередную ломку ценностей. Призыв «жить, как в Европе» невозможно осуществить без принятия европейской шкалы ценностей. Осуществление этого проекта требует углубления демократических принципов, проведения дальнейших реформ по укреплению демократических институтов»<sup>1</sup>.

С этим вполне резонно согласиться, так как процесс «выравнивания» в подходах восприятия мира происходит достаточно интенсивно на глазах современного поколения, вовлекая его в модернизацию социокультурной среды России на рубеже XX—XXI веков. Первоочередными задачами его стали:

- компьютеризация массовых библиотек, музеев, архивов;
- создание общедоступных баз и банков данных в области гуманитарных и социальных наук;
- создание широкой сети культурно-информационных центров в регионах страны;
- создание и развитие русскоязычного сектора в Интернете;
- обеспечение информационной безопасности личности, общества, государства.

Безусловно, в этом процессе участвуют самые разные социальные слои общества, приобщаясь к работе с информацией. По сути, каждый гражданин в той или иной степени овладевает навыками журналистского труда: как создавать текст, так и воспринимать его. В связи с этим особо актуальным становится вопрос о роли медиакультуры как уникального явления информационной эпохи. Это

---

<sup>1</sup> Кириллова Н. Что такое медиакультура//ТелеЦЕНТР. 2005. № 4 (12). С. 21.

своего рода знаковая система, «код», с помощью которого передается информация об окружающем человека мире и формируется новое мышление. А это в свою очередь ставит новые задачи перед теорией и практикой медиаобразования или непрерывного журналистского образования как фактора социализации личности, а не только квалификационной характеристики.

Тем самым четко обозначаются два подхода к журналистской продукции: ее создание и потребление, или восприятие. В этом случае и появляются оттенки в данных понятиях, их относительные различия. Если речь идет о непрерывном журналистском образовании, на первое место выходит формирование творческих навыков, необходимых для создания журналистского текста. Если акцент сделан на медиаобразовании, это означает, что необходимо обучать воспринимать тот продукт, который сегодня предлагает печать, радио, телевидение.

Рассматривая деятельность факультетов журналистики в ретроспективе, можно увидеть, что они в большей степени во все времена занимались медиаобразованием. Анализ реальной практики, исследование творчества публицистов современности, обзоры журналистской продукции — это обязательные виды студенческих работ. Подготовка журналистского текста также присутствовала как форма обучения, но она всегда была вторичной. Хотя все споры и велись вокруг именно этой составляющей учебного процесса.

Таким образом, можно утверждать, что медиаобразование всегда было основой в подготовке журналистов. Сегодня оно сохраняет свои позиции и приобретает новые оттенки. Они появляются в результате восприятия реальной журналистской действительности нашей страны и анализа зарубежного опыта. Именно таковым следует считать индивидуальную защиту от негативного воздействия СМИ на личность как одно из перспективных направлений современного журналистского образования. В некоторых учебных заведениях уже читается курс, получивший название «медиакритика».

Безусловно, зарубежный опыт во многом влияет на развитие медиаобразования в нашей стране. Но и имеющаяся практика позволяет утверждать, что отечественная специфика уже явно в нем просматривается.

Согласно мнению ряда российских исследователей медиаобразование в современной России можно разделить на следующие основные направления:

- медиаобразование будущих профессионалов (журналистов, кинематографистов, медиакритиков, редакторов, менеджеров, продюсеров и т.д.);

- медиаобразование будущих педагогов в педвузах и университетах, в системе ИППК;
- медиаобразование как составная часть общего школьного образования школьников и студентов;
- медиаобразование в культурно-досуговых центрах;
- дистанционное медиаобразование;
- самостоятельное (непрерывное) медиаобразование, осуществляемое в течение всей жизни.

Эта вполне приемлемая схема, вбирающая все составные части непрерывного журналистского образования: довузовское, вузовское и послевузовское образование, если говорить о его этапах. Но если за основу взять уровень освоения профессии, то тогда оно будет представлено массовым или любительским и профессиональным или элитным. Журналисты всегда были информационной элитой общества. Таковой они и остаются, функционируя в условиях формирующейся медиакультуры и осознавая это.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Смещение к полюсу культуры***

*Из статьи Н. Кирилловой «Что такое медиакультура»*

Медиа (от латинского «media», «medium» — средство, посредник) — это термин XX века, введенный канадским социологом М. Маклюэном для обозначения феномена «массовой культуры» («mass-media»). Что касается понятия «медиакультура», то это детище современной культурологической теории, обозначающее особый тип культуры информационной эпохи, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью.

Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и показателем уровня развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа.

<...>

Как известно, феноменами эпохи модерна стали массовая печать, фотография, телеграф, телефон, радио, кино, чуть позже телевидение.

Был взят курс на «массовую грамотность», построены тысячи библиотек и театров, издательств, кино- и телестудий и т.д. Составляющими постмодернистской (информационной) цивилизации стали: кабельное и спутниковое ТВ, видео, компьютерные каналы, Интернет, цифровое кино, электронная почта, сотовая связь, CD-ROMы, DVD... Все то, что смешивается, пополняется, комбинируется, расширяя социальную память индивида, общества, всей планеты на наших глазах. Идет формирование «планетарного», «глобального» мышления. Активной участницей этого процесса является медиакультура.

Российскую медиакультуру следует рассматривать в контексте развития западноевропейской. И это не противоречит логике социальной эволюции. В своей последней книге «Раздумья о России» Д.С. Лихачев говорил о связи наших культур на протяжении многих веков: «Русская культура всегда была по своему типу европейской и несла в себе все три отличительные особенности, связанные с христианством: личностное начало, восприимчивость к другим культурам (универсализм) и стремление к свободе» (СПб., 2001. С. 32).

Исследования социокультурной ситуации в постсоветской России показывают, что интенсивное развитие медиакультуры, в особенности электронной, аудиовизуальной, все более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития творческих способностей личности. Последнее сегодня очевидно, так как компьютер и Интернет предоставляют человеку возможность индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих идей, используя преимущества «виртуального» мира, так и с целью познания «другого». «Инфосфера», «киберпространство» формируют и новый тип личности.

Уровень развития современных средств массовой коммуникации и специфика их всестороннего воздействия на личность доказывают, что медиа — один из факторов практической реализации теории «диалога культур», разработка которой была начата М. Бахтиным и продолжена Ю. Лотманом, В. Библером и другими исследователями.

<...>

Именно В. Библеру принадлежит ныне широко известный тезис о том, что на рубеже XX—XXI веков обозначилось отчетливое «смещение эпицентра всего человеческого бытия — к полюсу культуры». Следуя идеям М. Бахтина, В. Библер утверждал, что «разум культуры актуализируется именно как разум общения (диалога) логик, общения (диалога) культур».

*ТелеЦЕНТР. 2005. № 4 (12). С. 21*

## 9.4. Транспрофессионализм — управление знаниями

В определенной степени элитарность профессии заставляет раньше других осознать, что наше общество уже живет в мире медиа, и соответственно донести до широкой аудитории, что он собой представляет. Расширяющаяся система массовых коммуникаций обещает обществу «информационный взрыв», основными характеристиками которого являются хаотичность, беспредельность и избыточность. В первую очередь это должен понять профессионально подготовленный журналист. Он проецирует на себя усложняющиеся социальные связи и модели постсовременной идентичности и, как следствие, заставляет себя обратиться к пониманию медиакультуры, ее роли в современной эпохе.

Более того, он задается вопросом: какими знаниями, умениями и навыками необходимо обладать, чтобы соответствовать эпохе медиа и профессионально выполнять свои обязанности в новой информационной реальности. Это уже признает и власть. Выступая на Всемирном конгрессе информационных агентств «Информация: вызовы XXI века» в сентябре 2004 г. Президент России отметил, что средства массовой информации напрямую влияют на «процессы глобализации, за счет которых расширяется рынок..., растет координация международных усилий во всех сферах нашей жизни. Когда мы говорим о глобализации, то имеем в виду и единое информационное пространство».

Впервые были обнародованы и показатели российского медиарынка: в стране работает 2240 телекомпаний, 1453 радиостанции, выпускается более 40 тысяч газет и журналов. Однако это не означает стабильности рынка, так как многие информационные коллективы, не успев появиться, тут же распадаются.

Что касается непосредственно самих журналистов, то потребность в них существенно возросла, и им не составляет труда устроиться на работу. Но также не сложно ее и потерять по разным причинам, конечно. В то же время намного меньше стал уровень требований к их квалификации. Как следствие, привычным явлением становится внутренняя миграция профессиональных работников СМИ.

Поэтому именно они в первую очередь ощущают на самих себе действия парадоксов «четвертой власти», призванной выполнять функции «социальной экспертизы» в условиях свободы слова и печати. Известный журналист А. Рубинов пишет: «Унизительность жур-

налистской профессии побудила не одного мастера пера покинуть профессию. Про них в самые-то лучшие журналистские времена говорили: «Этот — пишущий». Есть редакции, которые сегодня состоят сплошь из закончивших среднюю школу или технический вуз и которые считают — это вовсе не профессия: сел — и написал статью»<sup>1</sup>.

Следовательно, если человек пришел в профессию, решил остаться в ней и занять достойное положение, он должен прежде всего профессионально работать в журналистике. Транспрофессиональный подход к своему делу, пожалуй, единственный выход из создавшейся ситуации, который позволит состояться в профессии.

Освоение его начинается с умения анализировать современную российскую ситуацию. Сконцентрировав внимание на тех тенденциях, которые снижают потенциал журналистики как «четвертой власти», человек делает осознанный выбор: остаться в профессии, уйти из нее или, наконец, остаться, но при этом постараться что-то в ней изменить к лучшему.

Принять такое решение гораздо проще, если владеть материалом на данную тему. Тем более, что в последнее время появились исследования, дающие представление о происходящем в мире СМИ. Так, одним из них является российско-канадский проект (2001—2003 гг.), инициированный Международным пресс-клубом, факультетом журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова и Союзом журналистов России.

Выводы, к которым пришли его авторы, следующие.

- Глобализация коммуникации изменяет структуру информационных потоков. Идет процесс унификации информации. Восприятие людей притупляется, им необходим все более сильный раздражитель, что приводит к «психопатизации» населения, девальвации цены информации.
- Усиливается процесс стандартизации информации, поскольку все редакции включены в единую глобальную информационную систему, отструктурированную по принципу «центр — периферия».
- Инструментализация, или ангажированность, свидетельствуют об экономическом давлении на журналистику, которая вовлечена в систему рыночных отношений.
- Одной из ключевых в процессе развития глобальных сетей становится проблематичность достоверности самой информации.
- Возрастают манипулятивные возможности СМИ, в особенности в период социально-политических кризисов.

---

<sup>1</sup> Рубинов А. Без зарплаты//Журналист. 2005. № 9. С. 54.

- Идет процесс политизации прессы или медиатизации политики, что приводит к ослаблению силы воздействия СМИ на общество, а политика превращается в игру на публику<sup>1</sup>.

Бесспорно, результаты данного и подобных ему исследований вызывают беспокойство состоянием современной российской журналистики. Основная мысль, которая звучит во многих публикациях, — это то, что журналистика забывает о своем общественном предназначении. Но вместе с тем поставленный диагноз — хорошее подспорье для выстраивания стратегии подготовки кадров на всех ступенях системы непрерывного журналистского образования.

Для тех, кто считает необходимым постоянно учиться в процессе работы, — это учебная программа для освоения транспрофессиональных навыков и умений. Следует заметить, что журналисты центральных изданий это осознали уже в большей степени, так как динамичность в СМИ мегаполисов более ощутима и задела уже достаточное число профессионалов журналистского цеха.

Региональные журналисты, находясь в более стабильной и открытой местной медиасреде, еще не в полной мере ощущают ветер перемен. В этом убеждает собственный опыт проведения VIP-Media Клуба в Перми.

Однако проблемы регионалистики не могут быть в стороне от процесса глобализации. Среди руководителей и ведущих журналистов региональных СМИ уже есть лидеры общественного цехового мнения, которые понимают, что будущее за теми из них, кто сегодня начинает критически пересматривать свои знания и выходить на качественно новый уровень профессии.

Тем самым, особое внимание в процессе модернизации медиаобразования приобретает фактор социализации личности журналиста, обеспечивающий ему транспрофессиональный уровень овладения профессией.

Сегодня журналистика — это одна из самых динамично развивающихся областей. Даже исследователи, специализация которых предполагает постоянное изучение СМИ, порой не успевают за теми изменениями, которые происходят в них. Включенному в процесс создания информационного продукта специалисту тем более трудно абстрагироваться и увидеть глазами стороннего наблюдателя, что происходит в профессиональном сообществе.

Однако недостаток этого знания порой является существенным тормозом как для выбора единственно правильной стратегии разви-

---

<sup>1</sup> См.: *Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций*/Под ред. А.Н.Чумикова и др. М., 2003.

тия того или иного средства информации, так и для определения главного направления личного развития. Выход видится в овладении навыками управления знаниями, которые позволяют овладеть следующим уровнем журналистского транспрофессионализма.

Понятие это достаточно новое и предполагает создание таких условий, когда люди смогут получать нужные им знания и информацию в нужное время, чтобы выполнять свои задачи. Оказывается, управлять знаниями можно.

Первый подобный опыт был получен при обучении журналистов в Черноморском филиале МГУ имени М.В. Ломоносова в Севастополе, открытом в 1999 г.

Дело в том, что отделение журналистики должно было обеспечить достаточно высокий уровень подготовки кадров в необычных условиях. В основном преподавание ведется все эти годы вахтовым методом, что означает принципиально другую организацию учебного процесса.

Приехавший преподаватель за четко обозначенный непродолжительный срок предлагает аудитории материал семестрового курса. Студенты должны его изучить и по окончании командировки профессора сдать ему экзамен или зачет. Затем приезжает следующий преподаватель, и студенты знакомятся с новым учебным курсом. За семестр студенты филиала выполняют ту же учебную программу, что и те, кто обучается на факультете журналистики МГУ в Москве.

Как видим, вместо параллельного изучения программных предметов волею обстоятельств было введено последовательное преподавание. Организационные моменты заставили задуматься о технологических подходах, которые не позволили бы снизить уровень подготовки кадров и сохранить стандарты Московского государственного университета.

Это удалось сделать, используя «Knowledge Management», или «Управление знаниями», которое как понятие вошло в практику менеджмента не так давно — в 1999 г., и сразу было взято на вооружение организаторами отделения журналистики ЧФ МГУ в Севастополе. Оно предполагало прежде всего смену акцентов, что и удалось сделать.

Обычно главный упор делается на создание структуры образования, в которую включается обучающийся. Но система непрерывного журналистского образования точкой отсчета берет как раз человека, которому нужны те или иные знания, и под него создает структуру.

В данном случае оболочка была задана учебным планом факультета журналистики МГУ, но варьировать можно было на уровне его содержания, что предлагали обстоятельства, т.е. другая, последовательная форма изложения обязательного материала. Это позволило практически каждому студенту выстроить его личную программу развития, в которой, как в фигурном катании, были и обязательная и творческая программы.

В итоге за десять лет работы кафедры удалось создать свою научную школу и определить актуальные направления исследований. На сегодняшний день состоялось пять выпусков студентов, которые оставили кафедре почти сотню качественно выполненных дипломных работ. Многие из них по окончании получили «красные» дипломы. Большая часть выпускников осталась работать в регионе, тем самым они способствуют укреплению связей кафедры с практической журналистикой Крыма и в первую очередь Севастополя.

На кафедру пришли молодые преподаватели, которые за этот период сумели подготовить научные диссертационные работы. Темы их диссертаций были составными частями общей научно-исследовательской работы кафедры. Работая со студентами по той или иной теме, они тем самым руководили малыми научными коллективами, приобретая параллельно и менеджерские навыки, которые так же необходимы молодому преподавателю, как и начинающему исследователю.

Эти результаты стали возможны, так как в основу деятельности отделения был положен принцип управления знаниями, которые представляет собой целое направление и включает разные процессы. К ним следует отнести обмен знаниями, управление внешними потоками информации, обучение, структуризацию знаний на отделении журналистики и создание архивов и баз данных, совместную работу в сообществах студентов и преподавателей, управление взаимоотношениями со студентами и многое другое. А то, какие именно знания и информация становятся объектом управления, зависит от кафедры журналистики, развивающей это направление внутри коллектива, и тех научных приоритетов, которые ею были выбраны на протяжении этих десяти лет.

На практике управление знаниями используется для решения таких задач, как сохранение знаний и опыта сотрудников кафедры журналистики и студентов. Это первоочередное дело. Затем поэтапно были реализованы следующие задачи: улучшение взаимодействия между научными творческими подразделениями, созданными на кафедре, расширение сферы деятельности кафедры и инноваций, улучшение качества образовательных услуг, предлагаемых пре-

подавателями студентам и слушателям организуемых кафедрой курсов, более эффективное принятие коллективных решений. Так, в последние годы как дополнительное образование кафедра журналистики ввела обучение PR-специалистов. Но еще с первых лет работы совместно с газетой «Флаг Родины» кафедра начала активно заниматься довузовским образованием. Оно включало школу юного журналиста на базе редакции, лекции в школах города, сотрудничество с журналистским классом городского лицея, конкурсы юных журналистов «Проба пера» и т.д.

Все эти годы кафедра журналистики ЧФ МГУ исходила из установки, что если цели управления знаниями соответствуют стратегическим задачам коллектива, то должен быть и соответствующий эффект. И десятки публикаций в печати, новые лица на телеканалах города и региона, интересные программы в радиоэфире — неплохой результат за десять лет.

Это свидетельство того, что ставка была сделана на овладение транспрофессиональными навыками и умениями, позволяющими студентам гибко перестраиваться в предлагаемых условиях региональной журналистики. Сначала они учились концентрировать внимание на тех тенденциях, которые характерны для сегодняшней журналистики, как в глобальном масштабе, так и конкретно в своем регионе. Полученный материал стал основой дипломных работ, востребованных журналистским сообществом.

Затем они овладевали навыками управления знаниями, что вовлекало их в процесс непрерывного журналистского образования и позволяло увидеть свои перспективы в профессии и найти рабочее место, отвечающее запросам и возможностям каждого. Причем многие из почти ста студентов, окончивших филиал за эти годы, нашли свою нишу в журналистике буквально с первых курсов.

## 9.5. Управление знаниями и информационные технологии

Как показал опыт работы кафедры журналистики Черноморского филиала МГУ имени М.В. Ломоносова, процесс управления знаниями включает две составляющие: организационную и технологическую. Организационная часть — это политика, которую проводит кафедра все эти годы в области управления знаниями, используя разнообразные внутрикорпоративные управленческие рычаги и процедуры. А технологии помогают осуществлять эти управленческие процедуры, но заменить они их не могут, в чем приходилось убеждаться на каждом шагу.

Кафедра использовала в своей работе два подхода к управлению знаниями — кодификацию (people-content-people) и персонализацию (people-to-people). Их различия, как можно было убедиться, во многом определяются степенью использования информационных технологий.

Хорошее компьютерное и телевизионное оснащение кафедры журналистики позволяет использовать метод кодификации (codification), который предполагает обязательную формализацию тех знаний и информации, которые особенно важны для коллектива. Это — архивация знаний. При помощи определенных процедур студенты под руководством преподавателей все эти годы занимались формализацией части своих знаний. Они писали курсовые и дипломные работы, создавали архивы своих публикаций и конкурсных работ на тему «Россия — Украина: шаги навстречу» на электронных носителях и помещали их в базы данных.

Все эти материалы находятся в открытом доступе, и студенты последующих курсов могут воспользоваться ими при подготовке своих работ. Это создает преемственность в исследовательской работе, позволяет проверять обозначенные ранее тенденции в развитии журналистики, дополнять материал и постоянно быть в теме.

Как результат этой работы — комплексный проект «Учебники нового поколения на CD». На данный момент собраны материалы для более чем пятнадцати учебных курсов по актуальным проблемам журналистики, которые представлены в учебном плане. Сейчас работа находится на стадии создания визуального языка подачи учебного материала, отрабатывается методика и технология новых образовательных пособий на электронных носителях.

Этому во многом способствует метод персонализации, который подразумевает непосредственное общение студентов и преподавателей на научных конференциях, рабочих собраниях, фокус-группах, разного рода мероприятиях типа Team building. Живое общение дает больше возможностей раскрыть неформальные истинные знания студентов и преподавателей, чем знания, преобразуемые в документы и сохраняющиеся в письменном или электронном виде. Так, за эти годы обязательным элементом управления знаниями стало проведение летних школ, фокус-групп, кафедральных конференций, участие в межуниверситетских мероприятиях и многое другое.

Анализируя свой опыт работы, кафедра журналистики ЧФ МГУ имени М.В. Ломоносова определила, какой из двух способов управления знаниями для нее наиболее эффективен. Она пришла к выводу, что хороши оба, если они работают сообща.

Профессионализм в значительной степени определяется профессиональной образованностью, т.е. высшим образованием, которое базируется на модели специалиста как норматива планируемых качеств выпускника.

Модель специалиста является образом и аналогом его деятельности, представленной через характеристики условий функционирования и существования совокупности соответствующих специалистов и должна определять систему задач, которые встают перед специалистом после окончания обучения. Руководители СМИ региона в ответах на вопросы анкеты, разосланной в качестве пробного опроса, считают, что именно выпускники отделения должны донести до сотрудников редакции, что информационные технологии являются основным фактором успеха управления знаниями, а значит и профессиональной деятельности.

Конечно, по мнению некоторых отвечающих, их можно отнести к организационным инструментам, равно как и к культурным традициям в редакции, но наиболее важной специфической чертой журналистской профессии является ее универсальность, т.е. сочетание узкопрофессиональных качеств, связанных с подготовкой журналистских материалов со способностью быстро осваивать разнообразные профессиональные области.

К числу узкопрофессиональных требований сегодня добавляется умение уверенно использовать в своей деятельности телекоммуникационные и компьютерные технологии. Именно с молодыми специалистами они приходят в редакции, заставляя работающих журналистов овладевать компьютерными технологиями и совершенствовать эти навыки. Это существенно сказывается на повышении профессионального уровня всего редакционного коллектива, а следовательно, и его продукта — газеты, телевизионной передачи, радиоэфира.

Важную роль играют тенденции развития профессии. Журналистика продолжает оставаться одной из наиболее престижных профессий, но наметились тенденции изменения форм ее осуществления за счет включения коммуникативных компонентов, появления смежных профессиональных сред, например, PR-трансформаций профессии в связи со становлением интернет-журналистики.

Гуманитарная направленность управления знаниями в журналистике подтверждается и тем фактом, что более 60% участников мероприятий, проводимых кафедрой журналистики ЧФ МГУ в Севастополе, в основе которых лежит отработка методики по управлению знаниями, специалисты по управлению человеческими ресурсами (Human Resource). Вместе со студентами и преподавате-

лями кафедры в семинарах, практикумах, пресс-конференциях, круглых столах и других подобных мероприятиях обязательно участвуют специалисты разных социальных институтов. Так, в работе фокус-групп участвовали представители городской власти и деловых кругов, журналисты местных и областных изданий, коллеги с других кафедр. Тем самым удалось проанализировать такие составляющие проекта, как, например, мотивация присутствующих для участия в обмене знаниями, выводы экспертов, организация сообществ и проведение обучающих программ в перспективе, создание культуры доверия.

В целом же опрос, проведенный только во время фокус-группы, показал, что большинство участников совсем не прибегают к процедуре управления знаниями. Приблизительно треть респондентов, присутствующих на мероприятии, отметили, что они сами и их коллеги знаниями и опытом обмениваются, хотя термин «управление знаниями» при этом не употребляется.

Что оказалось приятной неожиданностью, так это наличие лидера проекта по управлению знаниями в ряде бизнес-структур города. В одной из организаций эту функцию исполняет рядовой сотрудник, ответственный за осуществление управлением знаниями. Но, по мнению руководителя компании, малый бизнес в городе не выживет, если те, кто в него пришел не будут учиться управлять своими знаниями.

К сожалению, в большинстве структур города и региона с данным термином и его атрибутами незнакомы. Но даже упрощение идеи до обмена знаниями вызывает у аудитории вопрос: делиться ими или не делиться, особенно, когда речь идет о рынке и о конкурентной борьбе.

Этот и многие другие вопросы послужили поводами для дискуссии не только во время проведения фокус-группы, но и в ряде других мероприятий, организованных кафедрой. Они стали основой публикаций, подготовленных студентами для открытой печати, тезисами для научных конференций. Главное, студенты более осознанно стали использовать эту методику как основу транспрофессионализма.

В буквальном смысле обмен знаниями (Knowledge Sharing) означает «делиться знаниями». Это основное условие успешного управления знаниями вне зависимости от избранного подхода. Значит, на кафедре должны быть созданы такие условия, чтобы студенты и преподаватели захотели делиться своими знаниями и опытом. Согласно проведенному опросу, многие студенты считают обмен знаниями процессом наиболее трудноосуществимым. Мотивацион-

ный механизм обмена знаниями весьма деликатен. При опросе в него были включены три основных элемента: материальная мотивация, нематериальная или личностная мотивация и так называемая производственная необходимость, когда обмен знаниями необходим для успешной производственной или учебной деятельности.

К сожалению, как показали исследования, обмен знаниями в студенческой среде пока не является необходимой составляющей учебного процесса. Списывание конспектов или шпаргалки на контрольных работах в расчет не принимаются. Безусловно, студенческая солидарность — факт очевидный, но для многих студентов, и тем более получающих второе образование или слушателей образование становится платным. Это существенно меняет отношение человека к обмену знаниями, необходимостью ими делиться. При чем позиция студентов, которые учатся на бюджетной основе, и тех, кто учится по контракту, существенно разнится.

Вполне очевидно, что и в образовательной среде обеспечить материальную мотивацию проще, чем создать условия производственной или учебной необходимости и личностного роста будущего журналиста. Ведь для этого нужно четко определить объекты управления (документы, идеи), разработать механизм измерений и оценки. Куда проще обратиться к несложной схеме: отдал или выдал идею — получил вознаграждение, например зачет или экзамен как эквивалент оплаты. Создать же особый климат даже в рамках одной кафедры, где культура доверия и обмен знаниями превалируют, возможно, но очень сложно, как утверждают специалисты<sup>1</sup>.

Наконец, для того, чтобы было чем обмениваться, важно расширение видов ответственности, которые берет на себя журналист. К ним относятся:

- подготовка информационно-аналитических текстов, а также аудиовидеоматериалов, редактирование, рецензирование и другие виды работы с текстом;
- освоение новых методов, средств и технологий информационно-коммуникативной деятельности;
- проектирование, создание и управление событиями, сценарирование и режиссура;
- управление персоналом редакций;
- организация коммуникаций с источниками информации, оценка качества информации;

---

<sup>1</sup> См.: *Мариничева М.* Знаем, чем мы управляем, — управляем тем, что знаем//ТелеЦЕНТР. 2006. № 1(15). С. 36.

- аналитика, экспертиза, консалтинг, журналистские расследования;
- участие в научной деятельности, в том числе конференциях, семинарах.

Журналистский опыт актуализирует и развивает широкий спектр компетентностей и тем самым заставляет журналиста постоянно самообразовываться. Только в таком случае он становится сам лично конкурентоспособным, что позволяет ему иметь такой багаж знаний, который может быть предложен для обмена с коллегами. Практика убеждает, что как много бы не знал журналист, всегда кто-то что-то знает лучше. Поэтому, постоянно управляя своими знаниями, не следует игнорировать возможность обмениваться ими с коллегами.

В итоге можно выделить следующие накапливаемые с опытом и по результатам обмена качества:

- профессиональная компетентность и ответственность;
- умение работать с информацией с применением телекоммуникационных средств;
- поисковая исследовательская активность;
- самостоятельность и креативность;
- системное мышление;
- умение работать с текстом;
- умение организовывать коллективную деятельность;
- проектирование, прогнозирование, планирование;
- комплекс качеств менеджера;
- эрудиция и др.

Причина — уникальное сочетание тенденций специализации и универсализации в журналистике. При общей тенденции к универсализации существует не менее мощная тенденция увеличения многообразия журналистских специализаций и ролей. Все это — путь к транспрофессионализму, который имеет все шансы обеспечить журналисту успешное будущее.

Каждая журналистская специализация соотносится со структурой личности и требует определенной совокупности качеств. Например, для репортера особое значение приобретают такие качества, как оперативность, мобильность, адаптивность, стрессоустойчивость, умение быстро переключаться с одного задания на другое, находчивость, особый «репортерский нюх» на интересную информацию, широкая информированность, выносливость и мужество.

Для аналитика важны глубокая компетентность в своей сфере, умение рассматривать отдельные явления в связи с другими, диа-

лектизм, независимость суждений, политическая культура и культура ведения дискуссий, способность делать прогнозы.

Публицист немислим без яркой индивидуальности, умения привлечь внимание аудитории, убедить ее. Ему нужны эрудиция, ярко выраженные литературные способности, аналитические способности, нестандартность и независимость суждений. Интервьюер потерпит неудачу, не обладая коммуникабельностью, умением слушать и умением «разговорить» собеседника, быть интересным собеседником. Этот перечень можно продолжить и дополнять, так как большинство из перечисленных качеств взаимозависимы и в большинстве своем взаимно дополняемы.

Смена специализации, которая является достаточно частым явлением, естественно приводит не только к необходимости получения новых знаний и навыков, но к формированию новых личностных черт.

Существование различной специализации среди журналистов — закономерно, но проблема, вызывающая у практиков постоянные споры, состоит в том, как в условиях все усложняющихся задач, возникающих прежде всего у газетчиков, совместить универсализм со специализацией. Руководители одних изданий не ограничивают своих подчиненных «штатными» ролями. В других редакциях журналистов ориентируют на гармоничное сочетание универсализма со специализацией.

«Индивидуальность журналиста выявляется в профессиональной специализации, — отмечает В.М. Горохов. — При этом специализация журналиста, работающего в общеполитической прессе, не обладает той жесткой предметной замкнутостью, которая присуща, скажем, инженерной, агрономической или врачебной деятельности.

Специализация журналиста своеобразна: глубокое освоение предмета сочетается с интересом к социальным, нравственным, психологическим проблемам, в которые этот предмет так или иначе включен. Журналистская специализация позволяет свободно ориентироваться в определенном круге явлений и одновременно преодолевает «флюсоподобную» ограниченность профессионального знания.

Универсализм и специализация органически сливаются в журналистике. Это позволяет не только оперативно откликаться на злобу дня, воздействовать на массовую аудиторию, но и преодолевать «стертость» мыслей, возникающую от частого решения однотипных задач, избегать «амортизации» чувств, добиваться свежести и остроты взгляда на мир»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. М., 1998. С. 16.

Сегодня, судя по результатам социологических опросов, нужны не просто пишущие журналисты, а профессионалы, хорошо разбирающиеся в определенной теме или проблеме и способные управлять знаниями.

Данное положение касается не только специализированных изданий, которые остро нуждаются в журналистах, хорошо разбирающихся в экономических, правовых, психологических и других проблемах, но журналистов, которые избрали для себя специфические сферы деятельности по их информационному сопровождению.

Таким образом, всякий человек, занимающийся журналистикой, имеет возможность постоянно развивать свои профессиональные и личностные компетентности в пределах не только многофункциональной журналистской деятельности, но и любой другой, к которой в настоящий момент приковано его внимание. При этом он постоянно балансирует между беспредельностью авторского креатива и жесткой формой редакционного задания.

Вероятно, столь же многогранной другой профессии просто не существует. Транспрофессиональный подход к ней определяет ее беспрецедентное развитие в будущем, что обеспечивает динамично прогрессирующая отрасль СМИ.

## 9.6. Общериторическая подготовка — первая ступень транспрофессии

Начало формированию транспрофессиональных подходов к журналистике отводится общериторической подготовке специалиста, которую следует считать основополагающей. Риторика, по определению М.В. Ломоносова, включает как минимум три раздела: изобретение, расположение, произнесение. Если считать по пятичастной схеме, то следует добавить украшение и запоминание.

Концепция риторической школы на данном этапе развития средств массовой информации признана научным сообществом господствующей. В журналисте видят прежде всего ратора или писателя, т.е. человека, способного собирать информацию и составлять тексты разной степени сложности. При этом он должен владеть общепринятой устной и письменной речью, уметь пользоваться техническими средствами производства текстов, выступать перед аудиторией.

Возможность самореализации является следствием многокомпонентности и многомерности профессии. Действительно, трудно

назвать способность, которая не могла бы быть реализована в журналистике. Если человек обладает литературным талантом, то он реализует его, готовя тексты, если музыкальными способностями, то это позволит ему стать редактором или ведущим музыкальных передач. Если он занимался спортом, то у него появляется шанс стать спортивным журналистом. Если он имеет математические способности, то это может позволить ему стать хорошим аналитиком или заняться научной журналистикой.

Не только профессиональные задатки, но и личностные человеческие свойства также могут быть реализованы при выборе данной профессии. Принципиальность сформирует позицию журналиста. Доброта позволяет быть внимательным к окружающим. Храбрость позволит работать с опасной информацией, отправляться в командировки в «горячие точки». Возможность самореализации в журналистике очевидна, что отчасти является серьезной мотивацией при ее выборе и овладении первой ступенью транспрофессии — общей риторической подготовкой.

Но следует отметить, что ярко выраженный талант в какой-то одной области до конца не сможет быть раскрыт в журналистике. Эта профессия требует комплексности и вследствие этого слегка поверхностна. И литературные, и музыкальные, и математические способности для нее — всего лишь средство для решения своих информационно-коммуникативных задач. Так что, если кто-то выбирает математику, химию или музыку, то лучше этим и заниматься, а не использовать эти знания в рамках журналистской профессии.

Впрочем, и то и другое в некоторых случаях очень успешно совмещается, что подтверждают журналистские судьбы. Многие физики, конструкторы, испытатели, инженеры по первому образованию стали великолепными журналистами, создавшими славу отечественной прессе. Поэтому, когда говорят, что журналисты завтрашнего дня должны быть другими, чем сегодня, то нужно полагать, что разница будет лишь в технологических аспектах.

Очевидно, что благодаря информационным сетям журналист уже имеет дело с информацией иного рода, с другими ее объемами и источниками. Процесс этот активизируется. Завтрашний день уже обозначен в практике прессы сегодня. Освещаемые в СМИ процессы и события становятся все более сложными и многослойными, объемы информации, обрабатываемой журналистами, постоянно растут. Чтобы анализировать входящую информацию, понимать взаимосвязи между различными фактами и явлениями, журналист должен иметь хорошую общеобразовательную подготовку.

Другой отличительной особенностью журналиста завтрашнего дня, которая уже формируется в недрах нынешнего времени, можно считать знание о социальных последствиях воздействия СМИ, чтобы учитывать это в своей работе. Это достаточно новый пласт требований, предъявляемых журналисту. Хотя любому, даже начинающему корреспонденту всегда было безразлично, как его слово отзывалось в читательской или телевизионной аудитории.

Размышляя о своих судьбах, о том, какими навыками и умениями необходимо овладевать, студенты Черноморского филиала составили такой перечень своего долженствования. Согласно ему журналист должен:

- лучше знать свою аудиторию, чтобы суметь удовлетворить ее информационные интересы и запросы;
- уметь выбирать и в разнообразных формах и стилях презентовать информацию, чтобы оптимально донести ее до потребителя;
- лучше владеть языковыми ресурсами, чтобы информировать о явлениях и процессах усложняющейся действительности языком, понятным и доступным аудитории;
- овладевать техническими новшествами, так как СМИ непрерывно технизируются;
- больше знать об экономических и производственных процессах, потому что ему все чаще приходится работать в медийном предприятии, находящемся под давлением экономических факторов;
- иметь более глубокие знания юридических тонкостей и правовых норм;
- исходить из понимания того, что хорошая журналистика питается из четырех источников: таланта, ремесла, знания и характера.

Таким образом, в будущем нынешние студенты отделения журналистики ЧФ МГУ видят себя своего рода «человеком-оркестром». Объясняют это тем, что новому информационному рынку труда нужны специалисты-универсалы с ярко выраженными творческими способностями. Творческий подход, умение мыслить нестандартно, как они считают, будут в дальнейшем им исключительно важны и востребованы отраслью, впрочем, как и люди, способные объединять в своем мышлении различные сферы знаний.

Это результат усложнения профессии, из чего следует, что приоритет необходимо отдавать университетской подготовке разносторонне образованного журналиста. Это требование приобретает все большую значимость в связи с ростом образовательного

уровня широкой публики, и все это согласуется с общериторическими подходами.

Но одних предметных знаний уже недостаточно, утверждают и те, кто учит, и те, кто учится журналистике. Сегодня от журналистов все чаще требуются способности и умения, которые до сих пор редко упоминались. Их называют также «ключевые качества» или «ключевые квалификации» (*soft skills*). Данное понятие, по мнению исследователей, включает в себя компетентность в сфере методики применения знаний. Это подразумевает умение комбинировать и дополнять полученные знания, принимать решения и решать проблемы, т.е. управлять знаниями. Компетентность в сфере социальных отношений и в сфере новых средств информации — это те знания, которые сегодня журналист добывает в процессе обмена ими со специалистами, коллегами, героями своих произведений.

Одна из проблем, как утверждает С.Г. Корконосенко, это — «установление пропорции между мировоззренчески ориентированными формами обучения (education) и упражнениями (training). На протяжении десятилетий отечественная система подготовки журналистов предусматривала паритетное сосуществование этих компонентов. Новейшая отечественная пресса, интенсивно воспринимающая стандарты англосаксонской журналистики новостей, не испытывает острой потребности в корреспонденте — интеллектуале и эрудите. В то же время, по данным международных экспертиз, группу лучших газет XX столетия составляют, почти без исключений, качественные издания делового профиля — класса британской Financial Times. Следовательно, речь идет о выборе уже не термина как такового, а модели профессиональной практики, которая рассматривается как целевая установка педагогического коллектива»<sup>1</sup>.

Однако это порождает массу вопросов, которые задают коллеги разных университетов. Так, питерцы спрашивают: так ли уж необходима единая, всеобъемлющая модель? Насколько оправдывает себя подготовка журналиста-универсала с точки зрения тематики публикаций и методической оснащенности? Не практичнее ли давать специализированную квалификацию, в узких пределах которой начинающему корреспонденту были бы обеспечены и быстрое приращение навыков, и повышенный спрос на рынке труда?<sup>2</sup>

Вопросы можно конкретизировать, связав их с тенденциями развития европейских и американских СМИ. По оценке исследователей международной журналистики, деловая и оперативная ин-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. СПб., 2004. С. 14.

<sup>2</sup> Там же.

формация все более отчетливо переносится в компьютерные сети, в то время как в собственно журналистских материалах растет удельный вес анализа, комментария и прогноза, причем явно выражается авторская позиция<sup>1</sup>.

Не следует ли из этого, что одна модель специалиста должна быть ориентирована на подготовку независимого в суждениях аналитика, а другая — сборщика «сырых» фактических данных?<sup>2</sup> Или все-таки надо обучать так, чтобы выпускник был готов в равной степени к работе как в газетно-журнальных, так и в аудиовизуальных СМИ (multimedia)?

В Европе комплексная подготовка признана наиболее перспективной. Ее поддержали участники первого Конгресса европейской ассоциации преподавателей журналистики в 1990 г., и все эти годы внедряется в практику отечественного образования. В России такая подготовка началась еще в 1980-е годы по учебному плану, разработанному профессором ИПК телевидения и радиовещания Ю.П. Буданцевым.

По прошествии времени можно смело утверждать, что этот универсализм себя в полной мере оправдывает. Он позволяет дать широкое системное представление о деятельности средств массовой коммуникации, знакомит с навыками работы в разнообразных технических средствах массовой коммуникации.

Тем самым он определяет степени риторической квалификации журналиста, которые могут быть определены следующим образом:

- журналист-исследователь;
- журналист-редактор (выпускающий);
- журналист-ведущий.

Как видим, журналистика есть вид сложного труда, который в редакциях подразделяется между сотрудниками так.

Текст, как правило, готовят:

- журналист-исследователь, или сборщик информации;
- дежурный редактор, принимающий корреспондентские сообщения;
- выпускающий редактор, komponующий тексты в единую программу;
- служба технической подготовки текста, которая включает компьютерный набор, корректуру, типографские службы;
- и, возможно, исполнитель: чтец, комментатор, диктор, если речь идет об электронных СМИ.

---

<sup>1</sup> Михайлов С.А. Мировые тенденции и национальные особенности в современной буржуазной журналистике. СПб., 2002. С. 208.

<sup>2</sup> См.: Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 15.

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

По итогам такого курса и после сдачи выпускной работы можно присваивать начальную квалификацию журналиста-исследователя. Это звание предполагает работу в качестве репортера широкого профиля (в газетах, на радио или телевидении).

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

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

Эти три шага обучения вместе можно рассматривать как первую стадию постижения, т.е. *первый уровень* транспрофессионализма и вести речь о переходе на второй — качественно иной уровень образования. Именно он позволяет посмотреть на профессию и себя в ней несколько отстраненно и увидеть то, что невозможно увидеть на уровне вытянутой руки. Другими словами, ответить на вопрос: куда движется сама профессия и куда она несет по течению того, кто в ней трудится, выполняя те или иные функции.

Благодаря универсальной подготовке человек способен перемещаться внутри профессии, но лишь единицы способны выйти за ее пределы, оставаясь при этом в ней. В таком случае он становится экспертом, начинает специализироваться в определенной области знания: политике, экономике, культуре, образовании, спорте. Это может быть медиаменеджмент от низового уровня до топ-менеджмента. «Журналист, — по мнению американского журналиста Дж. Скотта, автора более двух десятков документальных книг, — это временный эксперт (temporary expert) по тому вопросу, на который обращено его

внимание по заданию или заказу. Например, — продолжает Скотт, — моя жена и я написали книгу о египетских иероглифах, хотя не имели специальных знаний или навыков по этому предмету. К тому времени, как мы исследовали это дело и съездили в Египет за дополнительными сведениями, мы стали «экспертами». Так что директор Каирского музея, на которого наша книга произвела впечатление, написал предисловие к ней».

Но выполнить такую работу и стать временным экспертом (*temporary expert*) дано не каждому журналисту, имеющему риторическую подготовку. Это уже следующий шаг в его личной карьере. На данном этапе он выполняет свою повседневную работу, не забывая о том, что *jour* означает день, и его работа востребована ежедневно. В этом специфика его дела и журналистики как вида деятельности. Неважно, день ли живет газета, неделю — еженедельник, часы и или минуты эфира телевизионная передача или радиовыпуск новостей. Это есть продукт труда журналиста, который добывается дорогой ценой и ежедневно.

## 9.7. Медиаменеджмент —

### специализация настоящего и будущего

Цель второй ступени: подготовка организаторов изданий и индустрии СМИ в целом. Это уровень топ-менеджмента, который обеспечивает высшее специальное образование.

По мнению специалистов, человек, который овладел основами технологии производства текстов для массовой информации, способен приступить к изучению теории и практики организации систем массовой коммуникации. Круг предметов, которые он начнет изучать, можно определить через понятия «маркетинга» и «менеджмента». Другими словами, это означает: организация производства под прогнозируемый спрос и управление работой производственных коллективов. Это можно обозначить как действительный предмет высшего журналистского образования. Овладение им есть постижение *второго уровня транспрофессионализма*, который позволяет человеку сделать существенный шаг в своем развитии.

На данный момент система непрерывного журналистского образования активно разрабатывает новое для себя направление. Система повышения квалификации, второе высшее образование оказались более гибкими и уже приступили к подготовке. Высшая школа открывает кафедры данного профиля, разрабатывает учебные планы и программы для выполнения этой задачи.

Накоплен и определенный опыт в системе образования страны. Так, в Российском университете дружбы народов, который готовит специалистов для развивающихся стран и сохраняет эту специфику до сих пор, это направление разрабатывалось практически со времени появления специальности «журналистика» в 1981 г. В силу ряда причин выпускники этого вуза достаточно скоро у себя на родине становятся во главе редакционных коллективов, основывают свои программы и издания. Потому педагоги вуза целенаправленно готовили их для менеджерской деятельности, иногда даже в большей степени, чем для репортерской работы.

Отечественный опыт показал, что слепо копировать западную практику подготовки кадров для данного направления СМИ нельзя. Европа, например, имеет свою специфику. Она готовит кадры для сложившейся монополизированной системы коммуникаций. В России качественно иная задача — построение динамичной системы информационных производств других масштабов, которые только со временем становятся крупными холдингами и издательскими домами.

Менеджмент западных корпораций, пришедших на информационное поле России, сугубо закрытый вид деятельности, который осуществляют лишь зарубежные специалисты. Тогда как специалисты отечественного медиаменеджмента должны удовлетворять запросы национальных и региональных средств массовой информации, традиционных и новых медиа на территориях, далеко отстоящих от центра, профессиональных и политических коллективов, возрастных групп, групп по интересам и т.п. Обеспечение выполнения этой важнейшей задачи должно стать ведущим направлением в научной и учебной работе всей системы непрерывного журналистского образования и факультетов журналистики в том числе. Потребуется, очевидно, более разветвленная сеть курсов, школ, институтов журналистики. Необходимо, чтобы риторика и журналистика были введены в учебные планы старших классов средней школы.

Очевидно, что учебные планы и программы будут представлены системой дисциплин, куда войдут такие предметы как политология, основы права, экономика, практическая социология, технология информационного производства, основы управления производственным коллективом. Именно в таких знаниях испытывают дефицит почти все, которые приходят в систему послевузовского образования.

Осмысление собственного опыта работы, анализ деятельности издания, в котором трудится слушатель, — один из перспективных путей сбора материала о деятельности конкретных систем массовой информации (издательств, газет, журналов, теле- и радиостудий),

который становится основой учебных пособий и учебников для студенческой аудитории. С их помощью студент, проходящий практику в качестве аналитика СМИ, сможет провести всестороннее исследование выбранного им издания, всех его подсистем — как творческих, так и технических служб. Такие исходные материалы помогут ему составить модель издания, всесторонне оценить его деятельность с целью выявления резервов эффективности, дать рекомендации по реорганизации системы.

Например, обучение студентов на старших курсах на отделении журналистики Черноморского филиала МГУ предполагает выполнение ими самостоятельной выпускной работы по прогнозированию, моделированию и конструированию нового конкретного медиапродукта: газеты, журнала или студии. Причем возможна как индивидуальная, так и коллективная работа.

Сегодня кафедра располагает студенческими работами, выпускными в том числе, которые включают социологические исследования, выявляющие актуальные и потенциальные информационные потребности конкретной аудитории. Также в них рассматриваются рубриковая модель издания, технико-экономическое обоснование издания, структурно-функциональная модель редакции.

Специалисты, подготовленные к таким комплексным исследованиям и разработкам, пока получают традиционный диплом о высшем журналистском образовании и квалификацию «журналист — литературный работник». Очевидно, в скором будущем эта квалификация на уровне диплома будет означать «журналист — организатор изданий». Но даже наличие сертификатов об окончании курсов есть хороший старт для появления нового направления подготовки специалистов в журналистской отрасли на уровне транспрофессионализма. В дополнение к уже имеющейся хорошей риторической школе эта подготовка дает специалиста, ориентированного наилучшим образом на самостоятельную работу в условиях диверсификации информационного производства в России.

Тем самым транспрофессионализм определяет будущее подготовки кадров в системе непрерывного медиаобразования. Эффективность технологического решения позволяет говорить о том, для многих информационных структур важнее всего создать архив документов, используя для этого информационные технологии.

Но как добиться, чтобы технологическое решение, определяющее стратегию конкретного издания или отрасли в целом, стало эффективным? Вполне понятно, что оно должно изначально соответствовать потребностям журналистской организации, которая все

чаще становится компанией или фирмой, в меньшей степени гос-учреждением. Эти задачи и были поставлены перед студентами отделения журналистики ЧФ МГУ.

Участники проекта, анализируя деятельность местных СМИ, осознавали, какие задачи они будут решать с помощью программы по управлению знаниями. Опыт, приобретенный по управлению знаниями на уровне кафедры, студенты старших курсов могли использовать, осваивая медиаменеджмент как новый для себя вид деятельности. Стратегия обучения была выбрана верно, так как студенты увидели широкий спектр возможностей по улучшению деятельности средств массовой информации.

По данным их исследований, это может быть передача опыта и знаний новым сотрудникам, объединение сотрудников в подгруппы и группы, а может в итоге выявиться «экспертное мнение» о создании новых информационных продуктов. При этом специалисты анализируют издержки, например, сокращают время на поиск информации, производят стандартизацию процедур, что позволяет им увидеть, каким будет их информационный продукт в скором будущем. Чтобы это выявить, многие проводили диагностику — так называемый Knowledge Audit или аудирование ресурсов и потребностей в них.

Как известно, любые изменения, происходящие в редакционном коллективе, требуют выполнения действий в определенной последовательности, иначе сотрудники не примут нововведения, а сами новшества в издании или телерадиокомпании не приживутся. Как показал наш опыт, внедрение технологических решений для управления знаниями в редакционных коллективах как направление медиаменеджмента связано с серьезными изменениями, причем не только в действиях самих сотрудников, но в первую очередь в их представлениях. Правильный выбор последовательности действий при внедрении технологических решений, создание эффективных пилотных проектов, мотивационных игр — второе условие успеха.

Сотрудники газеты или телерадиокомпании должны знать о новом технологическом инструменте и уметь им пользоваться. А его внедрение необходимо сопровождать обучающими программами и «навигационными инструментами», такими, как карты знаний, или пакеты знаний, дополненные руководствами пользователя и специальными тренингами (knowledge trainings). Поэтому третье условие успеха — эффективный внутренний PR, демонстрация возможностей и обучение журналистов.

Никого нельзя сделать богатыми и счастливыми против его воли, гласит старая истина. СМИ в этом плане не исключение. Например, в управлении знаниями, которые становятся основным направлением в медиаменеджменте, сотрудники редакций должны усматривать личную пользу от обмена знаниями, тогда их участие неоспоримо. В связи с этим мотивационные механизмы должны учитывать все три основные составляющие мотивации: материальную заинтересованность, нематериальную мотивацию и фактор производственной необходимости. То, что работает в учебной аудитории, оказывается востребованным и в журналистском коллективе. Главное — оно делает понятие менеджмента осязаемым и реальным, нужным информационному производству.

Следовательно, сотрудники редакций, равно как и студенты, понимают, что этому надо учиться. Более того, мир управления знаниями надо создавать вместе, так как в готовом виде он пока не существует. Поэтому на кафедре журналистики ЧФ МГУ провели практические занятия. Одной из задач стала демонстрация отдельных «кирпичиков», из которых каждая редакция сможет построить свой собственный мир управления знаниями. Первые занятия посвящены анализу управления личными знаниями, где превалирует тезис «каждый человек может достичь того, к чему стремится, но для этого он должен поверить в себя, изменить свои установки». На следующем занятии участники проекта познакомились с опытом работы в сфере управления знаниями непосредственно в редакциях газет, радио и в телекомпаниях, где этому придают особое значение.

Все это лишний раз убеждает, что в журналистике, как в одном из ведущих сегментов рынка, это направление в менеджменте начинает активно развиваться. Согласно проведенному опросу «Управление знаниями в России», менее 25% участников сомневается в перспективности управления знаниями в своей компании в ближайшие пять лет. Но почти 30% респондентов считает эти процессы перспективными уже сейчас, а остальные 50% — при условии преодоления ряда препятствий внутри компании. Чтобы развеять эти сомнения, стоит вспомнить китайскую мудрость: «Если ты почуял ветер перемен, следует строить ветряную мельницу, а не щит от ветра». Так и в управлении знаниями: нужно дать им возможность работать, и тогда знания позволят нам достичь новых результатов, что средствам массовой информации сегодня очень нужно<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: *Мариничева М.* Знаем, чем мы управляем, — управляем тем, что знаем//ТелеЦЕНТР. 2006. № 1(15). С. 36.

К тому же, следует учесть, что «большую роль в формировании медиарынка играет российский бизнес, хотя он ориентирован зачастую на сугубо коммерческие цели, а не на интересы общества. В условиях формирования гражданского общества в России логически должна возрастать роль некоммерческих организаций, но в рыночной системе, когда идет процесс коммерциализации средств массовой информации, их роль и влияние на СМИ практически сводится к нулю»<sup>1</sup>.

Поэтому «управление бизнесом в наши дни — это и управление общественным сознанием, что доказывает продвижение человека к новому типу мышления, основой которого является владение информацией, а паролем — интеллект»<sup>2</sup>.

Это осознают во всем мире. Так, например, Европа объединяется, создает общее экономическое пространство, единое информационное поле, а народы бывшего СССР все еще находятся под воздействием центробежных сил. Она подступает к единой системе журналистского образования, а Россия отказывается от унифицированной централизованной политики в области обучения специалистов, формирующих это общественное сознание. В России происходит бум возникновения самостоятельных изданий, в то время как в мире СМИ концентрируются в руках немногих монополий.

К тому же исследователи отмечают все большую концентрацию журналистов высшей квалификации в крупных городах Европы, их отток из провинций. В России общественная мысль перемещается из столиц на периферию, в новые культурные центры, где возникают и новые формы подготовки журналистских кадров. Факультеты и отделения журналистики в системе медиаобразования занимают достойное место. Тем самым они доказывают, что системный кризис журналистского образования преодолевается. Появление перспективных направлений, по которым оно постепенно преобразуется, неплохой показатель его развития.

Так, например, в начале 1990-х годов в России и в СНГ было зарегистрировано много тысяч новых газет, журналов, радио и телеканалов. Но, к сожалению, большинство из них не смогло долго продержаться на информационном рынке. В ряду многих причин главным было отсутствие достаточного количества опытных журналистов-организаторов, да и само понятие «медиаменеджмент» еще не вошло в журналистскую терминологию и практику.

---

<sup>1</sup> Кириллова Н. Медиасреда российской модернизации//ТелеЦЕНТР. 2005. № 5 (13). С. 46.

<sup>2</sup> Там же. С. 45.

Система журналистского образования в тот момент не была готова быстро отреагировать на запросы отрасли и предложить качественную образовательную услугу, отвечающую потребностям отрасли. Сегодня ситуация кардинально меняется. Уже никого не пугает название штатной должности «топ-менеджер», в функциональные обязанности которого входит создание новых систем массовой коммуникации или отдельных подразделений, выстраивание стратегии выхода на рынок и успешной работы на нем.

Журналист-организатор, или топ-менеджер, способный прогнозировать, моделировать и конструировать новые издания — вот специалист, потребность в котором так велика именно сейчас, когда российские СМИ осваивают цифровые технологии. Подготовка организаторов журналистского производства уже заявляет о себе как ведущем направлении транспрофессиональной подготовки, которая по плечу лишь системе непрерывного журналистского образования. Безусловно, факультетам журналистики, институтам повышения квалификации и всем признанным структурным подразделениям, которые делали и делают честь российскому образованию, принадлежит лидирующая роль в этом процессе.

Итак, журналист сегодня — это и тот, кто пишет тексты, и тот, кто организует информационное производство во всем многообразии его форм. Транспрофессионализм как путь овладения профессией — это будущее журналистики. Двухступенчатая система подготовки кадров весьма приемлема в нынешних условиях развития индустрии СМИ.

## 9.8. От стандартизации СМИ к сертификации журналистов

Чтобы система медиаобразования стала конкурентоспособной и сама зажила по законам рынка, у тех, кто пользуется ее услугами, должна быть четко сформулированная мотивация. Пока таковой нет. Медийное производство и система непрерывного образования живут каждый по своим законам. С позиций высшей школы, повышения квалификации каждое учебное заведение выдает соответствующее свидетельство о том уровне знаний, которым обладает выпускник.

Но практика остается в стороне, и дипломы, а тем более сертификаты всевозможных образовательных структур в лучшем случае нужны лишь отделам кадров и то не всегда. Четких требований, предъявляемых к образованию журналиста, у индустрии СМИ на сегодняшний день не существует.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

**Вопросы о неведомом — концепции, миссии издания и т.д.**

*Из ответа доцента факультета журналистики МГУ В.Л. Иваницкого на статью «Факультет ненужных вещей» в журнале «Эксперт»*

Вопросы о неведомом. Их обсуждение из области публичной давно переместилось внутрь редакций. По сути, сегодня сколько редакций — столько и стандартов.

Именно поэтому при подготовке студента на факультете журналистики его отпускают «в поля» уже на втором-третьем курсе. Аргументация проста: чем раньше студент попадет в конкретное СМИ, тем раньше поймет его профессиональные требования к работникам. И если обе стороны подойдут друг другу, то со временем обретет работу. Иного не дано.

Иным способом понять концепцию издания, его формат, его набор требований попросту невозможно. Хотя бы потому, что до сих пор все эти документы никому не удавалось увидеть в завершенном виде. Действительно необходимые в практической жизни хотя бы для того, чтобы на их основании разработать внятный правовой пакет для собственных работников, состоящий из должностной инструкции и трудового соглашения, эти документы существуют, как правило, только в сознании руководителей да в редакционных традициях, поддерживаемых старожилками.

Попробуйте задать пару простых вопросов самому себе, если вы руководите СМИ. Что такое «концепция издания»? Что такое «формат издания»? Ответив на эти вопросы, постарайтесь обнаружить в родной редакции искомые документы и должностные инструкции, разработанные на их основе для сотрудников.

Можете не трудиться — вряд ли вы их обнаружите. Зато наверняка найдете в себе силы сказать неуголному работнику: вы работаете не в формате нашего издания, нашей радиостанции, нашего телеканала, вы не попадаете в концепцию.

Зона напряжения между рынком труда и конкретной редакцией часто малоосознаема. Например, каждый редактор хотел бы, чтобы пришедший наниматься на работу в совершенстве знал формат его СМИ. И это в отсутствие такового в виде документа. В лучшем случае потенциального работника ждет рассказ о внутренних стандартах редакции. В худшем — совет поискать работу в другом месте».

*Иваницкий В.Л. Поезд ушел // Эксперт. 2005. № 48 (494)*

Итак, проблема стандартов в журналистике приобретает небывалую остроту. Она напрямую касается подготовки кадров, которая должна быть ориентирована на ожидания общества и потребности рынка труда. Оценивая состояние сертификации специалистов, представители профессионального сообщества считают, что, возможно, этот раздел следовало бы дополнить характеристикой современного состояния рынка труда и его реальных запросов на журналистские кадры. К сожалению, квалификационные характеристики, предлагаемые и государственным стандартом образования, носят общий характер и не отражают быстро меняющуюся журналистскую практику и ее приоритеты в подготовке специалистов.

Концепция журналистского образования, которая сегодня определяет стандарты, должна четко обозначить, что они всегда обязаны быть в развитии и соответствовать требованиям времени. Они должны постоянно обновляться, и это нужно принимать как норму, а не исключение из правил. Система должна быть к этому готова. Ведь существуют же рейтинги передач.

Введение сертификации журналистов будет способствовать повышению уровня СМИ. Это станет своеобразная правовая защита журналистов. Следующий шаг — лицензирование СМИ, как, например, вуза. Может быть, это в определенной степени остановит тот беспредел в СМИ, который сегодня существует<sup>1</sup>.

Процесс этот уже обозначился. В 2005 г. произошло событие, чрезвычайно важное для развития телевизионной отрасли, — были изданы на русском языке международные требования к измерениям телеаудитории, разработанные группой специалистов под эгидой Европейского вещательного союза. И если раньше любая социологическая служба могла произвольно устанавливать свои правила игры на поле медиаизмерений, то теперь их надо соотносить с международными стандартами.

Международные требования базируются на десяти принципах. Может быть, они станут и основой для стандартов, которым должны соответствовать продукция СМИ и сам журналист, ее производящий.

Разумеется, возникают вопросы, которые требуют немедленных ответов. Каким должно быть качество продукции на рынке, предъявляемой потребителю вещателями, и какая роль в этом плане отводится сертификации оборудования и тем, кто на нем производит медийный продукт? Это становится предметом обсуждения в журналистских сообществах. Не только вещатели, но и работники

---

<sup>1</sup> См.: *Рубинов А.* Без зарплаты // Журналист. 2005. № 9. С. 54.

прессы пытаются определить свое отношение к критериям сертификации в связи с освоением в телерадиопроизводстве цифровых технологий. Подробно обсуждаются и Федеральный закон «О техническом регулировании», и новые средства измерений цифрового телерадиовещательного оборудования. Но главной целью множества дискуссий, «круглых столов», научных конференций становится попытка все-таки определить стратегию развития сертификации в цифровую эпоху в России.

После распада СССР в стране происходило не только бурное появление печатных изданий, но и интенсивное формирование телерадиокомпаний. Вместо 167 государственных телерадиоцентров спонтанно возникло более 1500 вещательных организаций, чья техническая база создавалась без учета согласований технической политики. Итогом этого процесса стало резкое падение технического качества вещательных программ в целом. Перед Федеральной службой по телевидению и радиовещанию (ФСТР), курировавшей в те годы отрасль, встала проблема: вернуть качество телерадиовещания на приемлемый уровень. Нужны были регуляторы, способные помочь решить эту задачу. Таким механизмом, как оказалось, и стала сертификация технической базы телецентров и радиодомов, после прохождения которой выдавалась лицензия на право вещания.

Тут же встал вопрос о методике ее проведения. За эти годы были опробованы разные подходы. Приемлемый метод был востребован долгое время, но его применение ориентировалось в основном на аналоговые телецентры. С появлением на рынке профессионального цифрового оборудования начались проблемы. Компании стали использовать в производстве одновременно как аналоговую, так и цифровую технику.

На сегодня способы их сертификации разработаны недостаточно, а нормативная документация отсутствует. Но это идет речь о технологической составляющей журналистского производства, причем она касается лишь электронных СМИ. О человеческом факторе и его подготовке отрасль не задумывается.

Широко обсуждается, например, проблема: нужна ли сертификация оборудования, которое и так имеет сертификат соответствия, иначе оно не функционировало бы на рынке. Однако ни одной дискуссии на тему: нужна ли сертификация выпускникам вузов или институтов повышения квалификации, которые подтверждают или не подтверждают свой диплом в течение четко установленного срока, не состоялось ни в обозримом прошлом, ни в настоящем.

С этого простого вопроса можно и начать дискуссию о целесообразности сертификации не только технической базы телерадио-

вещания в целом, но и специалистов, которых выпускает система непрерывного журналистского образования. При этом хочется надеяться, что профессиональное сообщество не будет оспаривать, что принятие такой системы сертификации в отрасли не только покажет свою жизнеспособность в течение последующих лет, но и во многом будет способствовать повышению качества вещания и газетно-журнальной журналистики. Она даже поможет значительно поднять как технический, так и журналистский уровень создаваемых телерадиопрограмм и печатной продукции.

Поэтому над вопросом, какой должна быть сертификация сегодня, задумываются представители педагогических кругов, индустрии СМИ, да и самой широкой общественности, не безразличной к ее качеству.

Ряд специалистов полагает, что существуют два аспекта. Первый — это сертификация издательств и телецентров, которые представляют собой комплекс технических средств и соединительных линий.

Второй аспект касается структуры вещательных компаний, изменившейся в условиях рынка. Сегодня многие программы создаются компаниями-производителями, которые работают с вещателями по контракту. А они производят телевизионный контент на том оборудовании, которое у них имеется.

Специалисты — метрологи телевизионного вещания считают, что может быть принято три составляющих проверки соблюдения лицензионных условий: новые технологии, нормативная база, сертифицированный и введенный Госстандарт на средства измерений. Около 20 стандартов уже разработано, и в самое ближайшее время, как предполагается, весь пакет национальных стандартов будет принят. Тогда будет разрабатываться и технический регламент. Национальные стандарты полностью формируют нормативную базу вещания с учетом европейских рекомендаций, которые тоже позволяют проводить мониторинг качества сигнала в различных сечениях. Причем, в них речь идет именно о мониторинге, а не о сертификации.

Безусловно, у электронных СМИ есть своя специфика сертификации, есть, наконец, опыт, так как речь идет о достаточно сложном технологическом процессе. Поэтому возникающие противоречия сообществом вещателей быстро разрешаются. Например, возникла дилемма с сертификацией оборудования. Тут же авторитетными организациями, которые существуют и занимаются этой проблемой, было предложено заменить нынешние сертификаты, оценивающие качество состояния технической базы вещателя, на сертификаты производителей оборудования.

Такое предложение, по мнению специалистов, вполне обосновано, поскольку объектом сертификации, согласно букве закона, могут быть процессы производства и продукции на рынке. Из этого следует, что сертификация технической базы как таковая законодательством не предусмотрена. А техническая база и процесс производства — разные объекты. К тому же, сертификация технической базы не защищает зрителя от некачественных ТВ-программ.

Качество ТВ-продукции, считают эксперты, является рыночной категорией и потому никто не вправе диктовать вещателям их критерии — рынок априори предполагает наличие продукции разного качества. Нормативы качества продукции согласно ст. 21 Закона «О техническом регулировании» должны быть зафиксированы либо в ГОСТ, либо в стандартах организации, либо в системах добровольной сертификации, либо в условиях договора.

Если же речь идет о печатных СМИ, то по каким критериям определять соответствие ее продукции стандартам вряд ли кто знает.

Однако, по мнению специалистов, в условиях добровольной сертификации это как раз и не интересует ни вещателей, ни зрителей или слушателей, равным образом как и издателей и читателей. Практика показывает, что интерес аудитории определяют другие характеристики телепрограммы, нежели ее техническое качество, и о газете или журнале они судят не по уровню полиграфической базы, а по качеству продукции.

Но существует проблема экологии ТВ- и радиовещания, печатной продукции. И здоровье зрителей, слушателей, читателей, особенно детей, зависит напрямую от сертификации технической базы отрасли, которую надо улучшать и развивать, к тому же создавать новые для этого направления методики определения качества. Словом, журналистское сообщество должно делать все, чтобы в дальнейшем способствовать повышению качества вещания и издательского дела.

Это возможно только при условии, если точкой отсчета для последующего эффективного взаимодействия государства и журналистского сообщества станет сертификация тех, кто доминирует в этом сегменте. Системе медиаобразования совместными усилиями с отраслью эту задачу решить по силам. Другое дело, как это сделать, какие структуры для этого создать или целесообразнее эту функцию кому-то поручить, сделав государственной обязанностью. Называя ряд общественных организаций, таких как, например, Национальная ассоциация телерадиовещателей, специалисты

предупреждают, что «если ставка на рынок сделана, то кто, как не они, должен заботиться о его развитии, вырабатывать наиболее совершенные механизмы и критерии. Цель-то у всех одна — превратить национальную отрасль вещания в конкурентоспособную индустрию, способную развиваться в глобальном информационном пространстве»<sup>1</sup>.

Итог большинства дискуссий на эту тему, по мнению многих исследователей, весьма продуктивный. Например, «от имени вещателей НАТ совместно с Росохранкультурой теперь ведет поиск путей для совершенствования процедуры выдачи лицензий на аналоговое вещание, а также разрабатывает правила лицензирования для цифрового вещания. Ведь при переходе на цифровой стандарт в этой процедуре произойдут кардинальные изменения — претендентам будет выдаваться лицензия на целый пакет цифровых каналов. Смогут ли вещатели освоить новые объемы каналов вещания, насытить их интересным содержанием, пока неясно, но то, что реформы в этом направлении грядут фундаментальные, очевидно»<sup>2</sup>.

Но в отношении прессы такие обнадеживающие выводы делать рано, так как о сертификации журналистов, а тем более стандартизации изданий только начинают думать. Тем более ценен опыт родственной сферы — электронных СМИ и предложение, высказанное главным редактором журнала «Искусство кино» Даниилом Дондуреем, заслуживает всяческого внимания. Выступая на одной из конференций, он отметил, что в сфере телерадиовещания наблюдается серьезный кризис, и предложил вещателям самим проявить инициативу: создать и финансировать фонд, который бы занялся подробнейшим анализом этого рынка.

Остается добавить, что когда журналистская отрасль будет заинтересована в специалистах, постоянно совершенствующих свои знания, умения и навыки, а система медиаобразования сможет гибко реагировать на ее запросы, тогда каждый, кто связывает свою жизнь и судьбу с этой нелегкой профессией, будет стараться ей соответствовать и знать, как это делать. А это и есть транспрофессионализм медиа.

Сегодня те, кто приходит в индустрию СМИ, изучают журналистику. Но как знать, может быть, завтра это будет медиалогия, и мы присутствуем при рождении новой науки, которая начинает обос-

---

<sup>1</sup> Подымская А. Когда ставки сделаны//ТелеЦЕНТР. 2004—2005. № 5(13). С. 28.

<sup>2</sup> Там же.

новываться в теоретическом пространстве. «Речь идет о комплексной гуманитарной науке, которая опирается на культурологию и теорию журналистики, историю и политологию, социологию и информатику, педагогику и менеджмент. В объекте медиалогии — принципы духовной регуляции различных сфер бытия, таких как смена технологий власти и социально-экономических структур, политических систем, а также мифологии, революции, реформы, войны (включая информационные) и т.д.»<sup>1</sup>.

Медиалогия выявляет принципы модернизации российского общества в контексте «глобальных» процессов мирового сообщества и способствует формированию плюралистических взглядов, толерантности и взаимопонимания между людьми и государствами<sup>2</sup>.

Так что преподавание журналистских дисциплин нуждается в собственном учебно-методическом обеспечении: здесь явно недостаточно общей литературы по педагогике высшей школы и существующих разрозненных опытов осмысления педагогики журналистики, тем более когда она трансформируется в медиа.

«Эта потребность, как отмечают педагоги высшей школы, особенно остро ощущается в связи с введением в магистерские программы курсов по методологии и методике преподавания журналистики, а также в связи с открытием дополнительной образовательной программы «Преподаватель высшей школы», которая разработана для аспирантов и магистрантов. Таким образом, на смену приобретению индивидуального опыта, вырабатываемого «с нуля» методом проб и ошибок, предлагается систематизированное научно-теоретическое знание, приложимое к современной практике преподавания»<sup>3</sup>.

Система непрерывного журналистского образования формируется многими факторами, которые в значительной степени определяют методику преподавания на всех ее уровнях. Вполне естественно, что все их обозначить будет крайне трудно, поэтому в данной главе речь идет только о некоторых из них.

Методика как отрасль педагогики, как предмет изучения и практическая деятельность сосредоточена на прикладных сторонах образования: организации учебного процесса, структурировании изучаемых предметов, технологиях работы с аудиторией. А этому надо учиться и учиться. Всю жизнь.

---

<sup>1</sup> См.: Кириллова Н. Медиасреда российской модернизации. М., 2005. С. 46.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. СПб., 2004. С. 24—25.

## Интервью

**Визитная карточка** *Игорь Иванович Мосин, главный редактор журнала «Женское здоровье».*

**Профессиональная биография** После окончания факультета журналистики Ленинградского государственного университета в 1979 г. пришел в отдел науки газеты «Труд». Затем работал в «Социалистической индустрии» и «Правде».

В 1991 г. ушел в собственный бизнес. Еще работая в газете «Правда», я начал издавать свою собственную газету «Не может быть». В 1996 г. начал издавать «Женское здоровье». Сейчас — генеральный директор журнала «Женское здоровье», который является в своем сегменте лидером по продажам. Совмещаю в себе качества и творческого директора и коммерческого директора.

Как видите, у меня чисто журналистское образование. Но всю свою профессиональную жизнь я работал в отделах науки крупнейших газет «Труд», «Социалистическая индустрия», «Правда». Таким образом я сложился как научный журналист. В отделах науки мы курировали всегда и медицину. Мне приходилось писать о ядерном оружии, об атомной энергетике, об академической науке. Но часто я писал и о медицинских проблемах. Собственно говоря, это и обусловило выбор: «Не может быть» и журнал «Женское здоровье».

Моя общественно-политическая позиция проста: я придерживаюсь десяти заповедей. Господь Бог их сотворил до начала века. И сколько человечество ни билось — ни до, ни после, ничего лучше не придумало, и ничего лучше, я вам могу сказать, не придумает. Поэтому, дай Бог, хотя бы придерживаться этого.

*Возможна ли, по-вашему, теория журналистики? И, если да, то, что это такое? Как Вы ее понимаете?*

Теория журналистики? Ну конечно, возможна. К нам люди приходят на работу с совершенно разным образованием. И наиболее профессионально подготовленные — это как раз студенты и выпускники факультетов журналистики. Потому что там закладывается культурный фундамент, профессиональный фундамент, необходимый для того, чтобы впоследствии человек стал высокопрофессиональным журналистом.

Поэтому я считаю, что человеку, который хочет заниматься журналистикой, необходимо знать много вещей. Действительно, уровень журналистского образования в наших университетах достаточно широкий. Это касается и чисто практических дисциплин, и широты мировоззрения, и общей эрудиции.

Участвуя в научных международных конференциях, постоянно слышишь о тех процессах, которые идут сейчас. Это слияние и появление новых средств массовой информации, это Интернет, новые форматы журналистики.

Мне кажется, нужно следить за тем, с чего это началось, как развивалось и что сейчас происходит. Вот, например, многие западные издательские, теоретики пишут, что журналистика печатная со временем должна прекратить свое существование. Должна остаться только интернет-журналистика.

Так это или не так? Будет ли место печатному слову и интернет-слову? Кто-то должен это исследовать. Очень глубокие изменения происходят и в нашей профессии. Надо это осмысливать. Очень важно определить роль журналиста на современном этапе.

Теория необходима совершенно. Например, есть жанры. Мне кажется, что одна из тенденций, которая должна относиться к этой области, — это то, что сейчас растет совершенно новое поколение, его называют графическим поколением. И все издания, газеты меняются. За последние десять лет объем текста сократился ровно в два раза, а объем иллюстраций, наоборот, увеличился, т.е. меняется восприятие вообще всего: текста, мысли, идей, следовательно, и формы изложения, т.е. жанров.

Появились бесплатные газеты, которые начинают вытеснять платные. Появились аудитории, которые абсолютно ничего не читают. Вот это и должно быть предметом исследования теории журналистики, ее политических, социальных, нравственных аспектов.

*Каковы особенности профессии журналиста и основные качества профессионала — журналиста?*

Первое: умение писать, если оно есть. Второе: любить эту профессию и жить ею. И третье: выбрать в этой профессии специализацию. То есть человеку нужно понять, в каком жанре он сможет лучше реализоваться: в репортаже, аналитике и т.д. То есть помимо интереса к профессии у человека должно быть понимание того, как реализовать себя, свои таланты в этой профессии.

*Как Вы понимаете тезис Маршала Маклюэна, идеолога глобализации, «Средство есть сообщение»?*

Наверное, просто. Сейчас появляется очень много носителей информации. Масса каналов появляется, а с переходом на цифровое телевидение будет еще больше. Но покупают все же не из-за каналов как таковых. Покупают из-за контента. То есть, почему нам удастся удержаться на рынке? Потому что у нас свои подходы к наполнению нашего журнала.

Вот сейчас проходит выставка «Человек и лекарство», и на ней работают два наших человека. Чем они там занимаются? Они сидят на тех сессиях, на которых работают специалисты, и ищут новые темы, идеи, повороты, которые потом лягут в основу наших статей. Мы постоянно ищем новую информацию, которая рождается в мозгу ученых, специалистов, чтобы потом донести ее до читателя.

Читателю нужен контент. Все остальное — бумага, телевидение, радио — это лишь способы доставки. Но если не будет контента, если мы, журналисты, не придумаем, какой контент нужен, как его лучше продать, как его продвинуть, как его оформить — все остальное мертво.

*Если журналистика — четвертая власть, то в чем ее властная функция?*

Мне кажется, что в нашей стране журналистика пока не стала четвертой властью, поскольку те формы, в которых она существует, еще не сложились. По-моему, одна из главнейших задач нашей журналистики, ее миссия — это чтобы люди не забыли, что такое чтение. Ведь во многих удаленных поселках сейчас исчезают почты, киоски газет и журналов. У людей нет возможности подписываться, система подписки исчезает. И все это может привести к тому, что люди там просто разучатся элементарно читать. К сожалению, радио и телевидение не могут заменить газеты и журналы.

В чем преимущество газет и журналов? Они требуют некоторого усилия. Их надо взять, развернуть, прочитать, купить. А каждое усилие способствует росту человека — профессиональному, социальному. Вообще чтение газет и журналов развивает некоторые аналитические склонности, оно заставляет человека думать. Отсутствие газет и журналов ведет к деградации населения.

В этом наша первая миссия, она связана с социальной задачей — информировать население о том, что происходит в мире. Вторая миссия — это давать советы. Вот, наш журнал, например, который позиционирует себя как прикладной журнал о здоровье. Мы стараемся быть журналом-советчиком, давать советы женщинам. Мы воспитываем в них медицинскую грамотность. Мы говорим о том, как разбираться в медикаментах, как ухаживать за собой, как заниматься профилактикой, т.е. мы несем еще некую функцию культурную.

Позиция многих изданий — прогосударственная, свободных изданий осталось не очень много, т.е. сейчас ситуация на рынке у нас несколько убогая. И сказать, что мы четвертая власть — это преувеличение.

Однако сейчас идет процесс повышения экономической грамотности журналиста, профессиональной грамотности журналиста. Формируется некоторая профессиональная культура в этих новых условиях: как жить и соотноситься с обществом, как работать с властью.

*Какой, по-вашему, будет журналистика завтра, и что принес в нее Интернет?*

Мне кажется, мы до конца еще, особенно в России, не осознали влияние Интернета на будущее нашей медиаотрасли. Очевидно, благодаря Интернету погибли очень многие издания, которые делают некачественный контент.

Сегодня Интернет привлекает нас, потому что он дает возможность очень быстро получить нужную информацию. Пока ему не хватает качества, а то, что он выигрывает в скорости, концентрированности по-

дачи информации — это без сомнения. Это очень серьезные вызовы, и изданиям нужно думать, как им противостоять. Мы, например, создали собственный сайт и собственный портал. Но понятно, что придется бороться за читателя с помощью контента, потому что по скорости, по оперативности мы не сможем обогнать сеть.

*Реклама, PR и СМИ. Каковы точки соприкосновения и возможности сотрудничества?*

Скажем, очень сложно провести границу между рекламой и PR. Очень часто одно переходит в другое. Но точки соприкосновения у них есть. Успешная реклама, как показывает наш опыт, лучше всего работает, когда она скрытая. То есть когда в какой-то упаковке она подается читателю. Вот PR — это как раз та самая интересная упаковка. Это не просто информация в лоб: покупайте средство от мозолей такое-то, оно самое эффективное. Если будет придуман какой-то интересный ход при помощи PR, направленный на целевую аудиторию, эффективность рекламы от этого только выиграет. Это две стороны одного процесса.

*Существует распространенное мнение, что в условиях современной российской журналистики невозможно выжить одному изданию. Выживают только холдинги. У вас это получилось. Как вы этого добились?*

Не знаю, почему существует такое мнение. Во всем мире есть такое название — «нишевые издания». Они живут совершенно спокойно. Причем не только в нашей товарной группе. Но в самых разных. Бывают нишевые производители какого-нибудь медицинского оборудования, медикаментов. Какой-то звездный товар достигает гораздо больших тиражей и гораздо более высокий уровень прибыльности, чем у остальных. Это первое.

Второе. Я чисто российский издатель. Создать сразу холдинг было невозможно. Начинал расти с нуля. На коленке начинал делать журнал, потом вместе с рынком рос.

Это со временем формируются большие крупные издательские дома, которые захватывают определенные сегменты рынка. В основном, западные, так как там есть деньги, там есть технологии. Они приходят сюда и все на свете считают доступным.

Но кто сказал, что таких изданий очень мало, кто сумел выживать в условиях рынка? Вот недавно разговаривал с коллегой. Он издает журнал под названием «Все звезды» издательского дома «Ровесник». Это тоже российское издание, конкурентоспособное. У него очень большие тиражи.

Другой мой коллега издает журнал «Женские секреты», тоже выживают. Нет-нет. Важно занять нишу определенную, и делать продукт, направленный на целевую аудиторию, которую он удовлетворяет. И никакой издательский дом, крупный или мелкий, тебе не опасен. Ему очень много сил нужно приложить, чтобы тебя из этой ниши вытеснить. Это относится буквально ко всем продуктам.

*Чего в Вашем издании нового по сравнению с предшественниками или с конкурентами?*

Предшественников у нас, как я сказал, практически не было. Было единственное издание — «Здоровье». Мы четко сразу спозиционировались на определенную нишу, которая выразилась в названии: «Женское здоровье». Более того, женщина — это ведь от 17 лет и старше, да? Наша целевая аудитория — это женщины от 30 до 45 лет. Мы выбрали более узкую целевую аудиторию.

Мы определили портрет нашего читателя: это дама обязательно с высшим образованием и уровнем дохода от 500 долларов. У нее активная жизненная позиция. Она преподаватель, менеджер, бухгалтер. То есть мы нарисовали для себя портрет читателя и начали на него работать.

Потом появились конкуренты, они и сейчас существуют: «Здоровье от природы», «Красота и здоровье». Некоторые уже закрылись. Например, «Формула здоровья». Его выпускал крупный издательский дом «Independent Media». Это говорит о том, что крупные холдинги очень часто стреляют мимо цели.

*Как Вы отбираете людей в свою команду? По какому принципу? Как строите отношения внутри команды?*

Принцип чрезвычайно простой: нужно в команду себе подобрать правильных людей. Важно, чтобы у человека был неформальный подход к делу. На первое место ставятся не профессиональные умения, а интерес к делу и черты характера, которые помогут ему приобрести эти профессиональные умения. Важно, чтобы человек «горел», чтобы у него был блеск в глазах. Чтобы у него интерес к делу. А все остальное приложится обязательно.

Время от времени люди меняются, приходят новые люди. Мы стараемся, чтобы они все более и более точно соответствовали нашим стандартам. Это первое.

Второе. У каждого сотрудника в нашей команде есть определенные параметры работы, которые он должен соблюдать. Журналист, например, должен сделать 25 страниц качественного текста в номер. У агентов и менеджеров по рекламе тоже есть план, предусматривающий нормы работы. И у всех остальных сотрудников тоже есть определенные планы.

Как видите, мы не столько следим за административной дисциплиной, сколько за тем, что делает человек. Мы обсуждаем лишь два параметра: качество и количество. Они доведены до каждого члена команды. Он их знает, и сам организует свою работу. Мы не напоминаем, не контролируем каждый его шаг. В этом наше отличие от многих других издательских домов, западных в частности.

Мы больше опираемся на чисто российский менталитет, на людей творческих, которые хотят не только выполнять те параметры, которые у них есть, но и перевыполняют их. Если человеку работать интересно, то он вместо 25 страниц сдаст в номер 40, и очень качественного текста.

Если менеджер по рекламе приносит вместо заданных объемов в два, в три, в четыре раза больше, он получает и моральное, и материальное вознаграждение. И ему интересно работать, и нам выгодно иметь такого работника.

Но с теми, кто не принимает такие стандарты, творческие требования, приходится расставаться.

*Вы успешный человек, несомненно. А как Вы определяете успех в журналистике?*

Мне кажется, что для творческого человека, для журналиста главное — это его бренд, его имя. Если говорить об именах в мое время, то это были имена Пескова, Анатолия и Валерия Аграновских, Гудимова, Губарева, Голованова. Это были имена и бренды. Их знала вся страна.

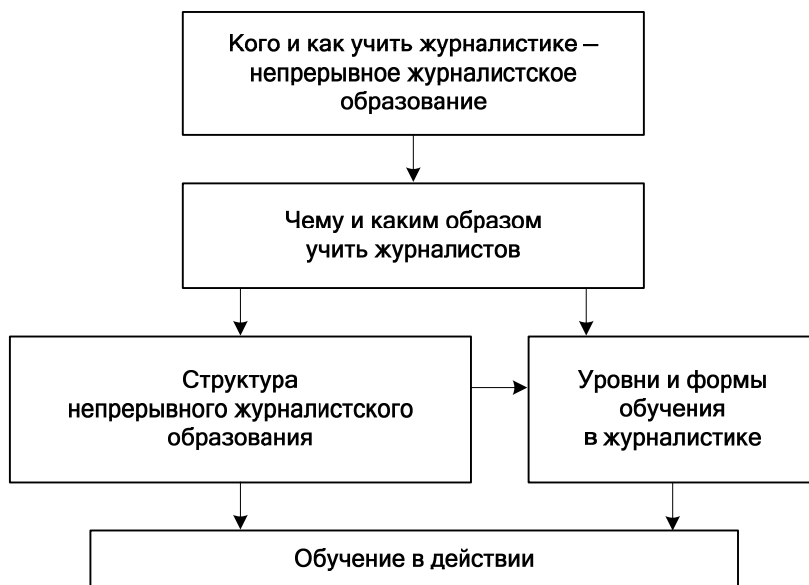
Мне кажется, что сейчас пошло поколение журналистов, которых тоже многие знают. Например, в «Коммерсанте» — Анатолий Колесников, в «Известиях» — Максим Соколов. Если люди знают твое имя, считай, что ты состоялся.

*Какими личными качествами нужно обладать, чтобы добиться успеха в журналистике?*

Прежде всего журналист должен уметь писать. Вот иногда бывает — ну хочет быть журналистом, но такое деревянное письмо. Увы, это не его. Этот талант дается господом Богом. Или он есть или его нет. Это первое. Второе — у человека должно быть то, о чем мы уже говорили — неформальный подход к делу. Он должен любить эту профессию, то дело, которым он занимается. И как-то отрабатывать свой стиль, язык и подход. У каждого должно быть свое лицо, каждый должен чем-то отличаться. Как артист, как писатель, как любой другой человек, который творчески выполняет свою работу. Иначе зачем ты пришел в профессию?

## Часть III

# Образование журналиста и практика жизни



## Облако тегов (список ключевых слов)

глобальная деревня *инструментальные познания и способности* **ключевые качества** или **ключевые квалификации** — *soft skills* маркетинговая журналистика **отсроченное телевидение** управление сущностью *управление информацией* создание дескриптора контента *цифра* **VIP медиа-клубы** авторские школы мастеров прессы *аналоговое, аналого-цифровое и цифровое телевизионное вещание* архивация знаний аудитории база данных **базовое образования бакалавриат** безленточные и IP-технологии **Болонский процесс** вакансии *волонтеры* **ГАЗЕТЫ** гипертекст *двухуровневая схема пополнения кадров* депрофессионализация *дистанционное образование* европейский стандарт **знаниевый компонент игра-тренинг** **Индустрия СМИ** Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания *интеллектуальная коммуникация* **интерактивность** **Интернет-журналистика** кадровый голод **КАНАЛ** *карьера* квалификационные характеристики **киберпространство** *кодификация* (*people-content-people*) коммуникативистика **КОНТЕНТ** концептуальный выбор *маркетинг* массовое медиаобразование **МЕДИА** *медиабизнес* медиавсеобуч **медиаизмерения телерадиопроизводства** **МЕДИАКЛАССЫ** медиаконцерны **медиакультура** **медиалогия** медиаменеджмент **медиарынок** *медиасреда* медиаструктуры **МЕДИАСФЕРА** мотивации интереса к учению *мультимедийные системы* **национальные стандарты непрерывное журналистское образование** образование взрослых **обучение в реальных условиях производства** общериторическая подготовка *персонализация (people-to-people)* **плюралистичность содержания** повышение квалификации *практика* **пресс-службы** принципы образования **производители смыслов** **ПРОФЕССИЯ** профориентация **публичность** радиодома **РЕДАКЦИЯ** **рейтинги** **СМИ** *реклама* самообразование *связи с общественностью* **сертификация журналистов** специальности и специализации Стандартизации **СМИ** **студии творческие союзы** **текст** телефон *техническое переоснащение* **СМИ** технологичность знания **транспрофессионализм** *тьютор* управление знаниями **уровень квалификации** *флексibilität, гибкость системы* фокус-группы **формирование информационной элиты общества** форум *функциональная журналистская грамотность* цифровизация телекоммуникаций **цифровой продукт** *школы журналистского мастерства при редакциях* электронные **СМИ**

## Полилог третий

# Профессия открытых дверей и возможностей. Только учись. Всю жизнь

*Читатель:* Ваша профессия удивительная. При желании каждый может стать журналистом. Это действительно так? Я, например, могу?

*Философ:* Представьте себе, что да. Особенно, если вы из компьютерного поколения. Его еще называют «поколение @» или «интернет-поколение». Да и люди постарше начинают все больше обращаться к интернет-СМИ, которые весьма активно входят в нашу жизнь. Тем самым формируются новые аудитории, готовые к интерактиву. По сути каждый из их числа становится журналистом. И не только. Он становится принципиально другим пользователем СМИ. Он самостоятельно формирует новостной поток, к чему идет сейчас западная журналистика.

*Журналист:* Значит налицо современная медийная тенденция — индивидуализация потребления массовой информации. Как утверждают специалисты, в интерактивном сетевом медийном мире каждый — сам себе журналист и сам себе редактор.

*Читатель:* Но тогда что будет с вами, рядовыми тружениками пера и микрофона? Газетчики, корреспонденты — кому они будут нужны, если каждый и журналист, и пользователь?

*Философ:* Думаю, коллега, вы неправы. Сколько лет уже ведутся разговоры о том, что газеты доживают свой срок, а они выходят и выходят. Причем число их растет. Собственно, как в свое время появившийся кинематограф не убил театр. Пришедшее ему на смену телевидение не убило кинематограф.

*Читатель:* И все-таки я, скажем, и мои друзья, все меньше читаем газеты. И не только мы. Значит, прогнозы о том, что газеты прекращают существование, подтверждаются?

*Философ:* Это ничего не стоящие прогнозы, и газеты, как впрочем, и журналы не прекратят своего существования. Об этом надо просто забыть, потому что ничего из того, что было в культуре, не исчезнет. Это моя глубокая позиция. Все остается.

Другое дело, что свое место в общем информационном поле со временем информационные средства, естественно, меняют.

*Журналист:* Пример: в свое время написанная на берестяной коре информация сегодня представляет собой памятник культуры. Функции меняются.

*Философ:* Конечно, и газеты будут, бумажные, несмотря на то, что привычка читать газеты с утра или вечером или в транспорте постепенно исчезает. Но роль печатного слова в обществе все равно остается, другое дело, она меняется. Как будет меняться, мы не знаем, но газета не умрет. Так же как книга не умрет, хотя появились электронные книги. Глупые и бессмысленные разговоры. И исходят они от людей, которые односторонне понимают прогресс. Они не в состоянии ориентироваться в изменяющейся информационной ситуации, поэтому могут бросаться в крайности.

*Журналист:* Классический пример: свечи и наши обычные электрические лампочки. При всем уважении человечества к электричеству оно не отказалось от свечи, только назначение у нее стало другим. Может, и газеты станут обязательным атрибутом комфорта, утреннего кофе или вечернего чая, что и делают они сегодня.

Меня волнует другое. Не станут ли сами главные редакторы или другие представители печатного слова всячески сопротивляться нововведениям, так что в итоге печатные издания останутся раритетами на книжных полках или поселятся в архивах библиотек. Это я кстати очень четко чувствую на многих семинарах.

*Читатель:* Как они могут сопротивляться? Не издавать газеты? А как мы? Ведь мы в газетах ищем объяснение многим событиям. Как без этого?

*Журналист:* Коллега лишь подтверждает мысль о том, что журналист как выразитель общественного мнения будет востребован всегда. И мы уже об этом говорили. Полагаю, что он имеет в виду понятие «информационный привратник», которое есть в теории коммуникации.

*Философ:* Да. Это означает, что журналист, являющийся значимым посредником и собеседником, будет нужен обществу вне зависимости от состояния последнего. Ему нужен профессионал, который способен взять на себя функцию рупора общественного мнения, если хотите, стать своеобразным камертоном, фиксирующим состояние общественного интереса.

*Читатель:* И, конечно, всех поучать. Как жить, что думать, кому верить? Что можно еще ожидать от журналиста?

*Философ:* Ни в коем случае. Амплуа учителя жизни не для него. Помочь разобраться в хитросплетениях экономики, политики и социальной сферы — это другое дело. В таком качестве он будет востребован всегда. Журналист нужен и как нравственный ориентир, защищающий и представляющий интересы массовой аудитории, а значит, и всего общества.

*Читатель:* Эталон есть эталон. А в жизни? Сколько скандалов связано со звездами, с журналистами в том числе. Особенно представители «желтой прессы» отличаются. Для них нет запретов никаких, чужая частная жизнь — хлеб насущный. Что на это вы скажите?

*Журналист:* Журналист — человек и все человеческое ему не чуждо. Ему действительно непросто, но он должен оставаться эталоном не

только на газетной полосе или в эфире. Посмотрите на нашу журналистику. Всегда в ней были достойные люди. Есть они и сегодня.

И в будущем такие люди будут в профессии. Кто-то из них придет в журналистику из других сфер как лучшие представители в своих профессиональных кругах. Кого-то воспитает своя журналистская система образования, которая по сути уже становится непрерывной.

*Философ:* Вполне с вами согласен. Не уменьшится, а только значительно вырастет социальный запрос на журналиста как человека, который стоит между событием, новостью и ее потребителем. И его надо для этого готовить. Причем в большем количестве, чем сегодня, так сфера информации на глазах превращается в мощную индустрию. Так что останется и специализированное образование, и массовость профессии.

*Читатель:* Как в школе? К физике, математике, физкультуре еще добавится журналистика? Невероятно.

*Философ:* А почему бы и нет? Здесь правомерны школьные требования. Я делю требования на три сферы: требования общества, внешней среды и личности. А еще следует обратить внимание на условия труда и журналистскую специализацию. Очень заманчивое предложение. Возьмите учебные программы и посмотрите, насколько они отвечают запросам общества, отрасли, человека, наконец.

*Журналист:* Медиаобразование становится обязательным. И начинать его лучше со школы. Но вопрос: можно ли научить журналистике? Где проходит водораздел между базовым и не базовым образованием?

*Философ:* Это во многом зависит от того, какие бывают журналистские школы, кто и где учится, по каким учебным программам учатся, какие знания вкладываются. У нас сегодня есть, чем гордиться в мире журналистики.

*Читатель:* И есть, о чем лучше не говорить. Кто учил этих журналистов, пишущих так коряво, что читать невозможно? А дикторов, которые говорить не могут? Где она, культура журналистского образования?

*Философ:* В ответе на этот вопрос ключевые слова: самообразование и непрерывное образование, т.е. образование на протяжении всей жизни. Ни один вуз не даст человеку тех знаний, которые ему понадобятся в течение всей его творческой деятельности. Поэтому журналист — это прежде всего человек, способный быстро осваивать необходимый контент, о каком бы виде деятельности не шла речь. Это личностная способность, которая вырабатывается в процессе и обучения, и профессиональной деятельности.

*Журналист:* Но есть такая особенность журналистики, что порой человеку, ею занимающемуся, приходится браться за самые разные темы. Трудно разбираться во всем сразу и хорошо. Особенно, если учесть, что времени в обрез, так как новость — на то она и новость, чтобы озвучиваться практически в тот момент, когда она случилась. Поэтому нас и ругают часто, что все изучаем наспех, пишем поверхностно.

*Читатель:* И зачем тогда говорить об образовании? О какой-то системе?

Когда до сих пор так и не понятно, кого и как учить журналистике?

*Журналист:* Отрицать, конечно, проще. Но все-таки непрерывное журналистское образование — это уже реалии нашего времени. Равно, как и школы журналистики, которые в нашей стране сложились, пользуются авторитетом.

Недавно факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова отметил 60-летие университетского журналистского образования. Именно столько лет назад в МГУ было положено начало подготовке журналистских кадров на созданном отделении журналистики, преобразованном затем в факультет.

*Читатель:* И все равно я вам докажу, что во многих изданиях работают люди, не имеющие образования. И работают же. Вот и в книжке об интернет-журналистике написано, что в сетевую журналистику внедряются непрофессиональные журналисты. А где профессиональные?

*Философ:* Факт, действительно, существует. Но зачем возмущаться? А чего тут такого? Суть этой профессии — она принимает любого, кто хочет попробовать себя на этом поприще.

Любительство есть, и многие из любителей становятся профессионалами. Вообще, проблема профессионализации сейчас совсем другому складывается. Необязательно иметь диплом, обязательно иметь награды. Если ты хорошо пишешь, то ты уже профессионал. А если ты много обучался, получал всякие дипломы, но пишешь скучно, неинтересно, то тебя никто и читать не будет. Все понятно.

*Журналист:* Все так и не так. Человек может прийти в профессию по зову сердца, причем в любой период своей жизни. Двери открыты, пожалуйста. Но дальше он просто обязан учиться. Всю жизнь. Чтобы стать профессионалом высочайшей пробы. Иначе он не сможет выполнять ту социальную роль, которая на него возложена обществом. Ведь уже вошло в наш обиход понятие «четвертой власти». Вот и соответствуйте ему.

*Читатель:* Вообще надо понять, в чем заключаются властные функции журналистики? Что такое властные функции вообще? И являются ли СМИ властью? С одной стороны, социальный заказ, а с другой — институт социальный как образование. Почему мы учителей не считаем властью, а журналистов считаем представителями власти? А врачей? Хотя врачи управляют нашей жизнью и смертью, а учителя управляют нашей образованностью, нашей карьерой, нашим будущим — детьми. А вот журналистов почему-то приписали к властным структурам. Либо журналисты сами придумали, что они власть, и это неправда, либо это действительно власть, но тогда в чем эта власть заключается?

*Философ:* Вот это вопрос: а что такое власть? Власть — это способность управлять какими-то социальными процессами. Думаю, что журнали-

стика вносит свою лепту в это управление. Есть социологическая точка зрения, т.е. власть и элита, ее осуществляющая, подразумевает людей, действия которых приводят к каким-то социальным изменениям. Но я всегда полагал, что с философской точки зрения, журналист — это элита. Однако в настоящий момент вынужден констатировать, что подчас его публикации — это комариные укусы, которые действуют на очень маленький круг людей. Но ведь действуют. А если журналист выступает по телевидению и его слышит уже большее число зрителей, то и воздействие гораздо существеннее. Поэтому те журналисты, которых мы как минимум видим по телевидению, реализуют властные функции, и их совершенно правомерно называть информационной элитой.

*Журналист:* Вот еще одно подтверждение тому, что человек, которому доверена власть и он выражает ту или иную точку зрения, должен быть готов к этому. Он должен быть самодостаточен и образован. Поэтому мы затеяли проект: «Формирование информационной элиты общества». И я считаю, что сегодня это очень очень важно, так как в профессию пришло молодое поколение. Журналистика становится мощной информационной отраслью. Интернет расширяет ее возможности до невозможного.

*Читатель:* Как это просто. Если я поставлю себя на место элиты, то получается, что я элита. Если я считаю, то так и будет? Думаю, что это позиция правильная. Молодцы эти ребята, которых вижу на экране. Они не боятся брать на себя ответственность. Теперь мне надо понять, что это такая за власть прессы?

*Журналист:* Наверное, это не просто понять читателю. Да и самому журналисту осознать, какую ношу он на себя взвалил — все время соответствовать ожиданиям аудитории. Как-то в командировке на какой-то встрече ко мне подошел молодой человек и сказал: «А я вас знаю по публикациям в «Комсомольской правде». Я следил за вашими публикациями».

И стал называть их и рассказывать, о чем они. Я была, по крайней мере, удивлена. Человек помнит мои публикации двадцатилетней давности. Значит, они имели отклик у читателей, оказали влияние на читательскую аудиторию.

*Читатель:* Голос из прошлого, значит, газета была востребована. А сегодня?

*Философ:* Эта или другие газеты, как равно и журналисты, будут всегда востребованы. Главное, чтобы они сами это осознали и поняли, что сейчас ситуация немножко изменилась. Отрасли требуются кадры, осознающие эти изменения.

Будущее профессии за транспрофессионализмом. Парадигма же интеллектуальной коммуникации — это внедрение с раннего возраста знаний, умений и навыков журналистского труда в соответствии с вызовами времени.

## Глава 10

# Кого и как учить журналистике — непрерывное журналистское образование

### 10.1. Школы журналистики

#### Формирование информационной элиты общества

Сегодня Россия, как и многие развитые страны, создает принципиально новое информационное общество, которое не знает границ и расстояний. Как на рабочем месте, так и дома информационные технологии пронизывают нашу жизнь в большей степени, чем мы могли еще недавно ожидать.

Тех, кто избрал журналистику своей профессией, это касается в первую очередь. Коренным образом меняется их стиль работы и времяпровождение. Профессиональная среда обретает всемирное измерение и становится все более подвижной. Телефон, персональный компьютер, Интернет позволяют журналисту общаться с людьми на соседнем континенте столь же легко, что и с теми, кто находится в соседней комнате. Переносные телефон и компьютер помогают им избавиться от ограничений, связанных со стационарным рабочим местом. Журналист становится более мобильным, информация, которую он добывает и обрабатывает, гораздо быстрее доходит до аудитории.

В обиход практически каждого журналиста входят слова: новые информационные технологии, гипертекст, база данных, интерактивность. Он не только начинает говорить на ином языке, но и думать пытается по-другому.

Но остаются и общечеловеческие ценности. Образование, которому принадлежит особая роль в духовном возрождении общества, относится к их числу. Тем более это относится к журналистскому

образованию, назначение которого — формирование информационной элиты общества.

Мы медленно и трудно начинаем осознавать, что подлинным гарантом конституционного права личности на достойную жизнь в демократическом обществе и на получение достоверной информации может стать высокое гражданское сознание народа, основой основ которого является научное знание.

Российский ученый Н.Н. Моисеев в связи с этим писал: «Каждая эпоха рождает свой тип мировоззрения, новые знания и новый опыт вносят свой вклад, и идет непрерывная трансформация наших взглядов на окружающий мир, на нас самих и на наше место в нем. Но бывают периоды коренной перестройки самих основ эволюционного процесса развития человека, поворотные моменты антропогенеза, как и в каждом из природных процессов. Я думаю, что мы как раз и подходим к одному из таких поворотных моментов. Но угадать будущее нам не дано. Тем не менее кое-что из будущего мы представляем достаточно отчетливо. Так мы уверены, что обязательно появится система новых табу и возникнет необходимость новых знаний»<sup>1</sup>.

Все это существенно меняет подходы к образованию в целом и к журналистскому в первую очередь, так как оно более, чем другие составляющие системы образования, нацелено на тех, кто способствует формированию в обществе ценности знания, потребности каждого в постоянном их пополнении и обновлении.

Однако практика последних лет показывает, что само журналистское образование не спешит видоизменяться. Более того, оно сохраняет свой определенный консерватизм, как по форме, так и по содержанию. В результате система подготовки кадров для журналистской отрасли с опозданием реагирует на ее запросы. Причем наблюдается это буквально с первых шагов становления этого вида деятельности.

## Профессионалы и любители

Журналистика изначально была представлена профессионалами и любителями. Так было испокон веков, с первых номеров печатных средств массовой информации и в России, и в мире. Очевидно, что с 1450 г., когда Иоганн Гутенберг в Германии предложил наборный шрифт вместо традиционной доски, на которой вырезали

---

<sup>1</sup> Моисеев Н.Н. О необходимых чертах цивилизации будущего // Экологический меридиан. Изд-во МНЭПУ. 1999. № 1.

буквы, до 1900 г. — открытия первой школы по подготовке журналистов в Берлине, ее можно назвать любительской, переходящей в ремесленничество. Редакции сами растили себе кадры, и их подготовка не отличалась ничем от обучения сапожников, портных, хлебопеков. Работал главный принцип «делай как я!», т.е. становишься рядом с мастером и учишься у него всем премудростям профессии.

Первый факультет журналистики в парижской Высшей школе социальных наук, появившийся примерно в то же время, что и берлинская школа, ознаменовал начало высшего журналистского образования. В 1902—1903 гг., как утверждают исследователи, журналистские школы начали создаваться на юридических факультетах США — в Вашингтоне, Филадельфии, Чикаго. В 1902 г. создается школа журналистики при Колумбийском университете. Средства на его открытие — двести тысяч долларов выделяет нью-йоркский издатель Джозеф Пулитцер. Его именем названа сегодня самая престижная журналистская премия США.

В 1953 г. в 42 странах кадры журналистики готовили 645 факультетов, отделений, секций, школ, причем 555 из них находилось в США<sup>1</sup>.

Аналогичная картина наблюдалась и в России. Первое печатное издание страны — газета «Ведомости», основанная указом Петра I в декабре 1702 г. Затем возникли в 1727 г. «Санкт-Петербургские ведомости» и в 1756 г. — «Московские ведомости».

Как отмечают исследователи, в течение всего XVIII века в России не было других газет. Зато активно издавались журналы, один из которых редактировала Екатерина Вторая<sup>2</sup>.

Но только спустя два века обсуждался проект создания высшей школы журналистики. Это было в Петербурге в 1902 г. Возглавить ее должен был известный в ту пору писатель Петр Дмитриевич Боборыкин, весьма образованный человек, имеющий юридическое образование. Но этому проекту не суждено было реализоваться<sup>3</sup>.

Первые практические курсы по журналистике под руководством профессора Леонида Евстафьевича Владимирова были открыты в России в 1905 г. и просуществовали всего несколько месяцев. Учеба началась 1 февраля 1905 г. и была прервана через 9 месяцев в связи с декабрьским вооруженным восстанием<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: *Ворошилов В.В.* Журналистика. СПб., 2004. С. 18—19.

<sup>2</sup> Там же. 2004. С. 9.

<sup>3</sup> *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1997. С. 7.

<sup>4</sup> См.: *Таловов В.П.* Журналистское образование в СССР. Л., 1990.

Цель курсов состояла в том, чтобы «лицам, не получившим образования на юридическом факультете, дать систематическое собрание этико-юридических знаний, необходимых для понимания и обсуждения вопросов общественной жизни, составляющей предмет так называемой публицистики»<sup>1</sup>.

Между тем большевики, В.И. Ленин и его соратники, придавая прессе большое значение, организуют обучение журналистов в партийных школах на Капри (1909), в Болонье (1910), в Лонжюмо под Парижем (1911).

Интенсивная подготовка кадров началась лишь после Октябрьской революции 1917 г. Именно тогда первой в 1919 г. возникла школа журналистики при Российском телеграфном агентстве, затем 20 декабря 1920 г. — Институт журнализма при Петроградском отделении РОСТА. Позже появился Институт красных журналистов (1921), преобразованный в 1923 г. в Государственный институт журналистики.

Стали пользоваться большим спросом у молодежи трехгодичные техникумы, где учили на корректоров, обработчиков информации. Открытие многих из них датируется 1925 г. С 1931 г. в Ленинграде, Минске, Алма-Ате и других городах стали создаваться КИЖы — коммунистические институты журналистики.

Однако только в 1940-годы было положено начало университетскому журналистскому образованию. Первыми на правах факультетов в июле 1941 г. вошли в состав Уральского и Казахского университетов Свердловский и Алма-Атинский КИЖы. В 1944 г. создан факультет журналистики в Белорусском университете. В марте 1946 г. на филологическом факультете Ленинградского университета организуется отделение журналистики, преобразованное в 1964 г. в самостоятельный факультет университета. Факультет журналистики Московского университета также вырос из аналогичного отделения при филфаке, организованного в 1947 г.

Так что смело можно утверждать, что все это время штаты редакций комплектовались из любителей, которые случайно становились журналистами. Журнал «Русская мысль» писал в 1906 г.: «Случается у служащего дефицит, он пополняет его статьями; остался человек без места — он идет в газету и начинает промышлять репортажем. Тут вы встретите неудачника или временно зануждавшегося студента и доктора, выехавшего из провинции для диссертации, и отставного офицера, и выгнанного со службы телеграфиста, и бывшего актера, и разорившегося купца-спекулянта, и помощника какого-нибудь частного поверенного по бракоразводным де-

---

<sup>1</sup> Есин Б.И. Путешествие в прошлое. М., 1983. С. 158.

лам..., рядом с людьми, безусловно порядочными, встретите людей не только сомнительных, но и прямо темных, которые только прикрываются репортажем, а сами делают из него доходную статью»<sup>1</sup>.

Журналисты тех лет с юмором вспоминали, что популярным был метод отбора в редакцию после «испытания на огурец». Новичок считался пригодным к журналистике, если он мог выпить под один огурец двузначное число рюмок водки.

Как это ни парадоксально, но и сегодня «испытания на огурец» себя не изжили в практике некоторых редакций. Безусловно, они цивилизованнее, и, разумеется, не только от выпитого, но и от написанного претендентом на должность штатного сотрудника редакции зависит его дальнейшая журналистская судьба.

Конечно, пополняются редакции газет, журналов, электронных СМИ и выпускниками факультетов журналистики. И здесь, как правило, предпочтение отдается тем, кто начал сотрудничать с тем или иным печатным органом с первых курсов и уже зарекомендовал себя в редакции. Поэтому к четвертому курсу студент, если он считает необходимым для себя работать, находит себе не только работу, но и делает уже неплохую карьеру. К окончанию университета он может занимать руководящую должность в весьма уважаемом издании.

Это стало реалиями последних лет и объясняется спросом на подготовленных специалистов, который сегодня превышает предложение во много раз. Именно этот гиперспрос позволяет студентам факультетов журналистики, порой еще не умеющим отличить информацию от интервью, находить работу по своему выбору, подчас высокооплачиваемую. При этом редакция вначале не несет никаких серьезных материальных затрат, так как студент начинает сотрудничать на условиях практики. Более того, у издания есть возможность выбора. Не пришелся ко двору один практикант, есть второй, третий, так что непременно кто-то найдет свою редакцию, а она в свою очередь — преданного идеалам журналистского коллектива сотрудника.

К тем, кто приходит с вузовской скамьи, даже с красным дипломом, присматриваются долго и весьма требовательно. Однако в штат брать не спешат, так как его надо еще доводить до профессии. Это требует времени и сил, да и желания сотрудников редакции. Существующие в жестких рыночных условиях сами СМИ не всегда имеют возможность этим заниматься, тем более иметь специального сотрудника с явно выраженным педагогическим талантом, который бы занимался с новичками.

---

<sup>1</sup> Кривенко С. Газетное дело и газетные люди // Русская мысль. 1906. № 10. С. 10.

Да и не все молодые специалисты сохраняют верность специальности, обозначенной в дипломе, и остаются в журналистской профессии. Сегодня выпускников факультетов журналистики можно встретить в самых разных сферах деятельности: политика, преподавательство, менеджмент и многое другое.

Так что и в наше время, даже при наличии профильной системы образования, имеющей свою историю, традиции, журналистская сфера деятельности сохраняет двухуровневую схему пополнения кадрами. Это объясняется рядом специфических черт данной профессии, которая определенным образом подобна искусству, спорту, теперь вот и медицине, когда популярным стало народное целительство. Именно в этих видах деятельности профессионализм и любительство идут рука об руку. Одаренный певец, художник, ваятель, имеющий талант от природы, но не имеющий специального образования, со временем может стать профессионалом.

Как и эти занятия, журналистика по силам и тем, кто избрал ее своей профессией, и тем, кто занимается ею в свободное от другой работы время. Причем для определенного круга лиц со временем увлечение ею перерастает в работу. Они приходят в редакции, занимают должностные вакансии и делают неплохие карьеры. Таких примеров достаточно. Поэтому, когда мы говорим о профессиональной подготовке кадров, мы не можем обойти стороной любительство, так как оно всегда влияло на состояние журналистики. На Западе таких журналистов, которые обучаются профессии непосредственно в редакции в процессе работы, называют волонтерами.

## Заказ отрасли на кадры

Но сегодня этих двух каналов пополнения редакционных коллективов уже явно не достаточно. Сложившаяся ситуация в отрасли ставит перед системой подготовки журналистских кадров новые задачи. Объясняется это прежде всего тем, что журналистика, как никакая другая профессия, в последние годы особенно востребована. Так как, по мнению российского исследователя В.Л. Иваницкого, «бурно развивающаяся индустрия СМИ испытывает все нарастающий кадровый голод. Этот голод не могут удовлетворить ни факультеты журналистики, число которых умножилось за последние годы невероятно, ни волонтеры, специального образования не имеющие»<sup>1</sup>.

Это даже притом, что число факультетов и отделений журналистики страны приближается к сотне. Однако все они вместе выпус-

---

<sup>1</sup> Иваницкий В.Л. Поезд ушел // «Эксперт». 2005. № 48(494).

кают за год едва две тысячи, тогда как, лишь по приблизительным подсчетам, отрасли требуется почти 25 тысяч сотрудников только журналистского профиля. Еще столько же требуется менеджеров, в число которых входят директор, бухгалтер, коммерческий директор, менеджеры по продажам и т.д.

Непомерные кадровые потребности отрасли обусловлены начавшейся в России СМИ-лихорадкой, пик которой, по данным ученых, приходится на 2007—2008 гг.

Безусловно, президентские выборы — существенный фактор, способствующий появлению новых СМИ, но далеко не единственный. Отрасль динамично развивается. По данным Ассоциации коммуникационных работников, ее ежегодный прирост более чем 30%. Открывшиеся новые технологические возможности, пустующие ниши на информационном рынке, перспективы личностного роста и финансового благополучия — все это способствует ее динамичному развитию.

По состоянию на конец 2005 г. всего в России было зарегистрировано 62 971 средство массовой информации. Из них 50 621 печатные, остальные — электронные. Только в этом же 2005 г. было проведено десять конкурсов на права на наземное эфирное телерадиовещание. На участие в них были представлены десятки заявлений. Победителями стали только 147 участников. Из них на осуществление радиовещания — 104, на осуществление телевизионного вещания — 43<sup>1</sup>.

Очевидно, что не все из зарегистрированных изданий выходят в свет, да и те, что выходят, не всегда становятся долгожителями. Некоторые издания успевают заявить о себе всего одним сигнальным номером, в лучшем случае одним — двумя тиражными и уходят в небытие. Не все из заявленных теле- и радиопередач выходят в эфир и находят своего слушателя и телезрителя.

Но это реалии сегодняшнего информационного рынка, который характеризуется динамичностью, молодостью и стремлением удовлетворить неудовлетворенный спрос на свое информационное средство. Причем если есть небольшой капитал, то это может быть печатное издание, для запуска которого нет никаких ограничений. Если такового нет, то сегодня возможно создать интернет-ресурс при наличии минимальных затрат.

По прогнозам ученых, насыщение рынка по количественным параметрам произойдет еще не скоро. Существует еще много неза-

---

<sup>1</sup> См.: *Иваницкий В.Л.* Указ. соч.

нятых ниш, но даже те, которые обжиты, не столь наполнены, чтобы не нашлось места еще нескольким печатным изданиям или электронным продуктам.

Информационная сфера сегодня существенно расширилась и видоизменилась. Мы вели речь только о средствах массовой информации. Но реальный информационный рынок сегодня намного шире. В последние годы интенсивно развиваются такие виды деятельности, как связи с общественностью и реклама, расширяют свое функциональное пространство пресс-службы различных государственных и общественных структур. А это значит, что в течение ближайшего времени они все вместе будут вовлекать в свою деятельность все большее число людей. Это будут в большинстве своем сотрудники, не имеющие профильного образования. Хотя, как справедливо замечает В.Л. Иваницкий, им «все нужны квалифицированные специалисты. Здесь и сейчас. Естественно, с образованием, без амбиций, готовые денно и нощно трудиться на благо работодателя»<sup>1</sup>.

Однако система образования только начинает осознавать, что налицо национальный кадровый дефицит специалистов, обладающих журналистскими умениями и навыками. К сожалению, вряд ли кто сегодня ответит, каковы размеры этого дефицита, так как в цифрах он нигде не зафиксирован. Также, как никто и не считал, какое нужно количество учебных заведений. Непонятно, и какого уровня они должны быть. Безусловно, еще хорошо бы знать, за какое время существующие вузы могут справиться со сложившимся дисбалансом на рынке труда.

## 10.2. С перспективой на будущее

### Интернет как фактор медиавсеобуча

Ситуация еще усугубляется тем, что сейчас особенно благодаря Интернету журналистика становится массовой профессией. Приход цифровых технологий в электронные, а затем и в печатные СМИ обещает качественные изменения в мире информации, которые не наблюдались со времен Гутенберга.

Более того, интенсивное развитие новых технологий, и прежде всего компьютерных, коренным образом меняющих все и вся в жизни каждого отдельного человека и общества в целом, позволяет говорить о таком явлении, как медиавсеобуч. Известный канадский

---

<sup>1</sup> Иваницкий В.Л. Указ. соч.

ученый-социолог и публицист Г.М. Маклюэн пишет: «На протяжении механических эпох мы занимались расширением наших тел в пространстве. Сегодня, когда истекло более столетия с тех пор, как появилась электрическая технология, мы расширили до вселенских масштабов свою центральную нервную систему и упразднили пространство и время, по крайней мере, в пределах нашей планеты. Мы быстро приближаемся к финальной стадии расширения человека вовне — стадии технологической симуляции сознания, когда творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества примерно так же, как ранее благодаря различным средствам коммуникации были расширены вовне наши чувства и наши нервы»<sup>1</sup>.

Некоторые исследователи, например С.Г. Корконосенко, представляющий санкт-петербургскую школу журналистов-исследователей, считает, что «массовое медиаобразование» уже реальность нашего общества и этому надо учить<sup>2</sup>.

Его точку зрения разделяют представители московской научной школы. Они видят медиаобразование как новую составляющую журналистского образования, требующую и подготовленных для такого обучения специалистов. Более того, они уже имеют положительный опыт его реализации на практике<sup>3</sup>.

Данный термин свидетельствует о том, что определенные навыки журналистского труда необходимы все большему числу граждан, занимающихся разными видами деятельности. Поэтому составные части этой профессии уже сегодня органично входят в понятие «образованный человек» при условии, что культура и функциональная грамотность в нем органично сосуществуют.

Закономерно, чем выше уровень массовой медиакультуры в обществе, тем более высокого качества оно будет требовать прессу. Следовательно, и подготовка журналистов должна быть соответствующей. Не важно при этом, закончили ли они профильные высшие учебные заведения или какие-либо иные. Они обязаны создавать информационный продукт требуемого аудиторией качества и в минимальные сроки поставлять его своим потребителям.

В истории развития общества были периоды, когда журналистика выдвигалась на роль массовой профессии, только масштабы тогда были посромнее и использовались другие термины, обозна-

---

<sup>1</sup> Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003. С. 5.

<sup>2</sup> См.: Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004.

<sup>3</sup> См.: Медиаобразование в информационном обществе. Специальный выпуск // Информационное общество. 2003. № 3.

чающие это явление. Например, в годы первых пятилеток в Советской России получило развитие движение рабоче-крестьянских корреспондентов, подготовке которых уделялось очень большое внимание.

Как утверждают Л.Г. Свитич и А.А. Ширяева: «В связи с новыми задачами индустриализации и коллективизации в 30-е годы требовалось укрепить вертикаль власти и охватить идеологическим влиянием все структуры — от низовых до более высоких уровней. Перестроилась и печать: от классового принципа дифференциации изданий для рабочих и крестьян и других социальных групп перешла к территориально-отраслевому. Причем особенное значение придавалось вновь созданной низовой печати, газетам МТС (машинотракторных станций), совхозов и колхозов, фабрично-заводской и районной. Буквально за два-три года число газет увеличилось в несколько раз!»<sup>1</sup>

Очевидно, что силами только журналистов-профессионалов невозможно было «наиболее полно охватить массы партийным влиянием» и укрепить местную власть. Каждый сознательный член партии должен был научиться писать в газету, стать рабоче-крестьянским корреспондентом.

«С конца 20-х годов (в связи с отходом от нэпа) в стране стал складываться своеобразная форма государственного устройства, — пишет исследователь журналистского образования В.П. Таловов, — административный, авторитарный, бюрократический социализм с присущим ему умалением, а нередко и полным отказом от экономических стимулов в хозяйственной, коммерческой, иных видах деятельности, выполнивших функции своего рода «двигателей» общественного прогресса... Но так как кроме идеологических, политических стимулов заменить их было нечем, то последние выдвигались на первый план. Потребность в газетах как важнейшем атрибуте политики и идеологии в связи с этим резко возрастала»<sup>2</sup>.

Следовательно, многократно возрастала и потребность в авторах, лучшие из которых становились газетными работниками. Но именно в эти времена у населения сформировалась установка, что в газету может написать любой член общества. Другое дело, что публиковали и тогда, и гораздо позже не каждое пришедшее в редакцию письмо. Но заметка, которая доходила до полосы, проходила серьезную редакторскую обработку.

---

<sup>1</sup> Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1997. С. 13—14.

<sup>2</sup> Таловов В.П. Журналистское образование в СССР. Л., 1990. С. 38.

Теперь, как в старые добрые времена, заметку может написать любой, и главное — она будет прочитана в таком виде всеми, без всякой редакторской правки и сокращений. Коррективы внесли технические средства. Процесс от создания текста до его доставки читателю стал прозрачным, и многим стало очевидным, какова дистанция между профессионально сделанным материалом, если даже его автор является любителем, и любительским текстом, который может написать каждый.

Так что сегодня благодаря Интернету, стремительно входящему в нашу жизнь, заговорили о ренессансе не только рабоче-крестьянского опыта сотрудничества с прессой, но и еще о более ранней культуре эпистолярного жанра. В России его пик пришелся на XVIII век, век писем, дневниковых записей, обязательных альбомов в домах, в которые гости вписывали свои пожелания, стихи, делали заметки на полях. Своеобразные «Гостевые книги» отражали эпоху и любовь людей этой эпохи к эпистолярному жанру. «Путешествие из Петербурга в Москву» Радищева — это дневниковые записи. Переписка Пушкина и его жены, «Письма из деревни» Энгельгардта — блестящий эпистолярный жанр.

«Е-mail вернул человечеству эпистолярный жанр» — под таким лидом выходит публикация «Хроника электронной почты» в «Независимой газете». Ее автор утверждает, что «электронная почта считается самым популярным сервисом Интернета. Некоторые люди имеют доступ к Интернету, но пользуются только электронной почтой, не обращая внимания на другие возможности Всемирной сети. И в то же время трудно найти человека, имеющего дело с сетью, но так ни разу и не воспользовавшегося средствами пересылки писем»<sup>1</sup>.

Именно электронной почте мы обязаны столь широкой вовлеченностью в журналистскую профессию даже далеких от нее специалистов, которые осознают необходимость овладеть навыками работы с текстом. Она положила начало массовому журналистскому всеобучу на новом технологическом витке развития общества.

## Кого учить журналистике?

Все большее число людей начинают понимать, что журналистике надо учиться. Поэтому, отвечая на вопрос: кого учить журналистике, мы имеем достаточно широкий диапазон желающих, которые хотят получить профессиональные журналистские знания. Причем стартовая отметка у каждого принявшего решение стать журналистом своя.

---

<sup>1</sup> Павлова А. Хроника электронной почты // Независимая газета. 2006. 10 февраля.

Но с определенными оговорками можно четко представить их в виде четырех больших целевых групп.

- Первая — это те, кто избирает журналистику своей профессией буквально со школьной скамьи. Их путь: профориентация в средней школе, затем обучение на профильных факультетах. Это та категория, которая учится на журналистов.
- Ко второй группе можно отнести тех, кто ими становится. Профессия открыта для любого человека и не зависит от его возраста, базового образования, склонностей характера. Это одна из тех немногих профессий, которая не имеет ограничений даже по здоровью. Прикованные к постели люди могут пробовать себя в этой профессии и успешно в ней работать, особенно если они обеспечены компьютерной техникой и обучены ею пользоваться. Другими словами, это люди, приходящие в журналистику из других профессий и имеющие разное образование, причем не всегда высшее, определенный опыт работы по другой специальности, а то и по нескольким. Они овладевают профессией в реальных условиях производства, т.е. на рабочем месте в редакции.
- Третья категория — это специалисты в области связей с общественностью и рекламы, сотрудники пресс-службы.
- Четвертая — это широкая аудитория, которой понадобились навыки журналистского труда в связи с интенсивным развитием новых компьютерных технологий и прежде всего Интернета.

Это аудитория, которую необходимо обучать. И возникает проблема подготовки преподавательских кадров. Поэтому вполне закономерно можно обозначить еще одну — пятую целевую группу: преподавательский корпус.

Хороший вузовский педагог, как показывает практика ведущих вузов, вырастает минимум за пять лет. До сих пор именно вузовские педагоги обеспечивали работу всех других форм подготовки журналистов: от кружков в школе до повышения квалификации.

Но сегодня круг лиц, занимающихся профессионально журналистской подготовкой, существенно расширяется. «К ним относятся и штатные преподаватели высшей школы, — по мнению С.Г. Корконосенко, — которым по долгу службы приходится разбираться в концепциях, проблемах и методике преподавания журналистики (причем это относится не только к начинающим, но и к опытным педагогам). И будущие работники вузов, из числа аспирантов и соискателей. И организаторы популярного медиаобразования, рассчитанного на массовые слои населения, — в последние

годы необходимость такого «всеобуча», от средней школы до взрослой аудитории СМИ, ощущается все настоятельнее. И руководители всякого рода школ журналистского мастерства при редакциях»<sup>1</sup>.

Но насколько они сегодня качественно подготовлены, особенно, когда речь идет о профессии, обязанной работать на перспективу, можно лишь догадываться. Нарекания, постоянно высказываемые журналистским корпусом в адрес системы образования, позволяют предполагать, что некачественная подготовка специалистов — это показатель уровня квалификации и самих педагогов.

Сложившаяся ситуация в профессиональной системе образования, действительно, оставляет желать лучшего. При нынешнем положении дел кадровая проблема лишь обостряется. Это объясняется рядом факторов: расширением сферы подготовки журналистов, требующей большего числа преподавателей, и одновременно низкой оплатой их труда, будь то школа, вуз или курсы. Поэтому востребованные преподаватели, в первую очередь высшей школы, пытаются одновременно работать в нескольких местах, из-за чего имеют огромные нагрузки.

В самой высшей школе в настоящее время происходит резкая смена поколений и приходит молодежь, не имеющая, как правило, должного опыта работы ни в средствах массовой информации, ни в образовательных учреждениях.

Безусловно, ей самой надо учиться и журналистике, и преподаванию одновременно. Но в настоящий момент подготовкой преподавательских кадров никто целенаправленно не занимается. Подготовка через аспирантуру и соискательство уже себя не оправдывает, так как далеко не все, даже защитившие диссертации, остаются работать в высшей школе и тем более идут в среднюю.

Что касается магистратуры, которая призвана готовить исследователей журналистики и соответственно преподавателей, то в России она еще не принята. Вузовская подготовка журналистов еще ведется по отечественной традиции. Она пока не перешла на европейский стандарт, который уже введен по многим другим специальностям в связи с подписанием Болонской декларации.

Следовательно, логично назвать преподавательский корпус, обучающий журналистике во всем его многообразии, самостоятельной целевой группой, которой в обязательном порядке нужны определенные знания.

Итак, сегодня можно обозначить как минимум пять категорий, нуждающихся в журналистском образовании. Тем самым опреде-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 7.

лив, кому это нужно, мы можем перейти к анализу организации этого знания и формам его подачи. Другими словами, мы должны ответить на вопрос: чему и как учить журналистов?

## Какой профессионал нужен?

Именно с этих позиций мы и рассмотрим журналистское образование на данном этапе его развития, учитывая, что оно разное и потребности в нем очень велики.

Следует заметить, что дискуссии по этому поводу идут уже не один десяток лет, попеременно то затухая, то возобновляясь с новой силой. На смену одному поколению участников этих споров приходит другое, но проблемы до сих пор не разрешены и нет однозначного ответа на вопрос о том, кому и как готовить журналистов.

Одной из последних была дискуссия, организованная журналом «Эксперт». В 2005 г. (№ 47) была опубликована статья Александра Тимофеевского «Факультет ненужных вещей», в которой автор настаивает на том, что «журфак МГУ выпускает очень плохих журналистов».

Дискуссия перешла в интернет-СМИ. В следующем номере журнала (2005. № 48 (494), статья «Поезд ушел») и на сайте «Media-online.ru» 20 декабря 2005 г. был помещен уже упоминавшийся «Ответ МГУ на скандальную статью «Факультет ненужных вещей», автором которого является доцент факультета журналистики МГУ В.Л. Иваницкий. В обсуждение этой проблемы включились и другие средства массовой информации. Так, Валерий Яков в газете «Новые Известия» опубликовал статью «Кому мешает журфак МГУ» (2005. 20 декабря). А первокурсник факультета журналистики МГУ Артем Потемкин продолжил этот разговор публикацией «Спор курицы с яйцами» в журнале «Журналист» (2006. № 2).

По сути это публичное обсуждение выявило проблему отрасли, которая столь остро дала о себе знать на примере подготовки кадров. Это, по мнению оппонентов, «публичное признание того факта, что теперь предстоит работа по созданию в России системы подготовки и переподготовки кадров для СМИ в индустриальном формате. С участием университетов, естественно. Но не только».

Аналогичная ситуация сложилась и в других видах деятельности: производство требует специалистов, соответствующих потребностям сегодняшнего дня, а вуз готовит их так, как это было отработано годами. Поэтому то, что происходит с журналистикой сегодня, свойственно и другим специальностям, в частности тем, которые также столь бурно развиваются и которым обучают в российских университетах.

Однако Санкт-Петербургский ученый С.Г. Корконосенко такое повышенное внимание к прессе объясняет тем, что «журналистика — явление для сферы образования особенное. С одной стороны, она занимает равноправное положение в семействе вузовских специальностей и на нее распространяются общие стандарты и правила преподавания. С другой стороны, как вид деятельности она отличается публичностью, доступностью для всех активных граждан, плюралистичностью содержания, форм организации, стилей и т.п. Соответственно и мнений о том, кому и как готовить журналистов, в обществе гораздо больше, чем об обучении профессиям, которые не столь широко открыты миру. Надо добавить к сказанному, что и число желающих основать собственные, авторские школы мастеров прессы тоже неординарно высоко. Запрещать или иным образом ограничивать инициативу нельзя и не нужно, разве что государство обязано контролировать ее с точки зрения соблюдения закона»<sup>1</sup>.

Все это действительно так, открытость профессии налицо, появление авторских школ стало реальностью сегодняшнего дня, так же как и вероятность публичных обсуждений на тему: чему и как учить журналистов, которая очень высока. Однако если проанализировать содержание всех этих дискуссий, то очевидно, что они ограничивают предмет разговора лишь вузовским образованием. Участвующие в них в основном ведут речь о том, какую модель принять высшей школе, готовя кадры для СМИ.

*Первая модель*, к которой склоняется большая часть дискутирующих, чаще представителей высшей школы, это профильная подготовка журналистов с первого по пятый курс по общепринятой российской системе, которая еще существует во всех вузах страны. Она может идти и по схеме бакалавр — магистр, которая набирает темпы внедрения в высшей школе. *Вторая модель* предполагает обучение на базе любого другого образования, когда лишь добавляется специальная журналистская подготовка, меньшая по объему и ориентированная на формирование практических навыков и умений.

Такая форма подготовки принята во многих странах мира. Так, например, в Германии традиционно сосуществуют два основных направления в профессиональном медиаобразовании — теоретическое, или научное, и практическое. Им соответствуют две базовые модели журналистского образования. К первой относится долгосрочная подготовка журналистов-практиков и исследователей журналистики в институтах публицистики, действующих в структуре германских университетов.

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 7.

Вторая модель, предусматривающая главным образом практическое обучение журналистов конкретным профессиональным нормам, умениям и навыкам работы в редакциях массмедиа, реализуется преимущественно на базе различных школ журналистики и краткосрочных курсов. На данный момент в стране существует около 170 образовательных учреждений, где осуществляется подготовка журналистов на основе различных подходов к обучению<sup>1</sup>.

Ко второй модели журналистского образования традиционно относят школы журналистики и учебные центры, принадлежащие медиаконцернам.

К *третьей модели* можно отнести и волонтериат — классический для Германии, наиболее часто избираемый путь в журналистскую профессию. Волонтериатом именуется двухлетнее обучение журналистскому ремеслу добровольцев-учеников в редакциях. Как правило, это выпускники общеобразовательных школ, имеющие склонность к журналистской деятельности. Но волонтериат приносит успех только в том случае, если ученик-подмастерье не только приобрел практические знания и навыки в редакции, но и прошел курс практического профессионального обучения или закончил специальное учебное заведение. В противном случае возможности карьерного роста тех, кто прошел через волонтериат, окажутся ограниченными<sup>2</sup>.

Постепенно такой подход к журналистскому образованию приживается и в России, но в очень усеченных формах. Участие отрасли в нем сведено до минимума. Хотя электронные СМИ практикуют подготовку на своей базе. Они даже создали в свое время Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, который существует и по сей день. Правда, он больше ориентирован на подготовку технических специалистов: монтажеров, осветителей, режиссеров.

В последние десятилетия возникла практика подготовки журналистов на базе уже имеющегося у них высшего образования. Обучаясь лишь в течение двух лет, человек получает специальные знания только по журналистским дисциплинам.

---

<sup>1</sup> Д'Инка В. Журналистика: между профессией мечты и «духовной каторгой» // Современное состояние университетского филологического и журналистского образования, перспективы его модернизации и вхождения в международное образовательное пространство. Журналистика. Материалы Международной научно-практической конференции. РГУ — Свободный российско-германский институт публицистики. Ростов н/Д. 2004. С. 29—31.

<sup>2</sup> Фатымина В.Д. Изменение профессиональных требований к журналистам и журналистскому образованию в условиях коммерциализации медиарынка Германии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: «Литературоведение. Журналистика». 1996. № 1. С. 103—110.

Однако система повышения квалификации журналистских кадров для представителей всех средств массовой информации по-прежнему находится в зачаточном состоянии и ограничена семинарами и конференциями, которые проводят творческие союзы. Безусловно, это не отвечает сегодняшним потребностям отрасли.

Более того, развитие общества, и прежде всего его информационная составляющая, позволяет посмотреть на эту проблему под несколько другим углом зрения. Сам вопрос организации журналистского образования ставится принципиально в ином ключе — речь идет о подходах к системе, принципах ее организации. Система должна учитывать все эти изменения, стать открытой и гибкой, или флексибильной, учитывать интересы каждого отдельного человека и отрасли в целом, которая выходит сегодня на уровень индустриального развития. При этом она не должна забывать о потребностях каждой отдельной редакции, каждого вида СМИ.

### 10.3. Журналистское образование как система

#### Основы непрерывного журналистского образования

Единственно приемлемым в нынешней ситуации становится принцип непрерывности журналистского образования. Следовательно, решить все поставленные перед обществом и отраслью проблемы в большей степени и с наибольшей эффективностью способна система непрерывного журналистского образования (НЖО).

Ее центральной фигурой становится человек, владеющий журналистскими знаниями, умениями, навыками и живущий в высокоиндустриальном обществе. Более того, он должен в определенной степени уметь опережать время, быть своего рода вперед смотрящим. Это прерогатива профессии и это крайне важно сейчас в период глобальных общественных и технологических переустройств. Стоит ли говорить, что в определенной степени такой взгляд на журналистику обусловлен теми изменениями, которыми характеризуется настоящее время.

По мнению Маклюэна, «в механическую эпоху, теперь уходящую в прошлое, многие действия могли совершаться без особых мер предосторожности. Медленность движений гарантировала отсрочку ответного действия на немалый промежуток времени. Сегодня действие и ответное действие происходят почти одновременно.

Мы на самом деле живем, так сказать, мифически и интегрально, однако продолжаем мыслить в соответствии со старыми, фрагментированными пространственными и временными образами до-электрической эпохи»<sup>1</sup>.

Журналисты относятся по роду своей деятельности к той категории населения, которая одной из первых берет на себя смелость овладеть мышлением на уровне своей «электрической», по определению Маклюэна, эпохи. Поэтому, чем большее число представителей этой профессии будут думать и действовать в соответствии с представлениями, которые диктует время, тем большее число последователей у них появится. К тому же каждый задумается о тех последствиях, которые будет иметь его действие, чем бы он ни занимался, будь то политика, бизнес или экология.

«Мы овладели искусством проводить с полной отрешенностью самые опасные социальные операции, — пишет М. Маклюэн. — Однако наша отрешенность была позицией безучастности. В эпоху электричества, когда наша центральная нервная система, технологически расширившись вовне, вовлекает нас в жизнь всего человечества и вживляет в нас весь человеческий род, мы вынуждены глубоко участвовать в последствиях каждого своего действия»<sup>2</sup>.

Но участвовать — этого мало при нынешнем развитии науки и техники. Человечество должно научиться отвечать за свои слова и поступки, хотя бы для того, чтобы выжить. Примером могут служить экологические катаклизмы и катастрофы, многие из которых следует отнести к числу рукотворных.

Очевидно, что профессия журналиста из числа тех, которые способны привлечь внимание к этой проблеме и в определенной степени способствовать формированию чувства ответственности. Ведь мы сегодня действительно в ответе за всех и каждого. «После трех тысяч лет специлистского взрыва и нарастания специализма и отчуждения в технологических расширениях наших тел, наш мир благодаря драматическому процессу обращения начал сжиматься. Уплотненный силой электричества, земной шар теперь — не более чем деревня. Скорость электричества, собрав воедино во внезапной имплозии все социальные и политические функции, беспрецедентно повысила осознание человеком своей ответственности», — считает М. Маклюэн<sup>3</sup>.

Так, пользуясь понятием М. Маклюэна «расширение человека», можно смело утверждать, что оно в первую очередь относится к

---

<sup>1</sup> Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003. С. 6.

<sup>2</sup> Там же. С. 6.

<sup>3</sup> Там же. С. 6—7.

каждому из тех, кто избрал своей профессией журналистику. Именно сегодня, когда Интернет расширил прессу, а цифровые технологии дают новый виток раскрытию возможностей телевидения, все большее число людей вовлекается в орбиту журналистского любительского творчества, но пока не профессионализма. И все это происходит на фоне индустриального пейзажа, потому что только индустрия СМИ может обеспечить бесперебойное функционирование «глобальной деревни».

Именно эти факторы должна учитывать перестраивающаяся на марше система журналистского образования, вырастающая и расширяющаяся одновременно. Чтобы соответствовать настоящему моменту и функционировать на опережение, ей просто необходимо осознать, что индустриально развитой отрасли будут требоваться в больших количествах профессионально подготовленные специалисты разного уровня и специализации, но воспринимающие себя как личности. Это непростая задача, во всяком случае требующая определенного времени для ее решения.

Если западная журналистика уже осознала себя как индустрию, а каждый журналист считает себя гражданином демократического общества, то российская пресса только подошла к этому. Полагать, что ты «подручный партии», как это было принято в советскую эпоху, было куда проще, чем склоняться к восприятию себя сегодня просто рабочим СМИ даже постиндустриального «электрического» мира.

Безусловно, это проецируется на систему журналистского образования, которая считает себя производной журналистской отрасли, а не самостоятельной системой. В противном случае у нее со СМИ должны были быть выстроены отношения сотрудничества, которые оказались бы более продуктивными.

Пока этого нет и не предвидится в ближайшее время, если не произойдет в одночасье осознания важности и сложности этой проблемы. Отсутствие индустриального опыта во многом порождает проблемы не только собственно СМИ, но и подготовки кадров для них. Безусловно, неготовность профессионального сообщества воспринимать себя «пролетариатом журналистского труда» в информационно-индустриальную эпоху препятствует становлению принципиально новой системы непрерывного журналистского образования. Примером является последний всплеск в мире СМИ в первые годы нового века, который заявил о себе появлением большого числа изданий. В результате в редакции пришло много любителей, которые овладевают профессией старым опробованным способом: мастер — подмастерье.

К сожалению, система журналистского образования в этом процессе практически не участвует. Она больше обеспокоена переходом на обучение по схеме «бакалавриат — магистратура», при этом старается сохранить традиционную российскую подготовку специалистов. Формирующаяся индустрия СМИ пытается сама справиться с этой задачей подготовки кадров, не делая никаких шагов навстречу образовательным структурам, не привлекая их к этому процессу. Так что ни о каком сотрудничестве пока не идет речи. Происходит парадоксальная ситуация: журналистская отрасль и система подготовки кадров для нее живут каждой своей жизнью, двумя параллельными мирами. Каждая сама по себе пытается справиться с проблемами, которые встают перед ними во весь рост.

Многие исследователи считают, что это объясняется издержками роста индустрии СМИ. Так, В.Л. Иваницкий пишет: «В отличие от других отраслей национальной экономики, взять хотя бы советскую историю, мы не имели и таковой. Формально индустрии исполняется 14 лет — в декабре 1991 г. был принят российский Закон о СМИ, одномоментно превративший их в участников рынка. На реальном же рынке СМИ оказались с января 2005 г. после последней льготы — по НДС. То есть, нам, строго говоря, года еще нет. Все эти изменения при отсутствии реальных институтов адаптации молодой индустрии к рынку привели к странным результатам.

Младенчество и отрочество — время, конечно же, прелестное, но оно грешит не только достоинствами, но и недостатками. Среди прочих — слабая самоидентификация субъекта. Индустрия СМИ точно такая же сегодня, совершенно не представляющая ни своих размеров, ни своего места в экономике, ни своих реально, объективно существующих проблем»<sup>1</sup>.

Все это правомерно адресовать и системе подготовки журналистских кадров. Формирующаяся сейчас явочным порядком система непрерывного журналистского образования пытается реагировать на запросы времени, но делает это скорее по наитию, чем просчитывая шаги своего развития, возможности охвата желающих получить эту профессию, да и просто емкость информационного рынка, который должны наполнить ею подготовленные специалисты. Отсюда наблюдающийся в последние годы стремительный рост факультетов и отделений журналистики, родственных с ними факультетов и отделений по связям с общественностью и рекламы в далеком не профильных вузах.

---

<sup>1</sup> Иваницкий В.Л. Ответ МГУ на скандальную статью «Факультет ненужных вещей» в журнале «Эксперт» // Media-online.ru, 20 декабря 2005 г.

## Флексибельность системы

Количественные изменения в системе журналистского образования идут рука об руку с качественными. Очевидно, что профессиональное обучение для того, чтобы быть качественным, должно соответствовать требованиям социальной, политической и экономической действительности, ориентироваться на потребности практики. Поэтому правомерно, что система задает себе вопросы: каким же профессиональным требованиям должен соответствовать журналист-газетчик или работающий в теле- или радиоэфире, чтобы эффективно действовать в изменившихся условиях? На что должны быть ориентированы перемены в журналистском образовании? Как готовить специалистов, работающих в сетевых СМИ?

Ответом на них и на вызовы дня можно считать наблюдающиеся в последнее время попытки обновления учебных планов и программ разными вузами, являющиеся, как правило, реакцией системы образования на ту интенсивность, с которой развивается изнутри профессия. Это говорит не о кризисе жанра — профессии, а о том, что журналистика как профессия становится другой по наполнению и в то же время остается прежней, сохраняя традиционные подходы. И система образования пытается это понять и принять к действию. При этом она должна научиться достаточно быстро, но не поспешно обновлять знания, предлагаемые к обучению.

К чести системы образования следует отнести ее осознание изменений в структуре специальностей и специализаций, которые предлагает мир сегодняшних средств массовой информации. До недавнего времени вся история журналистского образования — это история научения созданию текстов, или контента, как принято в современных дефинициях. В дипломах так и писалось: литературный работник редакции газеты, радио или телевидения.

Но новая структура СМИ предлагает четкое подразделение специалистов в отрасли на две категории. Одна из них производит контент, т.е. сообщение, текст, для аудитории. Вторая занимается доставкой контента потребителю, т.е. специализируется на каналах доставки.

Однозначно, что подготовка специалистов, работающих с созданием контента, не представляет особой трудности для существующей системы образования журналистов. Хотя и здесь необходимы существенные изменения в организации обучения, его содержании, формах и методах преподавания тех или иных дисциплин. Что касается кадров, специализирующихся на отправке журналистского продукта, то здесь перед системой образования встает много новых и не свой-

ственных ей до недавнего времени проблем. В числе главных — определение принадлежности этих специалистов к журналистике.

Если человека, готовящего тексты в газеты или эфир, называют журналистом, это понятно каждому. Но руководитель редакционного коллектива, бухгалтер, коммерческий директор, начальник рекламного отдела и многие другие специалисты, работающие в СМИ, имеют ли они право подпадать под юрисдикцию системы журналистского образования? По общепринятому мнению, до недавнего времени ответ был однозначен — не могут. Поэтому вполне логично, что университеты, академии и институты до сего времени не готовили менеджеров, технических специалистов, специалистов рабочих профессий для СМИ. Их готовили другие вузы, техникумы, если, например, речь шла о типографских рабочих, профессионально-технические училища. На работу в редакции они приходили по воле случая и осваивали журналистскую сферу деятельности.

Однако сегодня таких специалистов начинает готовить система журналистского образования. Примером может служить факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, который в 2005 г. открыл кафедру теории и экономики СМИ. Здесь также работает специальное отделение по переподготовке уже работающих топ-менеджеров, которое дает им диплом о втором высшем образовании. Можно назвать также Уральский государственный университет им. А.М. Горького, где на факультете журналистики существует отделение ММР, что означает менеджмент, маркетинг, реклама.

Но таких примеров пока единицы. К сожалению, ни один из множества юридических вузов не взял на себя смелость начать готовить юристов, представляющих специфику СМИ. Естественно, и система журналистского образования тоже к этому пока не готова. И речь сегодня идет не просто о подготовке кадров для СМИ, а об их подготовке в индустриальных масштабах.

К сожалению, именно к индустриальным подходам система журналистского образования еще далеко не готова. В очередной раз она оказывается в ситуации сапожника без сапог. Это притом, что все чаще на страницах специальной и массовой прессы выражается озабоченность, вызванная предстоящим техническим переоснащением СМИ.

## Вызовы времени

Готовится масштабный проект цифровизации телерадиовещания страны, который, по прогнозам некоторых аналитиков страны, может стать пятым национальным проектом наряду с четырьмя уже

названными. Безусловно, это затронет прессу и радио, скажется на развитии сетевых СМИ, которые сегодня переживают небывалый подъем.

Во всяком случае один из кураторов этого проекта, заместитель генерального директора ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» и руководитель Федерального центра распределения телерадиопрограмм Святослав Буняев утверждает, что «на медиарынке грянет большой телекоммуникационный взрыв, в преддверии которого мы хотим создать единую всероссийскую сеть доставки телевидения и радио до региональных центров»<sup>1</sup>.

Это означает, что 300—500 каналов сможет спокойно принимать каждый регион. Причем одна несущая цифровая частота в себе может содержать 5—6 телеканалов. И таких несущих частот в регионах может быть от 4 до 12. Если посмотреть в перспективу, то в каждой квартире будет на стене висеть плоский, очень тонкий широкоформатный дисплей с беспроводной клавиатурой. Он будет позволять зрителю смотреть любой канал по запросу с качественным изображением. Человек сам сможет заказывать то, что он хочет смотреть, в частности, будет такое понятие, как «отсроченное телевидение».

Закономерен вопрос, а чем будут заполняться эти каналы, когда сегодня уже смотреть нечего? Смогут ли сегодняшние профессионалы обеспечить достойное качество эфира при заявленном количестве каналов, а значит, программ? Что предложит СМИ аудитории? Готовим ли мы систему образования к этому? Какие специальности и каких специалистов потребует принципиально новая организация доставки информации? Кто берет на себя функции координатора проекта в целом, и образовательного в частности?

Вопросов, действительно, много. Готовых ответов пока нет, но уже совершенно очевидно, что должны быть сформулированы новые принципы функционирования такого телевидения, в частности лицензирования телевещателей и многое другое. Должны появиться в большом количестве новые виды деятельности. Один из них — оператор мультиплекса, который будет обеспечивать цифровую трансляцию множества каналов на равных условиях. Перспективы у СМИ как индустрии захватывающие. Но это потребует огромного количества профессионалов, умеющих работать с контентом как тестом и как с товаром и доставляющих его потребителю как услугу.

Следовательно, система обучения уже должна быть в состоянии готовности № 1, чтобы не догонять научно-технический прогресс в СМИ, а опережать его или хотя бы идти с ним бок о бок. Возмож-

---

<sup>1</sup> *Варшавчик С.* Цифровой шок для телевизионщиков // Независимая газета. 2005. 16 дек.

но это только при реализации принципов непрерывного образования, отправной точкой которого становится человек. Они должны быть заложены в основу структуры обучения специалистов самого широкого спектра специальностей, которые сегодня в себя вмещает понятие «журналистика».

Тогда всякий желающий ее получить найдет себе именно тот вид деятельности, который отвечает его возможностям и запросам. А журналистская отрасль получит необходимого специалиста достаточной квалификации для выполнения той или иной работы. Таким образом, между спросом и предложением, возможно, будет найден приемлемый баланс. Регулирующую функцию при этом может и должна взять на себя система подготовки кадров, представленная разными уровнями и формами обучения.

Реализовать это можно только при условии сотрудничества, объединения усилий системы образования и журналистики как вида деятельности. Партнером педагогов должна стать индустрия СМИ как наиболее заинтересованная в профессионально подготовленных кадрах структура общества. Специалисты считают, что «если оценивать ее формально, с точки зрения статистики, мощна как никогда. Через нее проходят десятки миллиардов долларов в год. Но она чрезвычайно бедна на уровне конкретного предприятия. Слаба опять-таки из-за отсутствия исторических корней индустриальной жизни, из-за неокрепшего менеджмента, из-за практического отсутствия индустриальных основ, из-за отсутствия реальных, признанных лидеров индустрии не на уровне олигархических групп, а на уровне персон»<sup>1</sup>.

Каждое конкретное средство массовой информации в России имеет устойчивую перспективу только в рамках индустрии. А чтобы развиваться, отрасль должна выстроить самостоятельно все свои компоненты. Только вряд ли ей стоит создавать свою собственную систему подготовки кадров, основанную на четко выверенных индустриальных стандартах, как качественных, так и количественных, если рядом существует уже такая система, имеющая опыт и традиции и знающая, что ей делать в будущем.

Очевидно, ей проще сформулировать свой кадровый заказ системе журналистского образования и найти взаимовыгодные формы сотрудничества, чем провоцировать сегодня те же газеты, журналы, телерадиокомпании в промышленных объемах заниматься самостоятельной переподготовкой кадров для себя. Тем более, что каждая редакция, каждый канал или холдинг делает это на основе собственных представлений о стандартах профессии.

---

<sup>1</sup> *Иваницкий В.Л.* Указ. соч.

## *Резюме*

Итак, индустрии СМИ следует признать реалии сегодняшнего дня и понять, что требуемая ей система подготовки высокопрофессиональных кадров сложилась сама по себе. Она включает школу, которая берет на себя функцию довузовской подготовки, решая задачи профориентации и начальных стадий медиавсеобуча. Затем идут училища, техникумы и вузы, цель которых дать профессиональные знания соответствующего уровня. Послевузовское образование предполагает образование взрослых в самом широком диапазоне: второе высшее образование, повышение квалификации, различные курсы и семинары, цель которых — функциональная журналистская грамотность.

Все эти составные элементы системы за годы своей работы накопили огромный опыт подготовки разных специалистов. Только история вузовского журналистского образования насчитывает не один десяток лет. Очевидно, лучше подумать, как использовать его бесценный опыт в нынешних условиях. Более того, оно трансформировалось в систему непрерывного образования, которая существует де факто. Объединяя в себя разные формы подготовки специалистов, оно на каждом своем уровне предъявляет разные требования к своим специалистам. Но по содержанию декларирует единые принципы, определяемые отраслью, демонстрирует динамичность и гибкость.

Так, сегодня непрерывное журналистское образование все больше подстраивается под требования формирующейся индустрии СМИ, становясь многоуровневым, разным по форме и по содержанию.

Безусловно, базовую, ключевую позицию сохраняет высшая школа, которая взяла на себя основную миссию подготовки журналистских кадров, но не единственную. Прерогатива университетов заключается в том, что они, обучая, создают новое знание, предлагают его для тиражирования другим образовательным структурам. К тому же на их плечи ложится миссия подготовки кадров непосредственно для всех образовательных учреждений системы.

Одновременно они являются и носителями традиций отечественного журналистского образования. На пересечении старого и нового рождается то знание, которое сегодня востребовано индустрией СМИ и которое предлагает ей система непрерывного журналистского образования.

## **Интервью**

**Визитная карточка** Григорий Владимирович Прутиков, доцент факультета журналистики Московского Государственного университета имени М.В. Ломоносова:

**Профессиональная биография** Моя журналистская деятельность началась в редакции заводской газеты. Полтора года я был корреспондентом завода «Прожектор», писал о рабочих, передовиках производства, о материальной базе завода, о разных клубах и кружках.

Когда служил в армии, сотрудничал с военной прессой. Потом несколько лет я занимался военной журналистикой.

Затем я работал в ряде газет Мурманска, Чукотки. В период одной из предвыборных кампаний меня пригласили консультантом теледебатов, которые проходили на втором канале. В разное время был главным редактором некоторых периодических изданий: газет «Татьянин день», «Шквал», военно-познавательного журнала «Лики войны».

Но все последние годы преподаю на факультете журналистики МГУ. Читаю курсы по зарубежной журналистике.

*А каковы, по-вашему мнению, особенности профессии и какими качествами должен обладать профессионал?*

Главное, что должно быть свойственно журналисту, это честность. Не в бытовом плане даже, хотя это тоже неплохо, а относиться честно к своему делу, не обманывать, насколько это возможно, читателей. Хотя в журналистике как раз очень много соблазнов обмануть. Представьте, что человек, у которого вы берете интервью, просит перед публикацией показать ему текст. Вы его по какой-то причине не показываете. А потом выясняется, что в интервью есть такие вещи, которые герой не хотел бы делать предметом публичного обсуждения. Они были сказаны в доверительной беседе лишь журналисту.

Как-то у меня брала интервью моя бывшая студентка. Часа полтора она с диктофоном сидела, потом фотограф приезжал, меня фотографировал. Я попросил ее материал мне показать. Она этого не сделала и опубликовала в «Комсомольской правде». Потом мне звонили все знакомые из разных уголков страны, спрашивали, правда ли, что там написано. Поэтому, главное для журналиста это честность не только с самим собой, но и во взаимоотношениях со своими героями.

*Возможна ли теория журналистики и если да, как Вы ее понимаете?*

Конечно, теория журналистики возможна. Есть теория в любой науке. Почему же в журналистике ей не быть?

Есть книга «Четыре теории прессы». Разнообразные варианты существуют в зависимости от того, какого подхода придерживаться. Например, подход университетский, и в различных университетах он может быть разным. Еще подход зависит от политической ситуации. Двадцать лет назад была другая теория журналистики. Сейчас с уходом идеологической составляющей многое в теории журналистики изменилось.

*А какого варианта теории журналистики придерживаетесь Вы?*

Я поклонник теории Е.П. Прохорова. Я у него учился и мне кажется, что несмотря на то, что Евгений Павлович достаточно сложно выражает свои мысли, но, если эти мысли понять, пусть даже не на первом курсе, а человеку с журналистским опытом, это необыкновенно интересно.

*А как Вы понимаете тезис Маршала Маклюэна «Средство есть сообщение»?*

Средство — это то, чем мы пользуемся в нашей профессии и, конечно, без него никакого сообщения нет, поэтому это очень важно. Маршал Маклюэн очень интересный исследователь, это Жирарден современности, если хотите. У него множество исключительно интересных тезисов, на тему этого тезиса можно написать целую диссертацию, поэтому в течение нескольких минут говорить об этом тезисе неуважительно для него.

*Существует выражение «Журналистика — четвертая власть». Так ли это, по-вашему?*

Конечно, в правовом обществе журналистика должна быть четвертой властью. В нашей стране многие не согласны с этим, приводя в пример то, что журналистов в стране убивают, нет прав и многое другое. Но во всех странах, на которые ссылаются оппоненты этого утверждения, свобода создавалась десятилетиями или даже столетиями. Та свобода печати, которая существует, например, в Англии, Франции, Германии, это плод столетней борьбы. А в нашей стране за прошедшие пятнадцать-шестнадцать лет с начала перемен сделаны грандиозные успехи в этом направлении. Мы на правильном пути. Во многих странах нет той свободы печати, какая есть в нашей стране.

*Сейчас многие журналисты говорят о так называемой «цифре». Какой будет журналистика завтрашнего дня в связи с предстоящей цифровизацией журналистики?*

Это называется по-научному дигитализация. Есть у Я.Н. Засурского, президента нашего факультета, статья, опубликованная в «Вестнике МГУ» в 1987 г., с размышлениями о том, какой будет журналистика в 2000 г. Я как раз на первом курсе учился. Необыкновенно интересно прочесть сейчас. Ясен Николаевич высказывает в ней предположение, что газеты будут доставляться читателям по факсу. Но прошло 20 лет и предположения автора почти подтвердились. И у нас появилась возможность читать газеты, хотя и не с помощью факса, но по Интернету. Получается, что в чем-то он оказался прав. Но в основном мне кажется, что предвосхищать развитие журналистики очень сложно, потому что жизнь преподносит такие сюрпризы, которые сложно угадать.

*Какую роль играет Интернет в вашей судьбе и в судьбе тех редакций, в которых Вы работали?*

Конечно, одну из самых главных. Например, если газета имеет электронную версию в Интернете, она является глобальной газетой, ее

можно прочитать во всем мире. Газету, не имеющую электронного адреса, может прочитать только группа товарищей, единомышленников, члены семьи и т.д. Поэтому Интернет — это пропуск на глобальную информационную арену.

Но Интернет — это не только газета, которую мы читаем в электронном варианте, это все, что мы называем конвергенцией, т.е. когда один источник предоставляет очень много разных возможностей. Сидя за компьютером, можно посмотреть телепередачу, послушать радио, можно ленту информационного агентства читать, можно написать письмо. Поэтому без Интернета я своей жизни уже не представляю. Он расширил информационное пространство, сделал его коммуникативным отчасти.

*Должна ли российская журналистика иметь национальное своеобразие или должна быть калькой с зарубежной?*

Ни в коем случае! Ее тогда никто не будет читать. Потому что зарубежная журналистика основана на совершенно других принципах, на принципах перевернутой пирамиды, это журналистика факта. У нас больше интересна журналистика мнений. Каждый журналист считает своим долгом рассказать, что он думает по тому или иному вопросу, и факт далеко не на первом месте. Я не говорю, что это очень плохо, нет, это национальное своеобразие нашей журналистики.

*Как Вы относитесь к разговорам о кризисе российской журналистики, ее упадке, проблемах?*

Я не согласен с этим мнением. Посмотрите, сколько у нас газет, какая у нас динамика развития журналистики! О кризисе может говорить тот, кто недоволен чем-то.

Издаются оппозиционные газеты, их можно в киоске купить. В период кризиса не существует свободы слова. Могут возразить, мол, запрещены публикации, вызывающие межнациональную рознь, но разве это не разумно, ведь это во всех странах так.

Поэтому я не считаю, что журналистика в России переживает кризис, наоборот, появляется много возможностей, чтобы эффективно работать. Например, Интернет, PR, дигитализация, конвергенция, мультимедиа — то, о чем мы сейчас говорим, разве это не свидетельства развития журналистики?

## Глава 11

# Чему и каким образом учить журналистов

### 11.1. Вариативность подходов

Разные пути приводят людей в журналистику. Следовательно, они обладают разным уровнем профессиональной подготовки. Поэтому им требуются конкретные формы обучения, чтобы получить искомые знания.

Каждая форма образования как часть системы непрерывного журналистского образования предлагает свой набор знаний, умений и навыков. Взять, например, ФГУП «ТТЦ “Останкино”», который организует образовательную деятельность как отдельно, так и совместно с ФГОУ «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания». Именно в результате такого симбиоза слушатели курсов получают сертификат и удостоверение о повышении квалификации государственного образца.

Особенность обучения, предлагаемого этими структурами, — это блиц-погружение в профессионально-творческую среду, где практической площадкой для обучения служит «ТТЦ “Останкино”», его студии, из которых ежедневно выходят в эфир ведущие российские телекомпании.

Довольно необычен и сам модуль обучения. Он полностью соотносится с рынком, ориентирован на клиента. Тематические курсы, которых на сегодняшний день у учебного центра пока пять, имеют скользящий график. Они фактически формируются самими телекомпаниями и их сотрудниками, заинтересованными в обучении своего персонала. Таким образом исходной позицией становится сам человек, стремящийся повысить свою журналистскую квалификацию. Это основное кредо образования взрослых, которое интенсивно развивается во всем мире и находит уже применение и в России.

Совсем другой подход предлагает традиционный вуз. Например, факультет журналистики Воронежского государственного универси-

тета имеет классический вариант учебного плана, который соответствует стандартам профессии «Журналист». Однако вуз не стоит на месте и создает кафедры рекламы и по связям с общественностью. Вводит новые специализации, параллельно модернизирует старые.

Как видим, варианты журналистского образования могут быть совершенно разными, как и объемы знаний, умений и навыков, который имеет в своем арсенале вуз или учебный центр, курсы или медиакласс. Но при всей разности этих подходов, и даже специальностей и специализаций, весь научно-практический контент, предлагаемый системой непрерывного журналистского образования, отвечает ряду основных принципов.

## 11.2. Концептуальный выбор в образовании

Первую и главную позицию в этом ряду занимает *концептуальный выбор*, который определяет все последующие положения как его производные. «Есть историко-культурные и профессионально-педагогические основания утверждать, — считает С.Г. Корконосенко, — что российская система образования ориентирована на воспитание профессионала, при всей значимости прикладного, инструментального обучения. Это выражается в широком спектре дисциплин мировоззренческого плана (или, в студенческом просторечии, «теории»), <...> во внимании к прочности гражданских позиций учащихся, в максимальном раскрытии индивидуальной одаренности преподавателя, богатства его натуры и т.д.»<sup>1</sup>.

Другие исследователи также предлагают «внимательно и «насквозь» познакомиться с долгой историей отечественной журналистики, чтобы убедиться, как неуступчиво сталкивались в ней тенденции гражданственности и публицистичности, с одной стороны, и приземленная торговля новостями и развлечениями, с другой стороны. Такое наблюдалось и в конце XVIII века, и в полемике начала 1800-х. Верх в глазах общественности и в профессионально-творческой сфере из раза в раз одерживала журналистика мысли и социальной ответственности»<sup>2</sup>.

Можно признать, что концепция журналистского образования выверена его историей, и она наследуется практикой сегодняшнего дня. Безусловно, и на настоящем этапе нет однозначных ответов на

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 17.

<sup>2</sup> См.: История русской журналистики XVIII—XIX веков: Учебник / Под ред. Л.П. Громовой. СПб., 2003.

вопрос, какой должна быть подготовка профессионального журналиста с учетом надвигающейся «цифровой» революции. Каких специалистов должны получать средства массовой информации: назначение которых «глаголом жечь сердца людей» или умело продавать информационную услугу оптом и в розницу? А, может быть, одно не противоречит другому?

В связи с этим ученые утверждают, что «подобное противоборство мы наблюдаем и сегодня, хотя и на гораздо более пестром профессиональном ландшафте. Знаменательно, что за гражданскую активность выступают не только «консерваторы» из лагеря «доперестроечных» поколений, но и наиболее заметные представители «новой волны» газетчиков»<sup>1</sup>.

Профессиональное сообщество отстаивает историческое своеобразие отечественной прессы, не отбрасывая, конечно, и мировые тенденции. Оно понимает, что от глобальных проблем не уйти, без интеграции в международные процессы такая профессия, как журналистика, по роду своей деятельности находящаяся на передовой общественной жизни, просто существовать не может. Но, тем не менее, образование не занимается предсказанием результатов идейных схваток в профессии. Оно должно быть готово к наиболее вероятным их исходам. На протяжении XX и начавшегося XXI столетий оно ценой подвижнических усилий своих организаторов и лидеров стремилось и стремится учесть все веяния времени и соответствовать ему.

Как результат этих действий основным вектором его развития стало сочетание университетской фундаментальности и практической составляющей той квалификации, которую получают прежде всего выпускники вузов как центробразующей формы непрерывного журналистского образования. Именно вуз взял на себя основную ношу в отработке концепции журналистского образования и внедрении ее в практику, но уже на уровне не только высшего образования, но и других его форм.

Выступая на юбилейном торжестве по случаю 40-летия пребывания в должности, декан факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова ныне его президент Я.Н. Засурский сказал, что первыми его шагами на новом для него поприще в те далекие годы было определение именно концептуального выбора. Сделать его факультет смог, только обобщив отечественный и европейский опыт, прежде всего французский. Его приняли на вооружение другие факультеты журналисти-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 18.

ки. Поэтому факультет журналистики МГУ по праву сегодня считается лидером в российском журналистском образовании. На его базе работает учебно-методическое объединение (УМО), авторитетное слово которого — закон в определении содержания учебных программ.

Но это не означает, что факультеты журналистики таких университетов, как Санкт-Петербургский, Уральский (в Екатеринбурге), Воронежский, Ростовский, остаются в стороне от поисков оптимальной модели образования в России, которую сегодня вполне закономерно можно рассматривать как достояние мировой культуры, а не как уникальное «местное» достояние.

Мы учимся у самих себя, мы учимся у мировых лидеров журналистского образования. Но сегодня и Европа задается тем же вопросом: отвечает ли современная подготовка журналистов требованиям времени? Не только Россия, но и мировое сообщество пытается понять, каким же профессиональным требованиям должен соответствовать журналист-газетчик, что обязан уметь делать журналист электронных СМИ, в том числе и интернет-изданий, чтобы эффективно действовать в изменившихся условиях, на что должны быть ориентированы перемены в журналистском образовании?

Так, в Англии, по словам А. Брайера, одного из британских специалистов, обучение не имеет глубоких корней — оно было налажено лишь в 1950-х годах. Ему и по настоящий день присущи такие недостатки, как слабая связь теории с практикой, с одной стороны, и нехватка общегуманитарных дисциплин, с другой. «Пришло время внимательнее посмотреть на опыт других стран», — считает наш европейский коллега<sup>1</sup>.

Он не одинок в этом. Результаты опроса 53 экспертов в Германии показали, что, как и раньше, преимущественное значение имеет компетентность журналиста в определенных предметных областях знаний, т.е. базовых, специальных и междисциплинарных<sup>2</sup>. Именно на эти качества указывает и российский исследователь немецкой системы журналистского образования В.Д. Фатымина<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Брайер А. О некоторых аспектах профессиональной культуры журналиста // Журналистское образование в XXI веке / Сост. Л.М. Макушин. Екатеринбург, 2000. С. 21—22.

<sup>2</sup> Ratzke D. Neue Technologien und die Entwicklung der Medien in Russland und Deutschland. Institut fuer Medienentwicklung und Kommunikation GmbH in der Verlagsgruppe FAZ GmbH. Frankfurt am Main, 1998. S. 33.

<sup>3</sup> Фатымина В.Д. Изменение профессиональных требований к журналистам и журналистскому образованию в условиях коммерциализации медиарынка Германии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: «Литературоведение. Журналистика». 1996. № 1. С. 103—110.

При этом, как она отмечает, специальные знания по журналистике, за исключением правовой, экономической и технической областей, оценивались большинством опрошенных как менее значимые в будущем<sup>1</sup>.

Под специальными понимаются инструментальные познания и способности, которые мы относим к практическим навыкам и умениям в работе журналиста. В общеевропейском, да и мировом понимании это те знания, умения и навыки, которые необходимы для поиска информации, редактирования журналистских текстов или подготовки материала в эфир. В целом это тот комплекс профессиональной подготовки, который необходим для организации работы журналиста, в каких бы СМИ он не работал. Сюда же они относят и знания в сфере экономики, истории, политики, техники и права СМИ, а также общие знания в рамках наук о коммуникации, которая получила в последние годы название коммуникативистики.

Безусловно, с 1990 г., когда Европейской ассоциацией преподавателей журналистики (ЕЈТА) был обнародован подготовленный ею доклад о состоянии этого направления образования в странах Западной Европы, многое изменилось в самой отрасли. С той поры она принципиально стала другой. А подготовка кадров для отрасли не претерпела существенных изменений. Если они и наблюдаются, то весьма незначительные. Главное — незыблемым остается концептуальный подход. Он по-прежнему исходит из того, что журналистика — такая область человеческой деятельности, обучение которой требует минимального времени и затрат.

Основанием для подобного утверждения является отсутствие юридического статуса журналиста в таких странах Европы, как Бельгия, Великобритания, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Норвегия, Швеция. В Германии оно, например, есть, но подразумевает свободную профессию, не требующую обязательного образования для занятия ею в отличие от медицины, юриспруденции и других профессий. Поэтому в большинстве университетов Германии журналистика считается лишь вспомогательным предметом.

В Великобритании также считают подготовку журналистов в вузе не основной профессией, а лишь специализацией. В университетах существуют одно и двухгодичные курсы для тех, кто уже имеет высшее образование. Большая часть репортеров обучается непосредственно в редакциях, приобретая навыки работы в процессе практической подготовки текстов.

---

<sup>1</sup> Фатмина В.Д. Указ. соч. С. 103—110.

По этому же пути идет и Франция, где сроки обучения журналистике тоже не превышают двух лет. Основная нагрузка по подготовке специалистов ложится на редакционные коллективы. Вступление в профессию предполагает иногда довольно продолжительный испытательный срок, на время которого волонтер довольствуется скудной зарплатой.

Очевидно, это в какой-то степени устраивает саму отрасль и владельцев СМИ, которые считают, что их главная задача — лишь обеспечить необходимыми техническими навыками людей, имеющих общее образование и желающих стать журналистами. Преподаватели и университетское руководство в противовес такому прагматическому подходу настаивают на том, чтобы будущий работник любого средства массовой информации обладал широким кругозором и развивал в себе способность воспринимать требования постоянно изменяющейся профессии.

Это различие в концептуальных подходах к журналистскому образованию сегодня как никогда дает о себе знать. Как результат, в целом вся система подготовки кадров для СМИ в мире в той или иной степени подвергается жестокой критике. Анализ только американских источников показывает, что многие журналисты — выпускники университетов США сетуют на незнание основ современной технологии журналистского производства, подготовки текстов, теле- или радиопрограмм. Они за годы пребывания в учебном заведении не получают достаточного практического опыта, не научены понимать суть государственной политики и правовых отношений в обществе и много другого, что необходимо профессиональному журналисту.

Но, как показывает изучение образовательных программ, все это является следствием отсутствия истинной образованности у будущих журналистов. Это, пожалуй, главное, что ощущают все, кто имеет отношение к системе подготовки работников для СМИ. Неудивительно, что раздаются даже прямые призывы к закрытию школ журналистики. И что характерно, они исходят не от кого-нибудь, а от самих выпускников этих заведений.

Следовательно, необходимость отработки концепции журналистского образования является насущной проблемой западной системы подготовки кадров. По мнению ведущих специалистов, она должна соответствовать требованиям времени, учитывая все современные тенденции развития журналистики. При этом они советуют не забывать и о том багаже, которым она уже располагает.

### 11.3. Предпочтения российского журналистского образования

Как показывает российская практика журналистского образования последних десятилетий, именно западные подходы при всех их недостатках сегодня оказывают существенное влияние на концепцию журналистского образования в нашей стране. Более того, они начинают доминировать. Это находит отражение в появлении большого количества учебных заведений, которые концептуально предлагают западные модели подготовки журналистских кадров. Как правило, сначала на учебную практику, а затем и на работу их выпускники приходят в те средства массовой информации, которые издаются в России на западные средства и соответственно организуют свой производственный процесс в соответствии с зарубежными стандартами.

Следует заметить, что в последние десятилетия интерес мирового сообщества к российскому информационному рынку значителен. Западные медиамагнаты незамедлительно вошли на него, как только появились такие возможности, предоставленные перестроечными реформами и открытыми границами. Это отчасти благодаря им в стране начали развиваться столь резко и динамично информационные технологии, PR-деятельность, рекламное дело. Тем самым было расширено отечественное понятие медиапространства.

Возникли новые тенденции непосредственно и в организации журналистского дела. В нем сегодня востребованы маркетинговое мышление, ассортимент строгих формализованных жанровых форм, передовые организации работы редакционных коллективов по принципу производственной площадки.

Казалось бы, что из того, если теперь все сотрудники работают в одном помещении, отгороженные друг от друга условными стенами, а традиционная кабинетная система редакций уходит в прошлое. Но, оказывается, меняется не только атмосфера в редакциях, но дух коллектива. На смену понятию «редакция-семья» приходит другое — «редакция-завод, фабрика». Коллегиальное восприятие мира заменяется индивидуалистским подходом.

Безусловно, это другая идеология, не всегда приемлемая для российского общества. Ради распространения ее и идет освоение информационного рынка страны западным бизнесом. Другое дело, хорошо или плохо, когда весь мир будет думать одинаково, когда им будут править одинаковые идеи добра, справедливости и равноправия, а российская пресса будет соответствовать мировому уровню. На этот вопрос ответит время.

Предоставленные сами себе, факультеты и отделения журналистики всех университетов страны не смогли скорректировать учебные планы и программы. До перестройки в СССР никто не сомневался в специфике советского высшего журналистского образования. Все подразделения этого профиля относились к категории идеологических факультетов и были строго подотчетны партийному руководству страны. Они выполняли важную государственную задачу подготовки кадров для прессы — «приводного ремня партии».

Вдруг в перестроечные времена факультеты журналистики обрели свободу, и ветер перемен достиг и их стен. Как следствие, в учебных планах стало гораздо меньше схоластики, больше места стало уделяться чисто журналистским предметам, практике в редакциях. В целом, по мнению специалистов, процесс благотворный. Но по-прежнему встают некоторые вопросы фундаментального характера: о концепции не просто журналистского образования, именно высшего журналистского образования, основы фундамента системы непрерывного образования.

Так что, как бы не складывался информационный рынок страны, какие бы концепции журналистского образования не внедрялись при подготовке кадров, в любом случае российская образовательная система и на данном этапе предлагает свой отечественный вариант. Аккумулируя свой и зарубежный опыт, она предлагает российскому обществу производную ряда составляющих, приемлемую лишь в нашей стране. Как минимум три фактора влияют сегодня на пересмотр концепции подготовки кадров в стране:

- 1) развитие журналистской отрасли;
- 2) доминирование западных подходов;
- 3) отечественный опыт подготовки журналистских кадров.

Можно считать, что и в этот переходный для отечественной системы образования период в масштабах страны принципиальный выбор подготовки журналистских кадров уже состоялся. Собственно как и несколько веков назад, когда сформировалась традиционно российская система журналистского образования. Сегодня она лишь приобретает новые очертания в свете происходящих в отрасли перемен. Безусловно, это потребует пересмотра государственных нормативных актов, учебных программ и курсов, обновления учебной литературы, в которой должен быть учтен опыт ведущих вузовских коллективов, как российских, так и зарубежных, новации, предлагаемые журналистской отрасли, и требования времени, предъявляемые к СМИ.

К тому же появление новых образовательных структур довузовской и послевузовской подготовки также требует новых стан-

дартов и соответственно учебных планов и программ. Все вместе это должно заработать как сложенная и вариативная в отношении тактики, гибкая по конструкции система непрерывного журналистского образования. Именно она сможет смягчить противоречие между тенденциями к унификации, как набору обязательных для выпускников любой формы подготовки в рамках системы знаний и умений, и к специализации, т.е. ориентации на конкретное рабочее место в том или ином средстве массовой информации, рекламном или PR-агентстве.

Таким образом будучи высокообразованным, журналист сможет в течение всей своей профессиональной жизни обновлять имеющиеся у него знания, приобретать новые умения и навыки, которые необходимы ему, чтобы соответствовать динамично развивающейся отрасли и находить в ней свое место.

Как следствие процессов, идущих в отрасли, отечественные педагогические школы в разных регионах и учебных заведениях страны также начинают переосмысливать свою деятельность. Это не просто: взять за точку отсчета не форму образования, а личность журналиста, которому на том или ином этапе деятельности нужны соответствующие знания, умения и навыки, и они готовы предоставить их как запрашиваемую услугу.

Чтобы система заработала, и каждая форма образования нашла в ней свое место, все элементы, ее составляющие, должны прийти к единой концепции журналистского образования, которую они и будут реализовывать. Она не возникает на пустом месте. Доказательством тому серьезная научная база, предметом которой был анализ отечественной системы подготовки кадров в России<sup>1</sup>.

Сам же концептуальный выбор в журналистском образовании возможен только при условии, что будут учтены следующие его параметры:

- научное знание о журналистике;
- профессионально-практический (инструментальный) фактор построения преподавания журналистики (наука — теория — практика; как совместить несовместимое в профессии);

---

<sup>1</sup> Подробнее об истории и современном состоянии журналистского образования в России см. в кн.: *Бережной А.Ф.* На пути к организации журналистского образования в России // Факультет журналистики. Первые 50 лет. СПб., 1996; *Корконосенко С.Г.* Основы журналистики. М., 2001; Многоуровневая система обучения журналистов в университетах России. Ростов н/Д., 2000; *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1997; *Свитич Л.Г.* Профессия: журналист. М., 2003; *Таловов В.П.* Журналистское образование в СССР. Л., 1990; и др.

- системность в журналистском образовании на всех уровнях обучения;
- постоянно обновляемые, функциональные знания, умения, навыки, запросы отрасли;
- доступное, открытое, в течение всей жизни непрерывное образование.

## 11.4. На чем зиждется концепция

### Научное знание о журналистике

Совершенно ясно, что без знания о знаниях, трансляция которых в любую аудиторию от довузовской до послевузовской составляет процесс обучения, нельзя приступить как к составлению нормативных документов, так к выполнению планов и программ для каждой ступени непрерывного журналистского образования.

И вот тут то и возникает вопрос: что есть наука «журналистика»? Какое знание считать научным? Чему учить, когда у журналистики нет своего предмета? Споры о том, чему и как надо учить человека, чтобы его можно было считать журналистом, идут давно и на разных уровнях. Во многом это происходит из-за того, что у журналистики как вида деятельности нет своего специфического предмета, т.е. определения, что есть наука «журналистика».

На практике те, кто называет себя журналистами, изучают огромный круг явлений науки и культуры. Они постоянно следят за общественной жизнью своей страны и всего мира. А главное — находятся в постоянном коммуникативном поле. Недаром студенты, которые обучаются на факультетах журналистики, считают, что это чаще всего общительные люди, такие своеобразные «переносчики информации».

Как ни парадоксально, но именно из такого понимания сути профессии строилось и продолжает строиться журналистское образование: понемногу о многом, «чему-нибудь и как-нибудь». Очевидно поэтому многие выпускники, вспоминая годы, проведенные на факультете журналистики, говорят, что к старшим курсам у них возникало ощущение именно такого «онегинского» образования: отсутствие понимания предмета, глубокого системного единства знания. Открытым для них оставался главный вопрос: что есть научное знание о журналистике.

На это, кажется, можно возразить, что таковым предметом является сбор, обработка и распространение информации, владение

специальной техникой СМИ. Но опыт показывает, что всему этому люди учатся в сжатые сроки, если есть к тому желание и доля таланта. Читать, писать, говорить — навыки, которые не являются специфически журналистскими. Если так, то нам имеет смысл перейти по европейскому образцу на двухгодичное обучение, приравняв его к среднему специальному, а журналистику признать вслед за европейцами «вспомогательной дисциплиной». Тогда логично, что факультеты журналистики просто лишние в вузовской системе образования и необходимость в высшем журналистском образовании не обоснована.

Однако не будем столь категоричны. Попробуем доказать, что закрывать факультеты журналистики не стоит хотя бы потому, что именно высшая школа является кузницей научного журналистского знания. Более того, именно в ее недрах сегодня происходит рождение качественно новой системы высшего журналистского образования в системе непрерывного образования. И это становится реальностью у нас, в России.

Отправной точкой для создания такой системы являются принципы мышления с позиций маркетинга и менеджмента при организации подготовки специалистов вообще и журналистских кадров в частности. Ответ на вопрос, какие специалисты сегодня востребованы обществом, не может быть получен без предварительного широкомасштабного научного исследования всей информационной отрасли в системе российской государственности.

Предыдущие исследования определили, что высшее образование журналиста предполагает подготовку его по трем взаимосвязанным направлениям: идеолога, риторика и организатора информационного производства. В советское время наши факультеты журналистики упор делали на идеологическое воспитание, сейчас — на общериторическую подготовку. В нынешних условиях информационного рынка уже требуются специалисты иного профиля — организаторы разнообразных изданий, но в рамках идущей реформы высшего образования в России это направление пока не обозначено. Это объясняется отсутствием научных выкладок, хотя бы на стадии обобщения тех наработок, которые сегодня имеются в высшей школе.

Если полагать, что наука — это производная практики, а научное знание — это результат обобщения данных, полученных эмпирическим путем, то сегодня как никогда журналистика нуждается в широкомасштабном исследовании. «Наука, — пишет С.Г. Корконосенко, — это деятельность по добыванию знания: производство, описание, систематизация, обобщение фактов и идей и т.п. Теория — само по себе знание, высшее по уровню, отражающее объект в цело-

стном виде, существенные связи между его сторонами и с другими объектами и т.д.»<sup>1</sup>.

Данное утверждение означает, что получаемые научные знания о журналистике, отражающие те глобальные изменения, которые с ней происходят на данном отрезке времени, тут же должны преобразовываться в теорию и в таком виде приходить в аудиторию. От того, какая она: школьная, вузовская или уже профессиональная, будет зависеть уровень адаптации этих научных по своей сути знаний, отражающих настоящий момент развития науки журналистики, а не филологии, в семью знаний которой она сегодня входит.

Этот процесс начинается не с чистого листа. Многие исследователи журналистики задаются вопросом: как трансформировать научное знание журналистики в учебные предметы, какой логике они должны быть подчинены в планах и программах, которые предлагают медиакласс, факультет журналистики или система повышения квалификации.

«Один из возможных подходов, — считает С.Г. Корконосенко, много сделавший, чтобы ответить на этот вопрос, — основывается на разделении по критериям задач и методов исследования. В этом случае мы получаем триумвират истории (воссоздание прошедших событий в их конкретности и развитии по оси времени), теории (производство идей, взглядов, концепций) и критики (оперативный анализ и оценка текущей практики). Нечто подобное наблюдается в смежных областях гуманитарного знания, например в литературоведении, искусствоведении и других сферах изучения духовно-творческой деятельности. В обиходе, особенно студенческом, наука и теория нередко воспринимаются как синонимы. На самом деле это различные понятия, что оправдывает предложенное нами деление»<sup>2</sup>.

Такой подход строится на вертикальном делении, по степени обобщения данных. Следовательно, каждое научное направление внутри себя фиксирует несколько уровней постижения действительности — от закономерностей и принципов до их предметно-вещественных воплощений. Так, научное журналистское знание, трансформируясь в теорию, предлагает общую теорию, специальные теории и эмпирические наблюдения.

Специальные теории в свою очередь делятся на группы дисциплин, которые близки к классическим областям научного знания, таким как социальные, филологические, коммуникологические и

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 53.

<sup>2</sup> Там же.

др. На их базе формируются собственно дисциплины, которые и предлагают учебные планы и программы. Причем процесс этот динамичен. Например, социология журналистики, экономика и менеджмент СМИ, экология появились в них сравнительно недавно, журналистское правоведение и этика заняли строчки учебных дисциплин несколько раньше. Есть и предметы-старожилы, которые ведут свой отсчет с момента появления самих факультетов журналистики. Это литературное редактирование, основы журналистского мастерства, логика.

Весь ряд учебных дисциплин включает в себя политологические, культурологические, эстетические и другие компоненты. Они отражают максимально широкий спектр гуманитарных наук, в которых должен уметь разбираться профессионально подготовленный специалист. Но их содержательные и методические элементы предлагаются не в чистом виде, а соотносятся с теорией журналистики. Другими словами, *научное журналистское знание рождается на стыке гуманитарного знания во всем его многообразии и журналистских подходов освоения действительности.*

Примером такой трансформации общего знания в специальное журналистское является учебный курс «экология». В основе этого предмета лежат основополагающие знания по экологии как научному знанию. Но акцент сделан на трансформацию этого знания для широкой аудитории, которая является потребителями журналистской продукции. Это равно, как филологи изучают основы перевода, при этом изучение ими основного языка является основополагающим.

Собственно, это можно сказать о любом предмете, включенном в учебные планы подготовки журналистов той или иной формы системы непрерывного образования. Даже такие классические дисциплины, как русский язык и литература, как русская, так и зарубежная, по-разному преподаются на филологическом и журналистском факультетах. Если для филолога это предмет его научного изучения, то для журналиста — средство для реализации своей задачи: постижения и отображения действительности.

Безусловно, прав С.Г. Корконосенко, который утверждает: «Свое «эхо» получают в науке и дисциплины технические, обеспечивающие прогресс материальной базы коммуникаций. Важно, что все они устанавливают взаимопонимание и сотрудничество между собой благодаря интегрирующему влиянию общей теории журналистики. Именно она вырабатывает системообразующий фундамент — в виде концепций, принципов, понятий»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 54.

Можно сказать, что журналистика задает свой ракурс видения любого другого научного знания, тем самым переводя его в разряд своего. Особо это проявляется на следующей ступени его формирования — в процессе эмпирического познания, который представляет для нее особенно большую значимость и в теории и преподавании и неотрывно связан с практическим опытом редакций. Практика показывает, что, если педагог отрывается от реальности журналистского цеха, ему нечего сказать в аудитории, даже если перед ним сидят школьники.

Эта особенность научного журналистского знания особенно проявляется в тех специальных теориях, которые в большинстве своем носят авторский исследовательский характер и представлены как научные школы. Изучаемые на факультетах журналистики тех или иных вузов, они по сути своей локальны, чем и интересны. В отрыве от своей «исторической родины», будь то факультет журналистики Чувашского государственного университета или отделение журналистики Курского государственного университета, они утрачивают свое прикладное назначение, теряют для студентов других вузов профессионально-научающий потенциал. Тогда как для своего региона такие научные знания бесценны.

Весьма наглядным примером может служить преподавание основ журналистского мастерства. Казалось бы, общедоступные, выверенные наукой и практикой средства деятельности, но без опоры на опыт местных редакций и ведущих журналистов не работают. В этом приходится постоянно убеждаться, когда встречаешься с той или иной аудиторией, в том или ином вузе страны.

Такая же картина и с преподаванием «поэтики журналистики», по меткому определению С.Г. Корконосенко. Речь в этих курсах идет о формах, жанрах, языке текстовых произведений. Даже при наличии хороших учебников, которые появились в последние годы, совершенно бессмысленно рассматривать эти дефиниции без иллюстрирования и ссылок на повседневный опыт редакций и отдельных публицистов.

Выстраивание вертикали в освоении научного знания о журналистике — это апробированный метод обучения, который доказал свои преимущества. Но возможен и горизонтальный, или отраслевой, подход к структурированию науки. В этом случае журналистика естественным образом распадается на крупные области деятельности, которые в свою очередь подразделяются на более мелкие разделы. Тем самым формируется семейство дисциплин, которые изучают, например, периодическую печать во всем ее многообра-

зии: от истории возникновения до реалий сегодняшнего дня. Другая группа предметов вводит в предметную область телевидения, радиовещания, фотожурналистики, редакторского дела, информационных агентств и т.д.

Это из числа традиционно сформированных журналистских отраслей знаний. Но в последние годы стремительное развитие как непосредственно самой журналистики, так и более широкого понятия — медийной сферы предлагает новые направления информационной деятельности. Одни из них претендуют на равноправное положение в информационном пространстве, другие с готовностью соглашаются на соподчинение. Так, рекламная деятельность может рассматриваться как самостоятельная отрасль научного знания, но может стать и подотраслью, если речь идет о рекламе в СМИ. На тех же позициях находится и PR, который заявил уже о себе и как о специальности, и как о специализации. Применительно к СМИ он только начинает развиваться. Хотя уже есть вузы, которые в дипломах в графе «специальность» пишут: «Специалист по связям с общественностью в прессе».

Находятся в стадии становления как подотрасли СМИ сетевая журналистика, медиапланирование, менеджмент СМИ. На каждой ступени непрерывного журналистского образования нарабатывается эмпирический материал, который трансформируется в научное знание, готовое для трансляции, т.е. для обучения. Исследуются формы организации, методы и приемы этого медийного вида деятельности, кадры, правовое положение и т.п. Безусловно, изучаются условия и предпосылки возникновения того или иного средства информации или направления.

Но у журналистской науки есть и невспаханное поле — это маркетинг кадров СМИ, который можно с полным основанием называть стратегическим принципом в организации непрерывного журналистского образования. Другими словами, речь идет о создании научного знания о перспективах развития самой журналистики как отрасли, которая стоит сегодня перед глобальными изменениями, вызванными грядущими технологическими новациями и прежде всего дигитализацией.

Таким образом, научное знание, предлагаемое системой непрерывного журналистского образования, должно способствовать развитию информационной отрасли в целом и в то же время отвечать ее сиюминутным запросам. Исходная точка этих рассуждений — прогнозирование медиарынка и гибкая реакция на его изменения.

Прогностическая функция журналистики все отчетливее выходит на ведущие роли среди присущих ей функций. Но ответить на вопрос, какой будет она сама, а значит, кого готовить системе подготовки кадров, журналистика не в состоянии.

Однако лишь на основе этого знания можно говорить уже о модели выпускника или выпускников, так как многомерность профессии позволит внутри нее готовить разных специалистов.

Но сегодня уже очевидно, что кого бы система непрерывного журналистского образования не готовила, она готовит специалиста, способного фиксировать мгновения и оставлять их для истории на газетной или журнальной полосе, магнитной пленке или компакт-диске, если речь идет о радио или телепередаче. «Здесь и сейчас» — адекватность отражения реальной действительности, когда субъективность уступает место объективности, вот, пожалуй, главное, что должен уметь делать высокообразованный и профессионально подготовленный журналист.

Выработанное предшественниками, пополняемое теми, кто его добывает сегодня, научное знание о журналистике дает возможность любому, кто пришел в профессию, научиться диагностике состояния общества. Можно назвать основным журналистским предметом познание мира и человека, мироведение или человековедение, если угодно. Тогда и вертикаль, и горизонталь будут подчинены стратегии развития профессии, востребованной обществом.

Следовательно, основой концепции профессиональной подготовки кадров в контексте системы непрерывного образования является научное знание о журналистике в единстве истории, теории и практики. Возможности педагогики журналистики видятся в развитии ее на фундаментальном, прикладном и инструментальном уровне как отдельного направления теории журналистики.

## 11.5. Профессионально-практический (инструментальный) фактор построения преподавания журналистики

### Теория и практика

В число основополагающих дисциплин, которые преподаются на том или ином уровне системы непрерывного журналистского образования, по праву входят «профессионально-практические, т.е.

во внимание принимается ориентация на ожидания общества и потребности рынка труда»<sup>1</sup>.

Журналистика относится к числу тех профессий, которая соткана из одних противоречий. Творчество как процесс сугубо индивидуальный, с одной стороны, входит в противоречие с коллективной деятельностью в стенах редакции, с другой. Теоретические знания, изложенные в учебниках, и реальная действительность, которая не всегда вписывается в эти положения.

Возможно ли это совместить? Как разрешить противоречие, заложенное в профессии, сочетающей несочетаемое? Начиная с 1983 г. факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова стал искать выход из этой, казалось бы, тупиковой ситуации. В результате появилась новая форма обучения наряду с лекцией и семинаром. Получила она название «студия», «творческая мастерская». Сегодня эта форма заняла свое место в расписании учебных занятий и стала таким же обязательным предметом, что и все остальные.

Это сейчас, а когда начинали, было много споров и сомнений. Одними из первых были студия «Молодой публицист» в журнале «Молодой коммунист», чуть позже Молодежная приемная «Правды». Потом была «Москва молодая» в «Московской правде», студия в журнале «Огонек», в то время флагмане перестройки. Сейчас практически каждый преподаватель кафедры периодической печати предлагает ежегодно свой вариант работы на базе редакции.

Именно студии как форме обучения удалось в некотором роде сгладить противоречие между теорией и практикой. Отличительной чертой этой новой по тем временам учебной формы была вписываемость в учебный процесс и в то же время абсолютная самостоятельность в организации постижения профессии.

На факультете журналистики отметили, что студенты, которые работали в студиях, лучше стали учиться, ответственнее относиться к профессии, которую избрали. По прошествии времени оказалось, что многие из них состоялись как профессионалы, выросли до руководителей изданий.

Безусловно, студии явились очередным шагом в организации практической подготовки на факультетах журналистики, которая постоянно привлекает внимание преподавателей, студентов и работников редакций.

Общая заинтересованность в производственной практике несомненна. Она обусловлена двумя главными причинами. С одной

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 10—11.

стороны, существует потребность значительно повысить квалификацию журналистских работников. С другой стороны, среди всего комплекса проблем совершенствования журналистского образования на всех его уровнях первостепенное значение приобретает укрепление связей системы образования с медиапроизводством, с общественной практикой.

Есть два пути решения данных задач. Студенты и выпускники Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова были одними из первых, кто выступал за увеличение времени, отводимого практике в редакции уже во время обучения в вузе. В определенной степени этого они добились, так как студии и мастер-классы — это реализация их требований, дающая им возможность овладевать практическими навыками и умениями в студенческие годы.

Но думается, что правы и те, кто предпочитает не экстенсивный путь и предлагает совершенствовать методику преподавания журналистских дисциплин, включая в нее элементы, формирующие у будущих специалистов творческое мышление. Это позволяет тем, кто прошел такое обучение, сократить сроки адаптации на производстве. Они способны творчески оценивать явления действительности, принимать ответственные решения, быстро и качественно готовить текст в номер, сюжет для радио или телеэфира.

## Практика студента — работа на будущее

Тех, кто предпочитает практическую работу в редакциях газет, журналов, радио и телевидения, а теперь и интернет-изданий, большинство.

Но именно теоретики обеспечивают опережающее по отношению к текущей практике развитие образования, которое в наши дни снова становится реально достижимой целью. Как считают исследователи, ее порождает, в объективном смысле, социальная и профессиональная действительность, а формулируют представители высшей школы, науки. Нельзя, однако, не учитывать, что практикующие журналисты меньше склонны к такой постановке вопроса. Так, экспертный опрос показал, что, при разности взглядов на свое профессиональное *credo*, они, как правило, отрицают необходимость учебной подготовки к этой деятельности<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Куликова Н.А., Кувшинова О.В. Журналисты о политической журналистике // Журналистика и социология. 2001; *Политология журналистики* / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 2002. С. 51.

Причина, надо полагать, состоит в том, что сами эксперты выводят формулы профессионализма из личного опыта, который считают достаточным основанием для успешной дальнейшей карьеры. Однако профессия стремительно развивается и задает вопросы, с которыми только на уровне практикующей журналистики не справиться. Например, сохраняют ли традиционные пресса, телевидение и радио свои роль и значение в информационном обществе, где, как предполагается, каждый сможет создавать и распространять информацию и знания, а новые технологии обеспечат свободный доступ к общественно значимой информации и культурным ценностям, свободу выражения мнений?

Специалисты считают, что Декларация принципов и План действий, принятые в Женеве несколько лет назад, связывают эти возможности в первую очередь с информационно-коммуникационной средой, Интернетом, онлайн-СМИ. Вряд ли журналисты телерадиокомпаний способны сформулировать и осуществить адекватные этим вызовам ответы. Грустно будет, если нам останется лишь констатировать факт депрофессионализации вещательной деятельности телевидения и радио. Причем это касается не только электронных средств массовой информации.

Другой вариант и новый вызов — демонополизация права на поиск, отбор и распространение информации, принадлежащего до последнего времени исключительно СМИ. Исследователи задаются вопросом: «Готовы ли заказчики и производители программ вернуться к природным качествам телевидения: соответствию реальному времени и действия эфирному, диалоговому общению в новых условиях непосредственной (в противовес виртуальной) коммуникации, участником которой является пользователь Интернета? Если нет, то телевидению действительно уготована роль аутсайдера информационно-коммуникационного процесса. Более того, оно будет исключено из круга производителей смыслов, ограничено рекреационными функциями»<sup>1</sup>.

По этому же пути идут и некоторые печатные издания, отказываясь от роли производителей смыслов и реализующими только свое рекреационное предназначение. «В то же время в мировом медиасообществе, — по мнению теоретиков, — активно обсуждаются проблемы внедрения производственных систем для радио и ТВ на базе ИТ: перевод вещательного оборудования на цифру, создание сетевого интегрированного производства новостей и медиаархивов

---

<sup>1</sup> Лившиц В.Г. Перед вызовами информационного общества // Телецентр. 2005—2006. № 6(14). С. 32—33.

и т.д. Будущие системы управления контентом предусматривают не только управление хранением, но и так называемые «управление сущностью», «управление информацией», создание дескриптора контента и т.п., что невозможно без архитектуры программного обеспечения»<sup>1</sup>.

Это перспективы развития всех СМИ, и от них самих зависит, какой выбор они сделают: будут ли ориентироваться на сиюминутные запросы практики или предпочтут работу на опережение. Тогда для них одной из новых проблем, которую также им необходимо осознать как вызов, станет необходимость подготовки кадров для средств массовой информации, все больше превращающихся в средства коммуникации в условиях информационного общества.

Это уже сегодня должно быть учтено в комплексе профессионально-практических дисциплин, которые уже просто обязаны присутствовать в учебных планах на всех уровнях системы непрерывного журналистского образования. Если попытаться определить содержание практической составляющей в них кратко, то получится следующее: революция в технологии (из аналога — в цифру) должна сопровождаться революцией в программной политике и программном обеспечении (новый контент для новых применений новыми пользователями). Все это должно стать основой инструментальной подготовки журналистов, включенных в процесс непрерывного пополнения знаний, умений и навыков.

Необходимы также перемены в регулировании, связанные с этими процессами и обеспечивающие их и к тому же учитывающие переход журналистской аудитории в участников коммуникации, из объекта в субъект воздействия. Но насколько сами руководители изданий, телерадиокомпаний, менеджеры СМИ, журналисты знакомы с тенденциями, с важнейшими международными и российскими документами, свидетельствующими о переходе человеческой цивилизации на новый виток развития и месте России в этом процессе? Доводят ли они до общественности своей страны основные идеи, зафиксированные в этих документах и имеющие принципиальное значение для всего мирового сообщества, в том числе и для отечественной аудитории?

Вопрос о проблемах компетентности, профессиональной любознательности, новизны актуальной информации стоит очень остро и, к сожалению, не решается только на практическом уровне. Поэтому очевидно, что обучение в вузе и тем более на стадии повышения квалификации становится все более востребованным. Оно в

---

<sup>1</sup> Лившиц В.Г. Указ. соч. С. 32—33.

значительной степени ориентировано на технологичность знания, выработку практических навыков и умений. Это позволяет формировать профессионала высокой квалификации для новых СМИ завтрашнего дня.

Доказательством тому может служить тот факт, что в стране за последние пятнадцать лет создано больше ста кафедр, отделений и факультетов журналистики. Однако в газетах и журналах, на радио и телевидении, а тем более в интернет-изданиях работает огромное количество людей, не имеющих соответствующего образования, отвечающего сегодняшним запросам отрасли, не то, что завтрашним. Конечно, это сказывается на качестве, уровне изданий, телевизионной и радиопродукции.

Так что, только включением в практику профессионала не подготовить. В этом заключается еще одно противоречие этой профессии. «Журналистике обучить можно, — считает профессор М.Ф. Ненашев. — Многое определяется способностями, склонностями, чертами характера. Но ремеслу-то все равно надо учиться, надо овладевать им. Учить ремеслу — это и есть учить профессии»<sup>1</sup>.

Если вузовская подготовка журналиста еще принимается профессиональным сообществом, то система повышения квалификации, переподготовки кадров, которая стала заявлять о себе в последние годы, вызывает прямое неприятие.

Это можно объяснить рядом факторов: и определенной молодостью многих образовательных структур в сфере СМИ, проблемой подготовки преподавательских кадров, непроработанностью, а то и отсутствием программ, обучающих журналистике завтрашнего дня.

Безусловно, прав С.Г. Корконосенко, утверждая, что «административные меры для решения этой проблемы не годятся. Во-первых, профессия журналиста не лицензируется и остается открытой для любого желающего попробовать в ней свои силы. Во-вторых, в принципе нельзя как-то ограничивать чью-либо свободу высказываний, творчества и самореализации в журналистике. В-третьих, во все времена среди корреспондентов и редакторов, не имеющих профильного диплома, было немало людей, достигавших вершин мастерства. Однако должна срабатывать нормальная, проверенная рынком труда логика: *хорошо обученные специалисты в массе своей демонстрируют преимущества образованности* перед самоучками и дилетантами, естественным образом вытесняют их с рабочих мест. Дело за тем, чтобы определить, какие элементы образования составляют его незыблемую

---

<sup>1</sup> Ненашев М.Ф. И здесь будут учить профессии, но совсем не так, как другие // Журналист. 2005. № 9. С. 57.

базу и какие динамические характеристики более всего соответствуют завтрашним потребностям практики»<sup>1</sup>.

Хочется надеяться, что будущее российской журналистики уже сегодня будут определять те, кто учится видеть ее перспективы в учебной аудитории. Овладевая умениями и навыками тех СМИ, которые уже сегодня становятся реальностью, они формируют и свое будущее, и информационное поле страны, ориентируясь при этом не только на сиюминутную практику СМИ, но и на перспективу.

## 11.6. Системность в журналистском образовании

### Опережающее развитие образования

Отвечая на вызовы информационного общества, сегодня, как никогда ранее, образование журналиста должно быть системным. Поэтому столь актуальной становится формирование системы непрерывного журналистского образования.

«Во-первых, употребление понятия «система» обязывает нас рассматривать сложный комплекс элементов, — считает С.Г. Корконосенко, — а не какую-то малочисленную группу вопросов, случайно оказавшихся в поле нашего зрения. Во-вторых, все элементы комплекса неизбежно и необходимо связаны между собой, влияют друг на друга и даже — не могут полноценно действовать вне этой связи. Для иллюстрации: лекции выполняют свое учебное назначение, если они дополняются интенсивными практическими занятиями; знания по истории журналистики придают глубину и основательность изучению опыта современной прессы, учебник «оживает» в сочетании с талантом лектора и т.п. В-третьих, система высшего журналистского образования поддерживает прочные связи не только внутри себя, но и вовне. Иначе говоря, она зависит от множества внешних обстоятельств: от общественно-политической обстановки в стране, от состояния редакционной и педагогической практики, от качества школьного среднего образования, от общей напряженности интеллектуальной жизни в окружающем ее сегодня мире и др.»<sup>2</sup>

В данном случае исследователь говорит о высшей школе как элементе системы непрерывного образования, которая в свою

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 39.

<sup>2</sup> Там же. С. 10—11.

очередь является системным образованием. Но ее параметры присущи и всей системе в целом. Как целостность система непрерывного журналистского образования формируется многими факторами, которые в значительной степени определяют методику преподавания на уровне медиакласса, вуза и системы повышения квалификации, также состоящую из разных подразделений. В их число входит кадровый потенциал той или иной формы образования, нормативная база, качественные и количественные характеристики аудитории, организационно-административные, материально-финансовые, учебно-методические и другие ресурсы.

Естественно, и опыт показывает, что насколько важно, чтобы каждая форма системы непрерывного журналистского образования работала на опережение. Особенно это имеет отношение к вузу, который формирует и научное, и практическое знание, переводит его в методику обучения.

«Высшее образование всегда будет «хуже» практики, если оно ориентировано на то, чтобы догнать сегодняшний (или даже вчерашний) день (опыт). И наоборот: оно будет пользоваться повышенным спросом, если в качестве ориентира выдвинет лишь назревающие тенденции, или журналистику будущего — ближайшего и отдаленного. Опережающее развитие образования превращает его в мощное средство профилактики периодически возникающих кризисов печати»<sup>1</sup>.

Сегодня, когда ситуация в медийной отрасли изменяется с быстрым распространением цифрового ТВ в Европе и США, когда неизбежен его приход и в Россию, можно упредить возможность возникновения критических ситуаций, которые неоднократно возникали в истории нашей журналистики. Достаточно вспомнить, что в ряду мер по их преодолению оказались более или менее глубокие реформы профессионального образования. Так, считают исследователи, тягчайший кризис печати разразился в начале 1920-х годов. «Страна стояла перед угрозой свертывания прессы в провинции, в бедственном положении оказались и многие столичные издания. Одной из главных составляющих кризиса была острая нехватка квалифицированных кадров. Между тем социально-исторические обстоятельства требовали не то, чтобы сокращения газетного производства, а его резкого роста в количественном и качественном отношениях. Именно тогда появились первые институты журналистики, разнообразные курсы и школы газетных работников. Они

---

<sup>1</sup> См.: *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1997. С. 8—13.

позволяют насытить расширяющуюся сеть печати сотрудниками, подготовленными к выполнению новых задач»<sup>1</sup>.

Подобная ситуация наблюдалась в начале 1930-х годов. Тогда волевым политическим решением была создана обширнейшая система низовых редакций. Однако вряд ли могли появиться тысячи районных, фабрично-заводских и сельских газет, редакций радио, если бы их организация не была подкреплена параллельным развертыванием сети профессиональных учебных заведений<sup>2</sup>.

Послевоенный период был столь же тяжелым для отечественной журналистики, так как многие профессиональные работники фронтовой печати с войны просто не вернулись. Оставшиеся в живых далеко не все были в состоянии трудиться. Как итог, война лишила прессу основной массы подготовленных сотрудников. Именно системное преобразование подготовки журналистских кадров в стране позволило справиться с этой ситуацией. Именно в эти годы появились многие из ныне существующих отделений и факультетов журналистики в университетах.

В последующие годы системный подход к образованию позволял преодолевать отставание отрасли. Так, в конце 1960-х годов наметилось растущее отставание профессионального качества прессы от уровня культурного развития и запросов общества. Тогда были внесены изменения в организацию и содержание университетской подготовки журналистов.

«Хорошо известно, — отмечают исследователи, — что решения о модернизации образования принимались политическим руководством государства, в условиях жесткой административной системы управления. Но нас сейчас меньше всего занимают механизм выполнения и идейно-политическая направленность этих действий. Важно, что меры принимались своевременно, они не давали развиться опасным тенденциям, а то и помогали подавить их на стадии зарождения. Ясно обнаруживала себя взаимосвязь между переломным состоянием практики и адекватной реакцией со стороны системы подготовки кадров.

К сожалению, эта закономерная связь разорвалась на рубеже 80-х — 90-х годов, когда и социально-политическая среда, и общественная психология, и сама журналистика стали меняться самым радикальным образом. По нашему определению, с этого момента отечественная пресса стала развиваться спонтанно, т.е. без должного

---

<sup>1</sup> Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Указ. соч. С. 8—13.

<sup>2</sup> См.: Там же.

идейно-теоретического обоснования и вне регулирующего влияния каких-либо институтов — будь то государство, корпоративное самоуправление, общественные советы по делам печати и др.»<sup>1</sup>

Результаты системного кризиса подготовки кадров отрасль переживает сегодня, когда оказалась не готовой к техническому перевооружению. Последние десятилетия она проявила себя консервативной и неповоротливой. Ослабли связи со средствами массовой информации, которые осваивали рыночные механизмы и не спешили заниматься благотворительностью, когда речь шла о любой из форм обучения.

Более того, и само обучение становилось бизнесом для многих СМИ. Они самостоятельно организовывали курсы, школы, медиа-классы и даже институты. «Экономическая газета» является организатором совместно с Торгово-промышленной палатой курсов, ориентированных на обучение региональных журналистов. Газета «Известия» помимо курсов для журналистов открыла школу по подготовке абитуриентов в вузы.

Не получая должной помощи от отрасли, системе подготовки кадров оставалось лишь полагаться только на саму себя. Как следствие, она предлагала те структурные образования, предметы и специальности, которые пользовались спросом у населения. Так как в основном еще работали стереотипы престижности профессии, шли учиться «на журналиста», а заодно на PR-специалиста, рекламиста и т.д. Система журналистского образования стала стремительно расширяться, предлагая в основном платную форму обучения.

Интенсивно развиваются в последние годы факультеты журналистики Воронежского и Чувашского государственных университетов, отделение журналистики Курского государственного университета.

Но, как считают исследователи, «наиболее квалифицированные кадры готовятся в трех вузах: на журфаках Московского, Санкт-Петербургского и Уральского (в Екатеринбурге) университетов. Все учебники, все нововведения, все спецкурсы осваиваются именно там. Новые кафедры и факультеты в подготовку журналистов не привнесли ничего нового»<sup>2</sup>.

Более того, они во многом способствовали резкой девальвации журналистского образования. Конечно, определенным образом повлияло на это и снижение авторитета профессии.

«Назовите журналистов первого ряда, журналистов-личностей! В свое время это было легко: Анатолий Аграновский, тогдашний Василий Песков, Татьяна Тэсс, Александр Бовин — список длин-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. М., 2001. С. 37.

<sup>2</sup> Ненашев М.Ф. И здесь будут учить профессии, но совсем не так, как другие // Журналист. 2005. № 9. С. 57.

ный. Есть сегодня журналисты такого уровня? Приходят на ум имена политологов, политтехнологов, появляющиеся во многих изданиях. Но это ведь не журналистика»<sup>1</sup>.

Время определяли и программы с Валентиной Леонтьевой, Петром Капицей, Юрием Николаевым и многими другими. Разные эфиры, широкий диапазон тональности — все это создавало то неповторимое информационное поле страны, для которого готовила кадры существующая на то время система образования.

Признанными лидерами общественного мнения были и остаются такие издания, как «Комсомольская правда» 1960—70-х годов, пришедшая ей на смену «Литературная газета» 1980-х годов, затем «Московские новости», «Огонек» периода перестройки, «Аргументы и факты» начала ельцинской эпохи, «Московский комсомолец» и «Коммерсант», означившие начало настоящего времени.

Безусловно, другое время — иные подходы, но нарушен системный подход, и журналистская наука, привыкшая к заданному «на вечные времена» социальному миропорядку и не предусмотревшая альтернативных сценариев, не сумела его восстановить. К сожалению, она сама «на довольно долгий срок впала в методологическую растерянность. Не без влияния этого фактора отечественная пресса ощутимо растеряла и авторитет в своей стране и за рубежом, и профессиональную культуру, и ареалы распространения. Несомненно, что в ней прибавилось динамизма и появилось много новых точек роста, открылись яркие таланты, созданы небывалые прежде типы СМИ. И тем не менее, ее состояние в течение ряда лет уже привычно характеризуется как кризисное»<sup>2</sup>.

Вывод напрашивается сам собой: привнесение системности в подготовку кадров с учетом надвигающейся цифровизации есть неременное условие развития как отрасли в целом, так и непосредственно системы непрерывного журналистского образования, работающей на нее.

## Постоянно обновляемое, функциональное (запросы отрасли — цифра) знание

Нельзя сказать, что продвижение отечественной журналистики в освоении «цифры» сегодня не происходит. Дело обстоит как раз наоборот. Однако процесс этот идет по мере сил и возможностей, где экономический и организационный факторы играют далеко не последнюю роль. И в этих условиях ставка на молодых специалистов, освоивших новые подходы к профессии, имеет определенное преимущество.

---

<sup>1</sup> Ненашев М.Ф. Указ. соч. С. 57.

<sup>2</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. М., 2001. С. 37.

У системы непрерывного журналистского образования есть возможность взять инициативу на себя и предлагать своей аудитории постоянно обновляемые, востребованные ею или функциональные знания. Прежде всего, речь идет о «цифре», которая существенным образом преобразует всю журналистику в самое ближайшее время.

Чтобы стать востребованной, система непрерывного образования должна ориентировать свою аудиторию как минимум на:

- технологичность знания;
- социальную ответственность;
- маркетинговую психологию.

Следовательно, журналист обязан постоянно пополнять свои знания, чтобы продемонстрировать компетентность в следующих сферах:

- новых информационных средств;
- социальных отношений;
- маркетинговой журналистики.

**Компетентность в сфере новых информационных средств.** Техническая модернизация массмедиа порождает новые тенденции развития. Изменение технического потенциала открывает для медийных организаций новые возможности рационализации, которая затрагивает редакционные структуры и схему расходов, изменяет сложившиеся представления о профессии, ставит перед журналистами новые задачи. Поэтому более высокие требования предъявляются к компетентности журналистов в сфере новых информационных средств, а значит, и к их обучению.

Классическое высшее образование сегодня видоизменяется. В университете теперь все в меньшей степени стараются учить, где искать и откуда брать знания. Сам по себе сбор информации постепенно утрачивает свое уникальное значение.

Современные технологии, высокоскоростные каналы поиска и передачи информации, набирающее темпы глобальное компьютерно-сетевое объединение и банки данных — все это открывает совершенно новые возможности для сбора и обработки информации, радикально изменяя условия работы журналистов, а следовательно, и обучения. Журналист обязан уметь пользоваться новыми коммуникационными и информационными технологиями и начинать это делать уже на студенческой скамье.

Совсем неплохо, если этими знаниями и умениями будущий журналист овладеет еще в медиаклассе. Именно таким образом строится обучение в медиаклассах школы № 179, которая вот уже восьмой год совместно с факультетом журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова отрабатывает эти программы.

Без сомнения, новые и новейшие средства массовой информации изменяются очень быстро. Так же быстро должна научиться

реагировать на эти изменения и система непрерывного журналистского образования. Она просто обязана постоянно перестраивать свои программы в соответствии с требованиями времени.

К сожалению, системе образования России требуется по-прежнему достаточно много времени, чтобы разработать и внедрить программы и курсы, соответствующие новым требованиям, предъявляемым развивающейся профессией и рынком труда. Зачастую студенты получают специализацию, которая к концу периода обучения устаревает, теряет свою актуальность. Всевозможные курсы не всегда предлагают современные знания. Институты повышения квалификации еще не окрепли и не почувствовали запросов своей аудитории, к тому же они во многом находятся в плену устаревших учебных программ.

Отсюда возникает еще одна важная задача для тех, кто готовит будущих работников печатной и электронной прессы: журналистское образование должно быть направлено не только на ознакомление с новшествами в технической сфере и передачу навыков пользования ими, но и на более традиционные аспекты формирования профессионального мастерства.

Не следует недооценивать также того факта, что внедрение новых технологий и компьютеризация рабочих мест способны одновременно усилить проявления рутины, обеднения профессиональной деятельности журналиста. Без компенсирующих мер компьютерная рационализация рабочих мест может привести к понижению публицистического качества журналистики.

Этого можно избежать, если предлагать постоянно обновляемое, функциональное знание, отвечающее запросам отрасли. При этом следует учить работать по-новому, осваивать основы мастерства в иных предлагаемых технологических обстоятельствах, делать акцент на позитивные моменты использования новых технологий. Ведь вряд ли кто из журналистов захочет сегодня вернуться к механической пишущей машинке или писать авторучкой свои статьи в номер. Скорее всего, даже письмо другу он наберет на компьютере и пошлет по электронной почте.

Другое время — другая технологическая основа, и профессия обязывает быть на «ты» с новыми средствами своего производства.

**Компетентность в сфере социальных отношений** не менее важное направление функциональных знаний, в которых нуждается современный профессионал. Это означает способность работать в команде, кооперироваться с коллегами, преодолевать конфликты. Иными словами, речь идет об умении общаться в процессе решения профессиональных задач. Сегодня работодатель обращает на эти качества все больше внимания.

Все больше руководство отдает предпочтение тому, кто лучше всего вписывается в существующую команду, т.е. в коллектив редакции. А этому пока не учат в университетах, нет соответствующих курсов в системе повышения квалификации.

В условиях растущей интернационализации современного мира журналистам приходится обращаться к различным целевым аудиториям с разнообразными социокультурными характеристиками и поэтому все более важным становится знание менталитета и национальной культуры разных народов и отдельных групп общества. Опять-таки в учебных программах самых разных форм системы непрерывного образования вряд ли можно найти такие дисциплины.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Югра — благодатный край для творчества***

*О. Корниенко, директор экспериментальной творческой лаборатории неигрового кино ООО «Студия О.К.»*

«В Финляндии, к примеру, на Международном кинофестивале фильмов народов мира я была единственной, кто представлял Россию. Там я прочитала свою первую в жизни лекцию о том, как живут ханты Югры, как сложно складываются их отношения с нефтяниками и как наша единственная в мире Ассамблея коренных народов при Думе Югры пытается придать этим отношениям законодательную основу. И — наблюдала неподдельный интерес к жизни Югры и России. Меня спрашивали, где можно купить об этом фильмы, приобрести их для проката по национальным каналам. Там же мне задали вопрос: почему твои герои ханты и ненцы, а говорят на русском языке? Они что, на родном больше не разговаривают? И у меня родилась мысль: снять фильм на хантыйском языке. Тогда, в 2003-м, это был страшный риск. И поскольку в «СургутИнформТВ» свободного оператора для моих фантазий не нашлось, я взяла со склада маленькую камеру и поехала в тайгу, на стойбище — снимать «Мастера и Евдокию». Материала сняла предостаточно, а потом, с помощью друзей перевела все диалоги стариков с хантыйского и смонтировала фильм без единого русского слова и закадрового комментария. Получалась трогательная картина о любви, о том, как двое нашли друг друга в конце жизни, о самой жизни, наконец!

И был Орфей на «ТЭФИ-Регион» 2004, и был Гран-При на финно-угорском фестивале, и участие в российско-германских встречах во Франкфурте, и фестиваль в Словакии...Ценность фильма благодаря национальному языку возрослакратно, пришла уверенность, и появились другие фильмы на родном языке».

*Корниенко О. Югра — благодатный край для творчества // ТелеЦЕНТР, 2005—2006, № 6(14). С. 54*

Потребность в социальных знаниях сегодня вызвана еще и расширением медийного пространства. Многочисленные новые источники информации — сетевые агентства, PR-службы, рекламные структуры и т.д. — предлагают сегодня журналистам уже готовые материалы и тексты пресс-релизов. Однако медиакритики отмечают, что если речь идет о качественной журналистике, то публикацию подобных текстов под видом журналистских материалов или же в форме даже отредактированных версий следует признать недопустимой.

Конкурируя с такими сетевыми источниками информации, журналисту волей-неволей приходится превосходить их точностью и остротой выводов, умением анализировать и высказывать собственное мнение, знанием форм представления материала и мастерством презентации, умением владеть языком и четко излагать мысли.

***Компетентность в сфере маркетинговой журналистики.*** Существенную смену акцентов профессиональных приоритетов в характере и методах работы журналистов вызывает усиление влияния рыночных экономических факторов на медийные организации. Сегодня для России, как впрочем и для других стран, характерна тенденция поворота от журналистики просветительской к журналистике маркетинговой. Залогом успеха в этих условиях, наряду с глобальным мышлением, является знание и понимание законов рынка, умение ориентироваться в рыночной среде и добиваться успеха в конкурентной борьбе. Поэтому журналист должен уметь позиционировать на рынке свою газету так, чтобы она была востребована потребителями и привлекла рекламодателей. Более того, он должен уметь позиционировать и себя, чтобы быть приглашенным в значимую для себя редакцию.

К сожалению, в стране сейчас наметилась тенденция к размыванию известных издательских брендов. Не пользуется прежней популярностью «Литературная газета», уходят с рынка «Московские новости», другими становятся «Комсомольская правда», «Известия», «Коммерсант»... Не богатой на имена становится и сама журналистика, предлагая усредненного работника редакционного цеха.

Бесспорно, эти тенденции ставят новые задачи перед учебными заведениями, готовящими журналистов. При маркетинговых подходах к редакционной деятельности необходимо заботиться о выполнении общеэкономических задач медийного предприятия ложится на журналистов и редакторов дополнительным бременем. Речь не идет о том, чтобы каждый журналист был экономистом и

имел высшее экономическое образование. Но в нынешних условиях редакция несет ответственность за экономические издержки и результаты работы, следовательно, от журналистов требуется ответственное обращение с ресурсами медийного предприятия. В первую очередь это касается, конечно, редакторов, которые просто обязаны иметь представление об экономической стороне медийного производства и следовать требованиям редакционного маркетинга в газете. Они должны знать экономические основы функционирования массмедиа, принимая во внимание, что деньги на содержание всего медийного предприятия, включая налоги, стоимость расходных материалов, заработную плату и прочее, поступают в результате экономической деятельности на рынке. Деньги приносит потребитель. А где потребитель, там — экономика.

Учитывая, что медийные организации действуют сегодня в конкурентной рыночной среде, особенно важными становятся проблемы выработки верных тактик и стратегий редакционного менеджмента. Журналисты — особенно представители редакционного руководящего звена — должны быть способны нести ответственность не только за собственно журналистскую продукцию, но и за решение управленческих и экономических задач. Поэтому наряду с рассмотренными аспектами профессиональной подготовки, все большее значение будет придаваться, по мнению многих авторов, формированию у них квалификационных *качеств менеджера* — знаний и способностей, необходимых для эффективного управления персоналом и принятия компетентных решений в вопросах медиаэкономики.

Эти требования относятся не только к журналистам крупных издательских концернов, но и к сотрудникам региональных изданий. По мнению журналистов «Экономической газеты», опробовавших на себе маркетинговые подходы, в будущем и «главный редактор региональной газеты будет понимать производство газеты как задачу менеджмента».

Поэтому перед журналистским образованием стоит сразу несколько новых задач: пересмотреть представления о нормативности журналистской деятельности, предоставлять знания в относительно новых для журналистики областях, таких как маркетинг и менеджмент, и не допустить при этом содержательных перекосов в обучении будущих работников печатной и электронной прессы.

Задачу внедрения экономических подходов к журналистской деятельности не так уж легко осуществить в условиях, когда многие журналисты по-прежнему незаинтересованно относятся к вопросам экономики, маркетинга и менеджмента. Ведь в газетной журналистике до сих пор считается хорошим тоном отдавать предпочтение

публицистическим аспектам профессиональной деятельности. Уже давно слышны предостережения об угрожающем «приспособлении к требованиям рынка» и «рыночной зависимости прессы» и, как следствие, превращении СМИ в средства развлечения. Внедрение редакционного маркетинга расценивается многими как преклонение перед законами рынка, как передача журналистики в руки коммерции. В противовес рыночным тенденциям на первый план выдвигается стремление редакции работать в соответствии с журналистскими принципами и нормами. Еще в середине 1980-х голландский ученый Д. МакКуэйл констатировал «напряжение, которое зачастую возникает между коммерциализацией и профессионализмом коммуникатора». Сегодня преодоление этой напряженности является одной из основных проблем, и совсем неплохо, если оно будет учитываться на всех уровнях системы непрерывного журналистского образования.

Может ли журналистская профессия быть бизнесом?

В наше время все чаще ответ звучит однозначно: да. Сторонники рассматривать прессу как составную часть системы экономики выдвигают следующие аргументы в обоснование своей позиции.

- Экономика вездесуща. Очень часто поведение и действия людей обусловлены экономически. Едва ли какая область социальной действительности остается незатронутой. И журналистика не имеет права уклоняться от преобразований, какими бы жесткими и неприятными они не были.
- СМИ функционируют не в вакууме, а в условиях рыночной экономики. Чтобы журналист имел возможность реализовать свои стремления и амбиции, медийная организация, в которой он работает, должна быть, в первую очередь, рентабельной.
- Журналистам, сетующим на засилье рынка, стоило бы задуматься над тем, что осознание сотрудниками редакции экономической реальности и учет издержек являются факторами качества и конкурентоспособности медийной организации, а тем самым долгосрочной гарантией ее выживания на рынке. Проблема экономической успешности касается всех сотрудников СМИ, в том числе и журналистов, которые таким образом могут обеспечить возможность оставаться в профессии и условия для своей профессиональной карьеры.

Для того чтобы нынешние и будущие журналисты могли успешно решать задачи, поставленные перед ними рыночной экономикой, было бы целесообразно активнее включать в журналистское образование информацию о редакционном маркетинге и менедж-

менте, о том, какие возможности и опасности они в себе таят. Такой подход означает не просто приспособление концепции образования и учебных планов к требованиям рынка. Он нацелен на более четкое осознание журналистами изменений, происходящих в медиасфере и развитие способности к анализу происходящей ныне социальной переориентации журналистской работы со всеми вытекающими из нее последствиями.

Знание основных законов маркетинга и менеджмента и умение ими пользоваться в редакционной деятельности приносит с собой не только понимание того, что любое СМИ действует в рыночных условиях в соответствии с законами экономики, а журналистская информация-услуга является товаром, реализующимся на рынке. Это знание формирует отчетливые представления о границах воздействия экономических законов и рынка. Оно позволяет таким образом защитить исконно журналистские принципы, ценности и нормы от натиска сторонников категоричной экономизации всех сторон деятельности журналистов.

В мировой практике есть примеры удачной реакции системы журналистского образования на потребности практики, изменяющейся под воздействием рыночных факторов. Это подтверждает появление учебной литературы по журналистике, в которой проблематика редакционно-издательского маркетинга излагается как нечто равнозначное профессиональным проблемам журналистики, как составная часть повседневной практики журналиста. Так, в новом переиздании широко используемого в учебном процессе Германии учебника «Практическая журналистика» дополнительно к прежним главам о журналистском мастерстве добавлены новые темы и целые главы, посвященные экономическим аспектам журналистики: характеристики медийных рынков, экономика новых СМИ, маркетинг, исследования эффективности воздействия на потребителей и пр.

### 11.7. Доступное, открытое, в течение всей жизни непрерывное журналистское образование

Возникает вопрос: а может ли вообще сегодняшняя система образования подготовить будущих журналистов к выходу на современный рынок труда и помочь нынешним на нем удержаться? Ответ будет положительным, если на протяжении всей профессио-

нальной жизни у каждого, кто избрал работу в прессе или в электронных СМИ, будет возможность пополнять свои знания в течение всей жизни. Лишь доступное образование поможет человеку не только удержаться в профессии и сделать карьеру, но и быть в ней счастливым.

При этом каждая форма образования будет выполнять присущую ей функцию, соотнося свои действия с другими элементами системы. Между тем это сегодня и происходит, но с той лишь разницей, что каждое структурное подразделение решает свои задачи, не оглядываясь на других.

Согласованность действий — ключ к качественному и результативному функционированию системы непрерывного журналистского образования. Тогда университеты берут на себя роль учреждений, которые дают студентам не только образование и профессиональную квалификацию, но и формируют реальную способность к адаптации и конкуренции на рынке труда. Развиваемые в ходе обучения способности становятся навыками уже в университете, а не после нескольких лет профессиональной деятельности.

Благодаря университетскому образованию студент способен вступить в профессию. Он подготовлен к квалифицированному исполнению своих профессиональных обязанностей в условиях реальной журналистской практики. Это становится возможным, потому что университетские программы систематически обновляются. В них увеличивается доля практикумов, но не в ущерб общеобразовательным предметам. В противном случае обучение ремеслу затягивается, продолжаясь после вуза в редакции, и выпускники слишком поздно становятся профессионалами. Конечно, система образования в целом, и каждое ее подразделение пока еще не готовы к таким кардинальным переменам. Возможно, ситуация изменится, когда в университетах и институтах повышения квалификации на стадии профессиональной ориентации и послевузовской подготовки поймут, что ответственность за журналиста не ограничивается периодом его обучения, поскольку простирается и на его профессиональную жизнь.

Тем более, что в наступившую информационную эпоху медийная отрасль является одним из самых быстрорастущих секторов и будет оставаться таковой в ближайшем будущем. Это относится прежде всего к электронным СМИ, переживающим череду бурных технических инноваций и структурных изменений. Поэтому спрос на журналистов-профессионалов будет расти именно в области электронных массмедиа. Здесь для них открываются невероятно широкие перспективы. Очевидны востребованность и перспектив-

ность различных форм профессионального образования работников для электронных средств массовой информации: ведь для того, чтобы работать в этой сфере завтра, журналисты должны готовиться к этому уже сегодня.

Безусловно, эти новации затронут и прессу. Тем более, что многие газеты выпускают свою сетевую версию, для подготовки которой требуются обученные специалисты. Поэтому и тем, кто избирает журналистику на печатных носителях, равно также нужны технологичные знания. Умение набрать текст на компьютере, сделать верстку полосы, а то и всего номера, войти в Интернет и найти нужную информацию — вот далеко не полный перечень тех обязательных умений и навыков, чтобы работать в газете или журнале.

Одним из важнейших принципов российской системы образования, при всей значимости прикладного и инструментального обучения, необходимо назвать ее ориентированность на воспитание профессионала. Эта традиция отражена в структуре самой системы непрерывного образования, которая априори функционирует в стране. Поэтому в учебных планах медиаклассов, вузов, послевузовского образования в широком спектре представлены дисциплины мировоззренческого характера, развивающие и воспитывающие человека.

Журналистика — из числа тех видов деятельности, которая предоставляет огромные возможности для личностного роста. Тогда система образования должна так быть сегодня преобразована, чтобы она могла в нужное время, в нужном объеме и в удобное время предоставлять полезные сведения, необходимые любому работнику СМИ в его работе, в самообразовании и в самовоспитании.

В результате работы над собой журналист начинает осознавать, что такое принимать решения и брать ответственность перед обществом на себя. В связи с этим особое значение приобретает проблема социальной ответственности представителя прессы, вещателя. Она не может больше сосредоточиться лишь в вопросе наличия или отсутствия у топ-менеджеров, продюсеров, журналистов и редакторов нравственных принципов и желания следовать кодексам и хартиям.

К сожалению, эта тема в аспекте информационного общества не разработана. Взаимоотношения средств массовой информации и общества ни в профессиональном, ни в научном плане еще не осмыслены. Важно понять и роль в этом процессе журналиста, отвечающего за свои слова, поступки и результат своего творчества. При том, что степень актуальности ее сегодня исключительно вы-

сока. Тем более нет методически выверенных курсов, которые были бы включены в учебные планы всех форм системы непрерывного журналистского образования.

«Когда говорится об обществе знаний, о науке, об информационных технологиях, о коммуникациях, мы почти никогда не касаемся ценностной системы общества знаний, их связи с моралью, т.е. обычно выводим все проблемы, связанные с обществом знаний, из важнейшей проблемной области — формирования смыслов, — считает главный редактор журнала «Искусство кино» Д. Дондурей. — Но без понимания того, как формируются значимые смыслы, что представляет собой телевидение как абсолютно новый, универсальный и чрезвычайно расширяющийся по своим функциям и последствиям институт общественной жизни, мы не продвинемся, поскольку любые представления о развитии только технологий всегда будут разговором о пустых и полых формах»<sup>1</sup>.

Собственно, это относится ко всем средствам массовой информации. В итоге получается, что «вся зона формирования значимых ценностных представлений о происходящем, прошлом и будущем остается без общественного анализа, без гражданского надзора»<sup>2</sup>.

Именно значимые смыслы, формируемые СМИ под тем или иным углом зрения, ценностные их оценки сегодня как никогда должны попасть в сферу интересов системы непрерывного журналистского образования, стать ее цементирующим началом. Поэтому ей крайне необходимы исследования прессы, телевидения, радио, сетевой журналистики как института общественного развития. Только тогда она, объединив усилия с журналистской наукой, сможет предложить качественную образовательную услугу, отвечающую запросам самой требовательной и очень разной аудитории.

Как результат, сама система непрерывного журналистского образования станет конкурентоспособной. Ее значимость в обществе будет заключаться в том, что знание, которое она будет предлагать журналистской аудитории, всегда будет социально значимым. Следует вспомнить С. Лемма, который утверждал, что в информационном обществе социальная ответственность будет в значительной степени производной от «суммы технологий». И это будет происходить независимо от деклараций руководителей средств массовой информации, которые подменяют ими собственную общественную политику и маскируют программную маргинализацию общества.

---

<sup>1</sup> Цит. по: *Лившиц В.Г.* Перед вызовами информационного общества // Телецентр. 2005—2006. № 6(14). С. 33.

<sup>2</sup> Там же.

Эта лишь часть проблем, являющихся реальными вызовами для СМИ, которые затрагивают каждого работника, включенного в медийный процесс. Если профессиональное сообщество осознает реальность этих вызовов и объединит усилия для их решения с системой непрерывного журналистского образования, тогда пресса, телевидение, радио и интернет-журналистика займут достойное место в процессе становления информационного общества.

Гибко реагирующая на эти вызовы и создающая условия для профессионального и личностного роста, она будет предлагать те знания, умения и навыки, которые необходимы аудитории. Следовательно, учить она будет тому, что востребовано динамично развивающейся журналистской отраслью. Ее многоплановость и структурная разветвленность позволят ей ответить на вопрос: как учить? Она сможет предложить каждому функционирующему в этой профессии устраивающие его формы получения необходимой информации. Тем самым, заявив о своем существовании в обществе, система журналистского непрерывного образования декларирует и смену акцентов: каждый человек, избравший медиатеку, может воспользоваться услугами системы непрерывного журналистского образования, когда ему это необходимо.

Система же берет на себя обязательства эти запросы целевой аудитории удовлетворять по мере их появления. Осталось лишь немного: чтобы эта система стала реальным фактом нашей жизни. Все предпосылки для этого есть, о чем и поговорим дальше.

## Глава 12

# Структура непрерывного журналистского образования

### 12.1. Конструкция и действие элементов системы НЖО

Стремительное развитие всех сфер жизнедеятельности общества, появление новых информационных технологий и новейших средств телекоммуникаций предъявляют более высокие требования к качеству образования, подготовке компетентных профессионалов, во всех областях практической деятельности, в том числе журналистике. Поэтому особенно актуальным становится непрерывное образование. Современному человеку мало знать и уметь, нужно непрерывно пополнять свои знания.

Рассмотрим структуру непрерывного образования, основными чертами которого является гибкость, адаптивность, модульность, экономическая эффективность, ориентация на потребителя, опора на современные информационные и телекоммуникационные технологии, столь необходимые для развития обучения специалистов на рынке СМИ. Она, по утверждению специалистов, имеет и организационное измерение (учебные заведения, органы управления и т.п.), и структурно-содержательное (изучаемые дисциплины и их последовательность), и научно-концептуальное. «Образование не может строиться иначе, поскольку системность заложена в сущности самой журналистики, которая одновременно является и совокупностью массово-информационных организаций, и видом деятельности, и огромным массивом произведений (текстов), и областью профессиональной квалификации, и сферой научно-исследовательской специализации, — считает С.Г. Корконосенко. — Если практика строится хаотично — в редакции, регионе, государстве, то не приходится рассчитывать на ее поступательное и общественно полезное развитие. При этом точно выверенные концепции становятся базой для прогрессирующей журналистики. Отражением этой закономерности

служит система образования, где концепции определяют конструкцию и действие всех ее элементов и в конечном счете организацию, формы, методы преподавания. На рабочем, производственном уровне нам легче разглядеть влияние на учебный процесс других, более частных факторов. Но они, в свою очередь, как бы вложены в систему, подчиняются ее общему духу, т.е. концепциям»<sup>1</sup>.

С каждым днем структура журналистского образования обогащается новыми формами, что позволяет говорить о ее непрерывности. Старые структурные формы расширяются, появляются новые видения и новые подходы. А новые формы не перестают удивлять своим многообразием и быстрым развитием, укреплением позиций.

На данном этапе непрерывное журналистское образование структурно представлено:

- довузовской подготовкой или медиобразованием;
- высшей школой;
- послевузовскими формами обучения;
- высшей профессиональной квалификацией.

Наиболее интенсивно развивается сейчас медиобразование, решающая задачи профориентации молодежи. Одновременно начала информационных технологий даются практически всей молодежи, для которой компьютер становится привычным атрибутом окружающего мира. Школы и лицеи с журналистской подготовкой, малые академии наук, журналистские курсы, интернет-курсы по журналистике и, наконец, медиаклассы как полигон для отработки модуля медиобразования — вот далеко не полный перечень структурных форм этого уровня журналистского образования.

Безусловно, профессиональная подготовка журналистов осуществляется высшей школой. Собственно понятие системы непрерывного образования до определенного времени и сводилось к вузовскому образованию, представленному университетами и институтами журналистики.

Сегодня формы подготовки работников для средств массовой информации на довузовском и послевузовском этапах становятся разнообразнее. К тому же и сама вузовская форма обучения находится на стадии реформирования. Университеты стараются сохранить факультеты журналистики как признанную форму обучения журналистской профессии. Но сами факультеты видоизменяются. Болонский процесс, в который вошла отечественная высшая школа, неуклонно ведет к иным временным рамкам подготовки спе-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. СПб., 2004. С. 11.

циалистов. Следовательно, иными будут учебные программы в целом, да и отдельные курсы по журналистской переподготовке.

Но именно это грядущее переустройство пробудило к жизни формы переподготовки и повышения квалификации журналистских кадров. Многие признанные вузы стали развивать второе высшее журналистское образование.

На уровне повышения квалификации существуют разнообразные дополнительные курсы переподготовки, организуемые Союзом журналистов России, Профсоюзом журналистов РФ и другими профессиональными журналистскими объединениями. В определенной степени журналисты повышают свою квалификацию и участвуя в многочисленных семинарах, конференциях, съездах, саммитах, которые дают широкие возможности узнать о новых технологиях, методах СМИ, да и просто быть в курсе происходящего. Таким образом всем представителям профессии, относимой к просветительской, предоставляется шанс совершенствоваться, углублять свои познания в любой области, даже если она не является сферой специализации журналиста.

Практика последних лет показывает, что каждый структурный элемент журналистского образования сегодня равновелик. Резко увеличивающееся число газет и журналов, телевизионных и радиокомпаний стало возможным только потому, что все большее число молодых людей имеют первоначальную информационную подготовку. Навыки работы с компьютером, умение пользоваться Интернетом, а следовательно, собирать и анализировать информацию позволяют им сделать существенный шаг в освоении журналистской профессии.

Затем приходит осознание того, что необходимы познания в области коммуникации, так как журналисты общаются с большим числом людей, технологии подготовки информационного продукта, представления об информационном поле страны. Появляется потребность в приобретении высшего образования.

Вместе с дипломом выпускники факультетов журналистики приобретают необходимые навыки работы в СМИ, осваивают теоретические методы исследования журналистики, понимают, каковы законы, по которым она функционирует в обществе. Какое-то время этого достаточно, эти знания применяются на практике. Читателям, слушателям и зрителям предъявляется отличная подготовка молодого специалиста, который спешит реализовать свои многочисленные идеи на газетной или журнальной полосе, выразить себя в телевизионной передаче, радиоэфире или в интернет-сайте. Он предлагает свою базу данных, расширенную и насыщенную новыми фактами, проверенной информацией.

Но проходит совсем немного времени и выясняется, что для ведения медиабизнеса нужны дополнительные знания, что неплохо, если бы печатное или электронное средство массовой информации занимало более высокие строчки рейтингов, было бы более конкурентоспособным. Все это вовлекает человека опять в систему непрерывного журналистского образования. Причем замечено, что в последние годы активно начали повышать свою квалификацию региональные работники СМИ всех уровней и видов специализации.

Вроде общепринято, что СМИ формируют общественное мнение, а это имеет огромное значение для страны, которая ищет национальную идею возрождения, для нации в целом. Однако профессионал знает, как непросто это делать. Конечно, любое средство массовой информации должно отвечать запросам аудитории, но также и формировать его взгляды, мнения, восприятие мира. Как следствие, подача и отбор материала обязательно проводятся с учетом этих противоречивых подходов, с которыми справиться по плечу лишь профессионалу.

Человек, пришедший в профессию, осознает, что его успешность в ней, выполнение все усложняющихся задач во многом зависит от его подготовки, которую обеспечивает ему система непрерывного журналистского образования. Чем разнообразнее формы она будет предлагать, тем удобнее это будет для профессионалов, имеющих небольшой лимит времени для пополнения своих знаний. Но затраты эти сторицей окупаются, так как сокращаются сроки для формирования своей целевой аудитории, которая не появляется сразу. Но одно дело, приобретать ее в течение долгой практики, другое дело — работать с ней профессионально и получать отдачу в неизмеримо короткие сроки.

Следовательно, расширение структуры журналистского образования и самообразования имеет чрезвычайно важное значение как для самого журналиста, так и для общества в целом. Получая профессионально подготовленного работника средств массовой информации, имеющего реальные возможности постоянно совершенствоваться, оно получает качественную прессу. В свою очередь, пресса как значимый социальный институт способствует политическому, культурному развитию государства в целом и его граждан в частности.

Профессиональное журналистское образование имеет свою долгую историю. Не сразу сложились нынче существующие научно-педагогические школы, каждая со своим почерком. По-разному шло формирование структуры образования в мире.

## **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

### ***Первые школы журналистики***

«История журналистского образования насчитывает около ста лет. Журналистские школы стали появляться на рубеже XIX—XX вв. в США, Германии, Англии, Швейцарии, Японии, Италии, Китае в связи с увеличением числа газет и журналов. Их количество в первое десятилетие XX века достигло в европейских странах нескольких тысяч.

Одной из первых считается высшая школа журналистики в Берлине. Слушатели изучали юридическое положение о печати, историю и технику газетного и печатного дела, практическую журналистику (редактирование, полемизирование, технику просмотра газет и пр.), рецензирование драматических представлений, романов, опер и концертов, упражнялись в писании корреспонденций и репортажей. Обучение было платное».

«В штатах Вирджиния и Пенсильвания в США еще в конце XIX века появились первые учебные заведения для журналистов. В 1902 г. Высшая школа журналистики открылась в Колумбийском университете США по инициативе газетного магната Джозефа Пулитцера, пожертвовавшего на это 2 млн долл. (в США существует ежегодная пулитцеровская премия за выдающиеся литературные публикации). Появились журналистские школы также на юридических факультетах в Вашингтоне и Филадельфии».

«В Европе родоначальницей журналистского образования считается Высшая школа социальных наук в Париже со специальным факультетом журналистики.

В Европе и Америке, где школы журналистики зародились в недрах университетского образования, с самого начала шли дискуссии о том, нужно ли вообще журналисту специальное образование, а если нужно, то какое — фундаментальное университетское или узкопрактическое. Сторонниками первого направления выступили представители европейской школы, второго — американской. Но к концу 1920-х годов даже в Америке, где было уже несколько десятков учебных заведений, победили сторонники фундаментальной подготовки».

Исследователи это обоснуют следующим образом. В американских школах начала века основное внимание уделялось технике репортажа, методике поиска новостей, психологии рекламы и развитию чисто практических репортерских навыков. В то же время не придавалось «значения общеобразовательной подготовке, развитию у студентов интеллектуального кругозора, широкой общей культуры».

&lt;...&gt;

Обучение велось по типу работы в мини-редакции: выпускались газеты, которые шли в розничную торговлю. Такая система подготовки, как пишут исследователи, привела к кризису. Один из владельцев провинциальных изданий привлек внимание общественности к качеству профессионального образования журналистов: из двадцати выпускников специальных школ за пять лет в его газетах прижился только один.

Для выявления причин такого положения была создана специальная комиссия. Она пришла к выводу: учить надо не только «штамповке новостей», не только процедурно-технологическим приемам газетного дела, но и давать фундаментальные «знания в области истории, социологии, других гуманитарных наук».

«Однако и после коррекции в сторону более глубокой подготовки американская школа журналистики все-таки сохранила свое прагматическое направление в отличие от европейской, которая всегда придавала большое значение изучению фундаментальных гуманитарных, исторических, филологических, юридических и социальных наук наряду со специальными практико-журналистскими».

*Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 2003. С. 109.*

## 12.2. Медиаобразование

### Играем в журналистику

Среди журналистов-профессионалов существует распространенное мнение, что научить теории журналистики невозможно, обучение должно проходить только на практике, в ходе работы. Это относится и к довузовской журналистике. Для обучения будущих журналистов сегодня создано много школ, клубов и кружков. Медиаобразование становится равнозначным структурным подразделением системы непрерывного журналистского образования. Медиаобразование позволяет:

- выявить творческих, одаренных, социально активных юных журналистов;
- дать юным журналистам системные знания, необходимые для активизации деятельности юнкоровского объединения в школе и учреждении дополнительного образования;
- развивать творческий потенциал молодых людей, которые готовятся избрать журналистику профессией и поступать в соответствующие вузы;

- привлечь внимание общественности города, муниципальных органов власти, средств массовой информации к актуальным проблемам и достижениям подростковой и молодежной журналистики.

Специалисты считают, что развитие личности в старшем подростковом возрасте характеризуется двумя противоположными тенденциями. С одной стороны, происходит активное развитие креативного мышления, восприятия, памяти и воображения. Подростки демонстрируют повышение самоконтроля, стремление к самонаблюдению и самосозерцанию. У них продолжает формироваться мировоззрение, перестраиваются отношения со сверстниками и взрослыми.

С другой стороны, этот возраст характеризуется повышенной эмоциональностью и возбудимостью. У подростков можно наблюдать частую смену настроения. Порой они неуравновешенны и недисциплинированы. Могут быть чрезвычайно активными и тут же пассивными. Им нужен постоянный контроль, и в то же время они обижаются, если их чрезмерно опекать.

В любом случае надо помнить, что это дети, для которых главный вид деятельности — игра. Занимаясь журналистикой, они, сами того не осознавая, в нее играют. Поэтому столь удачными оказываются те издания, телевизионные передачи, радиоэфир, которые делают дети под руководством взрослых, предлагающих им поиграть в журналистику.

Именно этот принцип был положен в основу при организации медиаклассов в московской школе № 179. Уже на протяжении восьми лет факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова и эта школа работают вместе на условиях договора о сотрудничестве, целью которого является разработка модуля медиаобразования.

Организаторы проекта понимают, что в силу своих возрастных особенностей подростки еще не могут воспринимать тот теоретический материал, который предлагают учебники журналистики для высших учебных заведений. Они не могут работать над творческими заданиями, как взрослые профессиональные журналисты. Поэтому необходимо создание специального курса для профильного обучения будущих журналистов, в котором теория была бы строго дозированной и тесно связанной с практической деятельностью.

В основе содержания и структуры данного учебного курса лежит авторская концепция профильного образования, согласно которой старшеклассники должны изучать основы журналистского творче-

ства, теорию и историю СМИ, психологию в ходе практической деятельности. Курс ориентирован на дополнительное образование учащихся 10—11 классов и рассчитан на два года. Занятия проводятся два раза в неделю по два часа. Другой вариант — для журналистских занятий выделяется один учебный день, что позволяет его проводить в редакции, посещать мероприятия, организовывать выездные занятия. Так, на протяжении нескольких лет ученики медиакласса участвовали в «губаревских чаепитиях», проводимых в Российской академии наук. Это были традиционные встречи журналистов, специализирующихся в научной тематике, и ведущих ученых страны, организатором и ведущим которых был известный научный журналист Владимир Губарев.

Целью учебного курса, который был разработан в рамках данного проекта, является формирование медиакультуры в профильной подготовке будущих журналистов, что предполагает:

- формирование коммуникативной компетентности;
- освоение комплекса умений и навыков работы с информацией (в том числе информацией, получаемой из Интернета), общей информационной культуры;
- формирование мировоззрения, активной жизненной позиции и толерантности;
- реализация творческого потенциала через создание текстов для средств массовой информации.

Задачи учебного курса определены целью профильного образования будущих журналистов и связаны как с познавательной, так и с практической деятельностью старшеклассников.

Образовательными задачами являются:

- изучение истории журналистики и основ журналистского творчества;
- получение начальной допрофессиональной ориентации;
- развитие умений грамотного и свободного владения устной и письменной речью;
- формирование практических навыков создания школьного печатного издания.

В ходе профильной подготовки будущих журналистов происходит реализация следующих воспитательных задач:

- формирование представления о журналистике как профессии, играющей специфическую роль в жизни общества;
- формирование личности журналиста как совокупности профессионально-творческих, индивидуально-психологических, нравственных и гражданских качеств;

- формирование основных этических норм и понятий как условия правильного восприятия, анализа и оценки событий окружающей жизни.

Программа первого года обучения включает в себя:

- изучение основ истории отечественной журналистики;
- обзор современных средств массовой информации;
- знакомство с нормами профессиональной этики журналиста;
- изучение методов сбора и обработки информации;
- психологическую подготовку будущих журналистов;
- изучение основных журналистских жанров (информация, заметка, статья, интервью);
- освоение методов работы со словом.

К концу первого года обучения журналистике учащиеся медиа-класса должны уметь:

- выявлять интересные события и явления в повседневной жизни;
- собирать информацию из разных источников и работать с ней;
- различать основные газетные жанры и грамотно излагать информацию в этих жанрах;
- общаться, не бояться выступать перед аудиторией, правильно вести интервью.

Программа второго года обучения развивает и закрепляет начальные профессиональные знания и умения юных журналистов:

- об информационных, аналитических и художественно-публицистических журналистских жанрах (репортаж, статья, рецензия, журналистское расследование, обозрение, очерк и т.д.);
- о методах и приемах работы со словом;
- о психологической подготовке журналиста;
- о процессе создания газеты или журнала (от возникновения идеи до распространения тиража), о составе и работе редакции.

К концу второго года учащиеся должны знать:

- структуру и особенности работы в различных газетных жанрах (заметке, статье, рецензии, очерке, зарисовке и т.д.);
- правила и нормы газетного языка;
- правила написания рецензий на выставки, спектакли, фильмы и т.д.;
- этапы создания печатного издания;
- этапы создания электронного издания;
- обязанности каждого члена редакции.

К концу второго года обучения учащиеся должны уметь:

- работать в различных журналистских жанрах;
- грамотно работать с интервьюируемыми;

- писать рецензии на выставки, спектакли, фильмы;
- свободно владеть печатным словом;
- находить адекватные реальности формы и методы коммуникации.

## Помогая делать выбор профессии, обучаем

Методика профильной подготовки будущих журналистов основывается на комплексном подходе, который складывается из тесного взаимодействия словесных, наглядных и практических методов обучения и воспитания.

Для выполнения поставленных задач в программе сочетаются такие формы проведения занятий, как лекции по теории, психологические игры-тренинги, беседы, пресс-конференции, экскурсии и встречи с профессионалами, практическая работа по написанию статей и выпуску газеты в творческой лаборатории. Для контроля качества образовательного процесса используется тестирование и анализ творческих работ учащихся.

В базовый курс включены следующие циклы занятий: «История журналистики», «Теория журналистского творчества», «Психологическая подготовка журналиста», «Мастерство журналиста: работа со словом», «Мастер-класс» и «Творческая лаборатория».

Задачами цикла «*История журналистики*» является введение старшеклассников в журналистскую профессию: рассказ о ее истории, специфике, роли в обществе, об условиях труда журналистов и сложностях их работы в разные исторические периоды развития.

Под изучением «*Теории журналистского творчества*» понимается освоение искусства слова, умение выявить в повседневной жизни события (факты), собрать интересную информацию, оперативно распорядиться ею в выбранном для подачи материала газетном жанре. На этих занятиях ребята также узнают о процессе создания газеты или журнала, в том числе и электронного: от момента появления идеи до распространения тиража; о структуре редакции; о том, как работать в различных журналистских жанрах и многое другое.

Важное место в изучении курсов «История журналистики» и «Теория журналистского творчества» занимают словесные методы обучения. Для успешного решения поставленных образовательных задач применяются такие формы изложения учебного материала, как рассказ и беседа.

При изучении истории и теории журналистики, в которых на первый план выступает фактический материал, требующий образ-

ности и последовательности изложения, используется такой метод, как *рассказ*. Эффективность его заключается в том, что за непродолжительное время (10—15 минут) достигается активизация мышления, внимания, памяти, воображения и эмоциональных переживаний, формируется интерес учащихся к учебному материалу.

В силу возрастных особенностей будущих журналистов лекция как словесный метод обучения неприемлема, так как предполагает монологический способ изложения большого объема информации и отличается строгой структурой и логикой подачи учебного материала.

На занятиях журналистикой широко применяется такой важнейший метод устного изложения материала, как *эвристическая беседа*. Достоинство этого метода заключается в том, что будущие журналисты в ходе беседы усваивают новые понятия и приобретают знания путем самостоятельного логического мышления, активно используя эвристический метод познания. Важным является также и то, что в ходе беседы старшеклассники овладевают техникой постановки вопросов, которая крайне важна для успешной журналистской деятельности. Помимо этого данный метод позволяет повторить, закрепить и проверить полученные на предыдущих занятиях знания.

Один из важных циклов обучения — *«Психологическая подготовка журналиста»*. Отличительной особенностью данного цикла является то, что в ходе занятий помимо приобретения профессиональных навыков происходит и становление личности старшеклассников, формирование их индивидуально-психологических качеств.

Учащиеся учатся достигать поставленные цели, находить взаимопонимание не только со взрослыми — учителями и родителями, но и с одноклассниками, изживать подростковые комплексы неполноценности.

Для достижения поставленных образовательных и воспитательных задач используется такая форма стимулирования и мотивации интереса к учению, как *игра-тренинг*. Обучающее значение игротренингов состоит в том, чтобы сделать усвоение и развитие у подростков необходимых профессиональных навыков ярким, эмоционально насыщенным и увлекательным.

Игровая ситуация вызывает у старшеклассников разнообразные эмоционально-психические переживания, углубляющие познание, активизирует внутренние положительные стимулы и мотивы, интерес к познавательной деятельности. В воспитательном отношении игра, моделируя различные жизненные ситуации, помогает будущим журналистам избавиться от неуверенности в себе, разобраться в своем эмоциональном состоянии, снять комплексы, мешающие журналисту в его работе.

Важными составляющими цикла «Психологическая подготовка журналиста» являются занятия мнемотехникой (искусством запоминания), кинесикой (наукой о поведении людей и их жестах), физиогномикой (изучением психологических особенностей личности по его лицу), а также изучение приемов развития внимания и наблюдательности — важных профессиональных качеств журналиста.

Цикл занятий «*Мастерство журналиста: работа со словом*» — это практические занятия, на которых школьники учатся правильно «конструировать» тексты, придумывать заголовки и работать со словом. На занятиях по мастерству журналиста активно используется такой практический метод обучения, как *упражнение*.

Задачей упражнения является трансформация теоретических знаний, полученных старшеклассниками, в профессиональные умения и навыки. На занятиях по журналистике используются как воспроизводящие, так и творческие упражнения. Цель воспроизводящих упражнений — способствовать закреплению приобретенных знаний, навыков и умений; творческих — совершенствовать способности будущих журналистов. Эффективность упражнений заключается в развитии культуры речи, логического мышления, памяти и внимания у будущих журналистов.

Одним из основных источников знаний для будущих журналистов являются встречи с интересными людьми, в первую очередь, с профессиональными журналистами. Такие встречи организуются в рамках цикла «*Мастер-класс*» и проводятся в режиме пресс-конференции, чтобы школьники смогли применить полученные на предыдущих занятиях навыки и пообщаться со специалистами на интересующие их темы журналистов<sup>1</sup>.

Школа имеет свой сайт в Интернете, что позволяет юным журналистам работать в режиме онлайн и постоянно совершенствовать свое мастерство.

Годы сотрудничества школы и факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова показали, насколько востребовано медиаобразование школьников, которое становится обязательной составляющей частью знаний каждого в век информационных технологий.

---

<sup>1</sup> См.: Агафонова А.Ю. Методы профильной подготовки будущих журналистов. М., 2000.

### 12.3. Высшая школа

#### Будущее — за университетами

Несмотря на появление различных форм подготовки журналистов, лучшей по-прежнему является университетское образование. Ее определенный консерватизм может обернуться и позитивной стороной. Именно благодаря этому качеству высшая журналистская школа в годы реформирования страны сохранила все то ценное, что было за полувековой период ее существования наработано. Она сохранила преподавательский состав, методики и программы образования, традиции вузовского российского образования.

Безусловно, руководители, ведущие педагоги, да и сами студенты понимают, что нужны изменения. Факультеты журналистики просто обязаны улавливать дух времени и адекватно реагировать на те изменения, которые происходят в стране. Более того, они обязаны готовить кадры с опережением этого времени, упреждать запросы журналистской отрасли на пять — десять лет вперед.

Это вполне реализуемо, так как специалисты признают, что университетское образование — это образование фундаментальное. Фундамент его составляют теоретические профессиональные дисциплины. Необходимость основательной теоретической подготовки специалистов данного профиля обусловлена значением средств массовой информации в современном обществе, представляющем собой сложный социальный организм. Внимание обучению, в основе которого лежит понимание того, что работа журналиста не просто практическое ремесло, а весьма ответственная социальная деятельность, уделялось с самого начала существования факультетов и отделений журналистики в структуре университетов<sup>1</sup>.

Сложившаяся в стране структура университетского журналистского образования представлена следующим образом:

- 1) задачи и принципы университетского журналистского образования;
- 2) этапы подготовки журналистов (прием, обучение, распределение, стажировка);
- 3) направления, содержание и формы обучения в связи с различными видами и этапами журналистской деятельности;
- 4) формы связи вузов и редакций.

Благодаря такой структуре высшая школа в состоянии выполнить основную задачу, которая на нее возлагается. Исследователи

---

<sup>1</sup> См.: *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1998.

данной проблемы рассматривают ее как подготовку социально зрелого, обладающего развитым чувством гражданской ответственности профессионала-журналиста. Он сочетает разностороннюю образованность с компетентностью, хорошим знанием предмета своей будущей специальности. При этом умеет глубоко разбираться в основных потребностях и тенденциях развития общества, владеет методологией и методикой журналистской деятельности, обладает необходимыми для ее успешного выполнения качествами, знаниями, навыками и умениями.

Университетское журналистское образование все это способно дать при условии, если сам студент этому хочет научиться, овладеть данными навыками и умениями. В противном случае все старания педагогов высочайшей квалификации тщетны. Поэтому так важна еще атмосфера, которая создается в том или ином вузе. Ее во многом обеспечивает наличие научных школ, которые имеют свои традиции, восприимчивы к новациям, постоянно развиваются, вовлекая в свои ряды молодых преподавателей и исследователей.

В качестве примера можно привести факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Из стен *Alma Mater* вышло много известных журналистов, успешно работающих в самых разных изданиях. Имена многих из них на слуху у читателей, равно как и лица других известны телезрителям по многочисленным телевизионным передачам.

По учебникам и учебным пособиям, написанным профессорско-преподавательским коллективом факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, идет преподавание во многих вузах страны.

Его ведущая роль признана всем журналистским сообществом. Так, коллега из Санкт-Петербурга С.Г. Корконосенко пишет: «Центральное по значимости положение на этой «карте» занимает факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Так исторически сложилось, что столичная принадлежность МГУ предопределила его лидирующую роль в отрасли. На протяжении послевоенных десятилетий московский журфак нес бремя координатора учебно-методической активности в стране, его специалисты разрабатывали стандарты образования и типовые планы и программы, выпускали учебную и научную литературу, которая массовыми тиражами расходилась по всем другим центрам журналистской подготовки. Здесь всегда была самая многочисленная аспирантура, и ее выпускники составляли костяк вновь открываемых факультетов и кафедр, в том числе и в национальных республиках. МГУ выпало быть мощной эксперименталь-

ной площадкой, на которой апробировались новые специализации, технологии обучения, дисциплины»<sup>1</sup>.

Бывший долгие годы деканом факультета журналистики тогда еще Ленинградского университета профессор А.Ф. Бережной отмечает: «Здесь же появились и первые исследовательские лаборатории, что помогло решить одну из самых сложных для журналистики задач — сблизить образование с прикладной наукой, привнести в него необходимую строгость мышления и достоверность используемых данных. Журфак МГУ и сегодня остается крупнейшим и авторитетнейшим центром образования и научной мысли. За 50 лет со дня своего основания он выпустил более 18 тысяч журналистов, на 13 его кафедрах обучаются более 3 тысяч человек, которым на выбор предлагается 10 профессиональных специализаций.

Ежегодно факультет проводит конференцию «Журналистика в...году», на которую собираются представители всех, без преувеличения, отечественных, а также зарубежных центров подготовки журналистов. Здесь же находится штаб-квартира общероссийского учебно-методического объединения (УМО), которое служит главным координирующим органом в области журналистского образования»<sup>2</sup>.

Очевидно, что эта деятельность не могла пройти бесследно. Поэтому вполне логично, что сегодня мы имеем разветвленную систему университетского образования в стране. «Практически во всех регионах России действуют сильные факультеты, имеющие и прочные собственные традиции, и многочисленные штаты преподавателей, и ученые советы по защите диссертаций. Все они проводят регулярные конференции, которые по представительности мало уступают московским. На Северо-Западе, в Центральном, Южном, Уральском регионах созданы отделения УМО, наделенные широкими полномочиями и действующие с творческим энтузиазмом»<sup>3</sup>.

В этом ряду одно из самых заметных мест по праву занимает факультет журналистики СПбГУ. Он ведет свою биографию с 1946 г. и за это время, как пишет С.Г. Корконосенко: «завоевал репутацию первопроходца на путях научно-исследовательских поисков. Здесь рождались целые направления исследований, которые потом находили воплощение в монографиях и научных сборниках трудов. Сейчас в него входит 9 кафедр и несколько учебных лабораторий. Ведет издательскую деятельность, выпускает журналы «PR-диалог» и «Невский наблюдатель»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. СПб., 2004. С. 19.

<sup>2</sup> См.: Бережной А.Ф. Отделение — факультет журналистики Ленинградского государственного университета в 1945—1985 гг. СПб., 2003.

<sup>3</sup> См.: Бережной А.Ф. Указ. соч.

<sup>4</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. СПб., 2004. С. 20—21.

Не менее значимой становится и Воронежская журналистская школа, для которой характерны прочные связи преподавателей и студентов с редакционной практикой. На научные конференции в Воронеж съезжается вся центральная Россия. Так, на базе этого факультета создана Академия региональной прессы.

Безусловно, по-прежнему значимым является Уральский университет. В Екатеринбурге факультет журналистики был открыт намного раньше других — в 1936 г. «Тесная привязка преподавания к опыту текущей прессы стала давней традицией и в Уральском университете. Ясное осознание потребностей практики дало толчок к созданию в УрГУ пионерских разработок по социологии журналистики, психологии журналистики, политической истории журналистики, научным основам пропаганды и другим дисциплинам. Конечно, для этого потребовалась незаурядно высокая исследовательская культура специалистов. Прочной историко-филологической базой и тесным сотрудничеством с зарубежными вузами-партнерами известен факультет филологии и журналистики Ростовского университета. Если бы движение по «карте» продолжилось, мы увидели бы еще немало ярких явлений: на Кубани, в Поволжье, на Алтае, в Сибири, на Дальнем Востоке. По-своему, с явно выраженным этнокультурным колоритом строится образование в столицах национальных республик в составе России»<sup>1</sup>.

Многие вузы начинают осваивать журналистское образование с создания отделений журналистики на базе филологических факультетов. Одним из примеров последних лет является такое отделение в Курском государственном университете, которое сделало уже несколько выпусков.

Как видим, в высшем журналистском образовании ситуация стала меняться коренным образом после войны, когда стали один за другим открываться факультеты и отделения журналистики в университетах. По данным исследователей, уже в 1970—1980-е годы 23 вуза страны выпускали около 3 тысяч журналистов. Сейчас, когда количество учебных заведений, готовящих журналистов, увеличилось почти в 4 раза, эта цифра возросла<sup>2</sup>.

В 1990-е годы кроме государственных высших учебных заведений журналистское образование стали давать и ряд учебных заведений страны. Например, в Москве подготовка журналистов ведется в Московском гуманитарном институте им. Е.Р. Дашковой, Международном независимом эколого-политологическом университете,

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. СПб., 2004. С. 21.

<sup>2</sup> См.: Сеитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1998.

Московском экстерном гуманитарном университете, Институте международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, Московском институте телевидения и радиовещания и др. Аналогичные учебные заведения созданы в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Самаре и других городах.

Сейчас в России более сотни государственных и коммерческих вузов готовят журналистов разных профилей, работников рекламы и публик рилейшнз, дизайнеров, менеджеров и маркетологов в области журналистики и рекламы.

Кроме того, возродилась форма среднего специального образования в рамках журналистских колледжей и лицеев. Открылись коммерческие формы подготовки и в государственных вузах.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Университетская система подготовки журналистов***

*Отрывки из книги Л.Г. Свитич «Профессия: журналист»*

Многоуровневая система подготовки переподготовки газетных работников, идеологических кадров для печати существовала до самой войны, до 1941 г. Только Московский КИЖ был закрыт в 1938 г. по причинам, не выясненным до конца. В конце войны подготовка военных журналистов велась на специальных курсах.

Но уже в годы Великой Отечественной войны началось формирование университетской системы подготовки журналистских кадров. В 1941 г. институт журналистики в Свердловске вошел на правах факультета в состав Уральского государственного университета. В 1944 г. факультет журналистики создан в Белорусском университете, в 1946 г. открылось отделение журналистики в Ленинградском, в 1947-м — в Московском университете.

В 40-е годы на филологических факультетах появились отделения и кафедры журналистики в Азербайджанском, Вильнюсском, Казахском, Киевском, Львовском, Ташкентском и Харьковском университетах, там, где и прежде была налажена институтская система подготовки журналистов. Одновременно появляются соответствующие отделения в составе партшкол.

Почему же после войны не возобновилась прежняя институтская система журналистского образования? Почему стала развиваться и затем преобладать университетская? На этот вопрос нет однозначного ответа. Первое, что очевидно, — идеологическая подготовка в ущерб профессиональной, которая практиковалась в 30-е годы, не способствовала профессиональному качественному росту работников печати. Требовалось более фундаментальное образование. Глубокую и широкую гуманитарную подготовку давали именно университеты.

<...>

Создание отделений журналистики на базе филологических факультетов во многом определило то, что в первые годы их существования основу учебных планов составляли традиционные филологические дисциплины.

К середине 60-х годов началась подготовка, сначала в МГУ, потом и в других крупных университетах, журналистов для радио и телевидения. Вышли первые учебники и учебные пособия по теле-, радиожурналистике.

Весьма заметной вехой в журналистском образовании стал 1972 г., когда было принято постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по дальнейшему совершенствованию высшего образования в стране». В ходе его реализации в 1973 г. Минвуз утвердил новый типовой учебный план по специальности «Журналистика».

<...>

Новый этап в развитии журналистского образования связан с выходом в январе 1975 г. постановление ЦК КПСС «О мерах по улучшению подготовки и переподготовки журналистских кадров». После постановления ЦК ВКП (б) от 11 ноября 1930 г. «О кадрах газетных работников» это первое за столь долгий период партийное постановление, специально посвященное проблемам журналистского образования.

В результате в новый типовой учебный план были внесены существенные изменения. Появились курсы «Введение в журналистику», «Критика теории и практики буржуазной журналистики», «Научные основы пропаганды и методы идеологической работы», «Партийное и советское строительство». Усиливалась экономическая подготовка студентов. Она стала более фундаментальной. Лекции по экономике отдельных отраслей народного хозяйства были заменены двумя курсами: «Основы экономики» и «Научные основы управления и планирования народного хозяйства». Впервые в типовой учебный план были введены дисциплины «Социальная психология» и «Методика конкретно-социологических исследований и печать», которые до этого уже были в учебном плане МГУ.

Постановление «О мерах по улучшению подготовки и переподготовки журналистских кадров» открывало новые возможности и в плане расширения форм подготовки журналистов. В нем предусматривалось открытие специального отделения для работников редакций, специалистов разных областей народного хозяйства, имеющих высшее образование и проявивших литературные способности, со сроком обучения по дневной форме до 2 и по вечерней до 3 лет. Такие отделения открылись также в 1976 г. на факультетах журналистики МГУ, ЛГУ и УрГУ. В эти же вузы стали переводить студентов из университетов национальных республик, тех, которые проучились три курса на филфаке на родном языке.

На факультетах журналистики были расширены подготовительные отделения для рабочей и сельской молодежи. От 30 до 50% общего состава принимаемых на факультеты формировалось за счет «рабфака». И хотя это было главным образом связано с кадровой политикой партии, строго следившей за социальными характеристиками обучающихся, такие отделения действительно помогали рабочей и сельской молодежи, демобилизовавшимся из армии компенсировать недостатки в знаниях и поступить в университет.

<...>

С 1976/77 учебного года введен творческий конкурс для абитуриентов факультетов журналистики.

В 80-е годы усиленное внимание уделялось практической подготовке журналистов. Появился курс «Журналистское мастерство», развивались формы индивидуальной работы студентов. Совершенствовалась система учебной и производственной практики, для ее проведения сложилась система базовых редакций, были разработаны четкие программы практики, дневники и формы отзыва редакции о ее прохождении.

<...>

В учебных планах появился новый курс «Технология журналистского творчества», в рамках которого велось обучение методам журналистской работы. Стали активно использоваться новые методики, действенные формы обучения, деловые игры, моделирование профессиональных ситуаций, упражнений и т.д.

На всех этапах в учебном процессе участвовали журналисты-практики, высококвалифицированные специалисты. Их привлекали к проведению творческого конкурса, чтению лекций, ведению спецсеминаров, организации творческих мастерских, руководству курсовыми и дипломными работами, производственной практикой. Стали заключаться договоры о творческом сотрудничестве редакций и факультетов журналистики.

В 1982 г. приняты новые типовые и индивидуальные учебные планы, в которые входил фундаментальный теоретический курс «Основы журналистики».

Очередная рубежная дата — начало перестройки. Подготовка журналистов велась к этому времени в 23 университетах страны, в Академии общественных наук при ЦК КПСС, Высшей партийной школе и областных ВПШ, в Высшей комсомольской школе при ЦК ВЛКСМ, Московском институте международных отношений (МГИМО), Университете дружбы народов им. П. Лумумбы, Московском и Украинском полиграфических институтах, Военно-политической академии им. В.И. Ленина и Львовском высшем военном-политическом училище.

<...>

Девяностые годы у всех на памяти. В эти годы Россия переживает самые сложные и переломные моменты. Изменилась система государственного устройства. Трансформировалась система средств массовой информации. Отменена цензура. Пресса стала более свободной, хотя определенные формы зависимости остались и появились новые.

Многokратно увеличилось число изданий и программ. Расширилась тематика и специализация изданий. Ожилась репортажная и расследовательская журналистика. Пресса стала на коммерческие рельсы. Появились многочисленные специализированные рекламные издания, соответствующие службы в редакциях. Газеты и журналы перешли на компьютерный набор и цвет. Резко увеличилась потребность в журналистских кадрах. Стали востребованы новые профессии: рекламиста и газетного менеджера, продюсера, компьютерного дизайнера, а также журналисты разных специализаций, в том числе для сетевых СМИ».

*Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 2003. С. 122–128*

Университетское образование в большей степени, чем другие формы непрерывного журналистского образования, было исследовано представителями разных научных школ. Но выводы, к которым они пришли, практически совпадают. И это обнадеживает.

## В завтрашний день с хорошим грузом прошлого

Сегодня многое было бы по крайней мере спорным в журналистском образовании, если бы наука не располагала столь серьезными исследованиями в области журналистской подготовки кадров.

Сегодня оно характеризуется новыми программами и курсами, современными подходами к образованию. К ряду обобщающих наблюдений можно отнести следующие.

«Во-первых, стало бы ясно, что самые масштабные нововведения, на уровне качественных изменений парадигмы образования, появляются в крупнейших «старых» школах. Причины понятны: такие маневры требуют значительных кадровых и материальных ресурсов, разветвленной кафедральной структуры и возможностей ее обновления, создания комплекса учебно-методической документации и т.д. Вновь образованные факультеты и отделения с их небольшими штатами, перегрузкой преподавателей и зачастую недостатком методического опыта к решению таких стратегических задач приспособлены меньше. Им приходится идти вслед за лидерами

(иногда не хватает сотрудников для обеспечения стандартного учебного плана, так что не до стратегических новаций).

Во-вторых, областные и национальные университеты активнее, чем столичные, занимаются изучением своей местной прессы — и в историческом, и в актуально-практических аспектах. Здесь уместно вспомнить о систематических исследованиях и поставленных на их основе учебных курсах во Владикавказе, Казани, Саранске, Уфе, Якутске и т.д. Знаменательно, что в Воронеже родилась инициатива создания Академии региональной прессы. Несколько схематизируя, назовем столичные вузы более теоретичными и космополитичными, тогда как региональные — более практичными и патриотичными.

В-третьих, оптимальное сочетание общеуниверситетской, теоретико-профессиональной и профессионально-практической подготовки легче достигается в крупных, «старых» учебных заведениях. Во вновь создаваемых малых школах местные гуманитарные факультеты, как правило, достаточно уверенно обеспечивают свои разделы учебного плана (филология, история, философия и т.д.), а опытные журналисты обычно без особых затруднений справляются с ведением профессионально-практических занятий. Самой уязвимой их стороной является недостаток кадров для ведения относительно узких, в том числе пограничных дисциплин, требующих от преподавателей углубленной специализации: социология журналистики и экономика журналистики, психология журналистики и история зарубежной журналистики, правовые основы журналистики и др. Заведующие кафедрами вынуждены приглашать лекторов из других городов и университетов, что, конечно, нарушает плановость работы и снижает ее эффективность. Не случайно, между прочим, кое-где организуются филиалы крупных факультетов вместо создания самостоятельных учебных подразделений»<sup>1</sup>.

Как видим, университетское журналистское образование, являясь подсистемой непрерывного журналистского образования, представляет многоуровневую и разветвленную систему. Она неоднородна и находится в постоянном развитии. Исходной точкой этого движения является история становления высшего журналистского образования со всеми его трудностями и противоречиями.

Именно общее историческое прошлое и сформировавшиеся в ходе развития этой формы обучения традиции позволяют говорить о едином, в общих чертах, подходе к содержанию и направленности подготовки кадров. Это закреплено государственными стандартами, следовательно, это стало узаконенной государственной нормой.

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. сос. СПб., 2004. С. 22—23.

Но находясь в заданных параметрах, вузы ищут собственные решения теоретических и организационно-методических вопросов и предлагают свои авторские подходы к освоению журналистской действительности. Однако практика показывает, что далеко не все из них способны обеспечить университетское качество подготовки. Поэтому представляется более целесообразным развивать крупные образовательные центры, расширять сеть учебных заведений. Очевидно, крупным образовательным центрам проще соответствовать мировым стандартам. Сотрудничество с зарубежными вузами позволяет им быть конкурентоспособными. Студенты российских университетов слушают лекции специалистов из стран Америки и Западной Европы.

Рабочие контакты, постоянное общение с иностранными партнерами позволяют выходить на другой уровень международной деятельности. Поэтому все чаще стали проводиться совместные с зарубежными коллегами исследования, научные конференции, выпуски учебной литературы и монографий.

Это существенный фактор, способствующий развитию университетского образования, которое постепенно не только укрепляет свои позиции, но и принципиально меняется. Так, уже вполне реальной стала трехуровневая система подготовки: бакалавр (4 года), специалист (5 лет), магистр (еще 1—2 года). Специалистами разработаны государственные стандарты по всем трем ступеням журналистов. Это дало вузам возможность для приема в магистратуру специалистов с другим типом высшего образования. Сделало более гибкой саму систему обучения.

На сегодняшний день существуют обе модели подготовки кадров: двухступенчатая и пятилетняя. Некоторые вузы уже перешли на новую систему обучения журналистов и видят в ней для себя хорошую перспективу. Другие сохраняют традиционную форму обучения, и таких факультетов на данный момент большинство. Они мотивируют свой выбор следованием традициям отечественной высшей школы и неплохими результатами, которые все эти годы данная форма обеспечивала.

Так, профессиональная школа журналистики постоянно подтверждает свою многоступенчатость. В журналистику сегодня приходят, как правило, выпускники любых вузов. Человек с высшим образованием может иметь диплом специалиста, бакалавра или магистра. Он также может иметь диплом о высшем образовании другого профиля, но этом желательно было бы, если бы он прошел профессиональную переподготовку по журналистике.

Еще одной важной ступенью университетского образования является система подготовки специалистов высшей научной квалификации по журналистике, готовящая кандидатов и докторов филологических наук. Именно поэтому в развитии профессионального

образования приоритеты отдаются старым школам. Это оправдано еще и по той причине, что именно им по силам заниматься целенаправленной разработкой педагогики журналистики, которая сегодня как никогда востребована. Эта субдисциплина, по определению С.Г. Корконосенко, находится на стыке теории журналистики, педагогики и психологии<sup>1</sup>.

Все это вместе взятое делает университетское журналистское образование определяющей структурной единицей системы непрерывного образования, но далеко не единственной.

## 12.4. Послевузовское образование

Система повышения квалификации журналистских кадров как самостоятельное подразделение системы непрерывного образования все эти годы структурно не была оформлена.

В отличие от врача, например, журналисту не требуется никакого подтверждения уровня его квалификации и тем более никого не интересует, где и когда он овладевал новыми знаниями. Сегодня это, как правило, добрая воля самого человека.

Тем не менее, техническое и технологическое преобразование отрасли все настойчивее требует развития именно этого сектора непрерывного образования. Причем в той или иной степени это касается работников всех средств массовой информации. Появление компьютера в технологической цепи производства печатного продукта заставило редакции ввести в штатное расписание должности инженеров. Когда этого стало недостаточно, всех журналистов обязали пройти курсы компьютерной грамотности.

Это далеко не единственный пример того, как развитие отрасли способствовало включению журналистов в непрерывный образовательный процесс. Как следствие, стало появляться огромное множество программ по переподготовке журналистов. Их организаторами были или университеты, или общественные творческие организации.

Но этого уже было явно недостаточно, как и единственного на данный момент Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, который недавно отметил свой тридцатилетний юбилей. Поэтому следующим этапом стало появление институтов, ориентированных только на повышение квалификации. Одним из них является Институт региональной журналистики, инициаторами создания которого стали Профсоюз журналистов России и несколько региональных Союзов журналистики.

Если посмотреть на историю журналистского образования, то на первых этапах своего существования оно больше было ориенти-

---

<sup>1</sup> См.: Корконосенко С.Г. Указ. соч. СПб., 2004. С. 22—23.

ровано на повышение квалификации. Основной контингент школы, институтов, курсов составляли уже работающие журналисты или люди, пишущие в газеты, которых необходимо было доучить, повысить их квалификацию.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Профессиональная подготовка в 20-е годы XX века***

*Отрывки из книги Л.Г. Свитич «Профессия: журналист»*

После революции стала бурно создаваться новая печать, появились издания для разных слоев населения — рабочих, крестьян, солдат. Журналисты старых газет эмигрировали или перешли на другую работу. Партийные публицисты заняли руководящие посты в новых партийных и государственных структурах. Газеты испытывали острый недостаток кадров. Об этом шел разговор на первом съезде журналистов в 1918 г. Тогда же Пролеткульт предпринял попытку организовать в Москве курсы журналистов.

В Петрограде школу журналистики, по утверждению А.Ф. Бережного, очевидно, организовало Общество журналистов. По воскресеньям читали лекции для работников печати А.И. Куприн («О репортере и газете»), А.В. Амфитеатров («О редакторе»), И.Л. Левин («Экономика газетного хозяйства»). Программа была напечатана в газете «Вечернее слово» в 1918 г. Но школа просуществовала недолго.

Толчком для развития журналистского образования в стране был VIII съезд партии (март 1919 г.), который предлагал серьезно озаботиться комплектованием редакций профессиональными журналистами. В результате в том же году была открыта школа журналистов при РОСТА (Российском телеграфном агентстве)<sup>1</sup>.

Ее задача — подготовить группу склонных к журналистике людей из рабочей и крестьянской среды. На учебу в школу направляли в основном редакции местных газет. Набор — 50 человек.

Много сделал для этой школы директор РОСТА Платон Михайлович Керженцев, специалист по научной организации труда, автор первого учебника по журналистике «Газета. Ее организация и техника». Но курсы были краткосрочными — полутора — трехмесячными и знакомили только с азами газетного дела. За короткий срок она выпустила 136 газетчиков.

По ее примеру открылись школы в Петрограде, Екатеринбурге, Ташкенте, Баку, Смоленске, Казани, Витебске<sup>2</sup>. Тем не менее эти школы — это журналистский ликбез, обучение низшего звена га-

<sup>1</sup> См.: Каравашкова С.В. Подготовка журналистских кадров в первые годы советской власти // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1967. № 5.

<sup>2</sup> См.: Привалов В.З. От «школы журнализма» до факультета журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1982. № 1.

зетных работников — литправщиков, хроникеров, выпускающих. Школа не решила проблемы подготовки квалифицированных журналистов и тем более руководящего состава. Именно поэтому все активнее обсуждался вопрос о создании института журналистики.

В 1920 г. Константин Петрович Новицкий и другие энтузиасты развития журналистского образования подготовили проект Положения об институте журналистики. В 1921 г. школа журналистики преобразуется в Институт красных журналистов. Его открытие состоялось 15 октября.

В его задачи входила разработка вопросов газетного дела и развитие новых форм печатной и устной пропаганды и агитации, подготовка опытных редакторов, литературных критиков, заведующих редакционными отделами, секретарей, хроникеров, выпускающих. Срок обучение — один год.

В декабре 1921 г. открылся Институт журналистики в Петрограде.

Конечно, уровень подготовки, которую можно было дать в течение года, не отвечал растущим потребностям журналистской практики. Поэтому на III Всероссийском съезде работников печати (1922) встал вопрос о том, что институты должны давать не только практическую подготовку, но и достаточную общеобразовательную. Это требовало увеличения срока обучения студентов. В 1923 г. декретом Совнаркома московский институт был преобразован Государственный институт журналистики (ГИЖ) с трехлетним сроком обучения.

<...>

Были и другие формы обучения. В 1924 г. открылись секции газетного дела в Коммунистическом университете народов Востока и в Коммунистическом университете нацменьшинств Запада для обучения и направления кадров в газеты на национальных языках и выходящих в национальных республиках Союза. Журналистские факультеты и отделения открылись в комуниверситетах Белоруссии, Закавказья, Средней Азии, Татарии и других (общим числом 45).

Литературных редакторов и критиков готовили университеты. В частности, такие специальности были на факультете общественных наук (ФОН) в Московском государственном университете. Позднее подготовка редакторов и критиков была продолжена на этнологическом факультете МГУ.

В Ленинградском университете редакторов готовили на «ямфаке» (факультете языкознания и материальной культуры). Там преподавали историю русской журналистики, газетное и печатное дело, книговедение, технику типографского набора, проводили практикумы. В 1926 г. в Ленинградском университете была создана кафедра газетного дела.

Кроме двух ведущих университетов страны подготовку кадров для печати в 20-е годы вели редакционно-издательская секция Высшего литературно-художественного института в Москве и Институт живого слова в Петрограде, который затем в 1924 г. был преобразо-

ван в Государственные курсы техники речи с отделением литературного творчества и журналистики.

Существовали и газетные техникумы, в которых обучали репортеров и литработников, выпускающих и корректоров (первый техникум открылся в Ленинграде). Кроме того, были так называемые «газетучи» — школы газетного ученичества — своего рода газетные профтехучилища. В Москве подобная школа открылась в 1926 г.

Функционировали всевозможные курсы повышения квалификации и передподготовки журналистов разной периодичности.

Таким образом, к концу 20-х годов существовали самые разнообразные формы подготовки журналистов: от курсовых и начальных школ, техникумов до институтов и университетов, от академических до партийно-политических. И все-таки уровень образования, и тем более специального, был весьма невысок. По широкому исследованию, проведенному в конце 20-х годов, выяснилось, что только 4,5% учились журналистике. Общий уровень образования газетчиков также был весьма низок<sup>1</sup>.

#### ***Идеологизация образования в 30-е годы***

В связи с задачами индустриализации и коллективизации в 30-е годы прошлого века требовалось укрепить вертикаль власти и охватить идеологическим влиянием все структуры — от низовых до более высоких. Перестроилась и печать: от классового принципа дифференциации изданий для рабочих, крестьян и других социальных групп она перешла к территориально-отраслевому. Причем особенное значение придавалось вновь созданной низовой печати, газетам машинно-тракторных станций, совхозов и колхозов, фабрично-заводской и районной печати.

Буквально за два-три года число газет увеличилось в несколько раз! Чтобы «наиболее полно охватить массы партийным влиянием» и укрепить местную власть, «с конца 20-х годов (в связи с отходом от нэпа) в стране стала складываться своеобразная форма государственного устройства — административный, авторитарный, бюрократический социализм с присущим ему умалением, а нередко и полным отказом от экономических стимулов в хозяйственной, коммерческой, иных видах деятельности, выполнявших функции своего рода «двигателей» общественного прогресса... Но так как кроме идеологических, политических стимулов заменить их было нечем, то последние выдвигались на первый план. Потребность в газетах как важнейшем атрибуте политики и идеологии в связи с этим резко возрастала»<sup>2</sup>.

Следовательно, многократно возросла потребность в газетных работниках. Нужны были экстраординарные меры по улучшению системы работников журналистского образования. Они были приняты: в 1930 г. вышло специальное постановление ЦК ВКП (б) «О кадрах газетных работников», в котором предлагалась разверну-

---

<sup>1</sup> См.: Гус М. С. За газетные кадры. М.; Л., 1930.

<sup>2</sup> Таловов В. П. Указ. соч. С. 38.

тая система подготовки и переподготовки всех категорий руководящих и рядовых работников печати.

<...>

В соответствии с постановлением по всей стране была развернута система институтов журналистики, отделений при комвузах, техникумов, школ и курсов для подготовки газетных кадров.

Одновременно меняется и направление обучения. Государственный институт журналистики переименован в 1930 г. в КИЖ — Коммунистический институт журналистики. Это не было формальное изменение названия, оно означало, что основным в преподавании стали не профессиональные дисциплины (им отдавалась всего шестая часть учебного времени — три дисциплины), а идеологическая партийная подготовка, выработка «классового чутья», умения точно следовать за партийными директивами. Напомним, что в прежних планах половину учебного времени (а на старших курсах до 70%) студенты занимались профессией, хотя идеологический уклон тоже был силен. Но в условиях, когда после отмены нэпа экономические регуляторы народного хозяйства перестали действовать, остался один рычаг — идеологическое принуждение. Поэтому обучение журналистов — пропагандистов и агитаторов новых социальных преобразований было поставлено во главу угла.

Обучение в вузах сопровождалось идеологическими чистками кадров, изгнанием «чуждых социализму элементов», «уклонистов от генеральной линии партии». В московском КИЖе в результате сменился почти весь преподавательский состав. Опытные профессионалы заменялись слушателями Института красной профессуры.

Основной базой подготовки кадров для советской печати до 1938 г. оставался институт в Москве. В 1931 г. он получил статус всесоюзного и стал называться ВКИЖ. В 1934 г. его структура была такова:

- трехгодичное отделение для подготовки и переподготовки руководителей областных и краевых газет;
- трехмесячные курсы для подготовки и переподготовки руководителей областных и краевых газет;
- одногодичные курсы подготовки руководителей комсомольских изданий;
- сектор заочной подготовки и переподготовки для руководителей районных и политотдельских газет с полуторагодовым сроком обучения.

Заочной учебой было охвачено до 2000 журналистов. Аналогичная системы была и в других КИЖах.

Помимо поименованных в постановлении «О кадрах газетных работников» вузов (КИЖи, ЛИЯ Комакадемии, Высшая школа профдвижения) кадры для печати готовили Московский институт философии, литературы и истории (МИФЛИ), созданный на базе гуманитар-

ных факультетов МГУ, Редакционно-издательский институт (РИИН), в который вошло и литературное отделение этнологического факультета МГУ. Впоследствии этот институт влился в Московский полиграфический институт, где есть редакционно-издательский факультет.

Высшая партийная школа и редакторское отделение Курсов марксизма-ленинизма при ЦК ВКП (б), институты красной профессуры готовили высший командный состав печати.

Газетные техникумы работали в Москве, Ростове-на-Дону, Харькове. Соответствующие отделения совпартшкол были в Орле, Мичуринске, Пензе, Костроме и других городах.

Учебные планы предлагали в большинстве своем политизированные курсы. Прочные профессиональные знания отодвигались на второй план. Страна переживала период сталинского идеологического прессинга.

*Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 2003. С. 111—114, 120*

Безусловно, на данном этапе система повышения квалификации несколько иная. Она отвечает запросам нынешнего времени.

## Возрождение системы повышения квалификации

Нынешняя журналистика обретает новое лицо, поэтому вполне закономерно, что образование взрослых, как его принято называть во всем мире, представлено другими курсами, которые предопределены потребностями журналистской отрасли. Несколько по иному она и организуется, вовлекая в свои ряды помимо журналистов и других сотрудников средств массовой информации. Это наиболее наглядно видно на примере электронных СМИ.

Следует отметить, что она постоянно обновляется, отвечая запросам аудитории.

Все большее число работающих журналистов осознали потребность в постоянном повышении своей квалификации. Необходимость заниматься самообразованием при всей занятости людей, работающих в журналистской отрасли, быть включенными в образовательный процесс — это, пожалуй, важный стимул для развития этой составляющей системы непрерывного образования. Именно сектор образования взрослых, цель которого повышение квалификации функционирующих в отрасли работников, должен выйти на лидирующие позиции и занять свое место в целостной системе.

Основное его достоинство — формы и методы обучения, приемлемые практикам журналистики во всем ее многообразии. Это, с одной стороны. С другой стороны, они должны быть стандартизированы, а сама деятельность — лицензироваться.

Государство обязано выработать эти параметры, чтобы каждый пришедший в журналистику человек видел для себя необходимость в своем профессиональном росте. И как результат, в стране появиться высокопрофессиональная качественная пресса во всем многообразии ее информационных каналов.

## **Интервью**

**Визитная карточка** Роман Александрович Лобашов

**Профессиональная биография** Свою журналистскую карьеру Роман начинал на республиканском телевидении: несколько лет он был ведущим, а затем и автором детской программы ГТРК «Марий Эл» «Каша-малаша».

Сейчас он студент факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова и одновременно главный редактор и ведущий телевизионной молодежной программы «Проект 16» на канале «Столица», а также автор документальных фильмов для каналов Первый и ТВЦ студии «АЛЬФА-ФИЛЬМ». Один из выпусков программы осенью 2006 г. был удостоен премии «Малое ТЭФИ» в номинации «Лучший телевизионный репортаж». На суд жюри и зрителей Роман представил передачу о фестивале юных музыкантов в городе Суздале. Эта же передача получила первое место на Евразийском телефоруме в номинации «Лучшая увлекательная программа для подростков», а сам Роман был отмечен как лучший телеведущий.

Жизненные принципы Романа: Поставь цель — сделай. Найди себя. Делай то, что необходимо, полезно, и просто то, что хочется.

*Возможна ли теория в журналистике? И, если возможна, то что это такое?*

Вообще, я долго думаю об этом, и в разные периоды жизни прихожу к разному ответу. Раньше я думал, что, действительно, теория журналистики есть, журналистам можно дать теоретические знания, научить действовать в соответствии с научными теориями.

Но потом я стал замечать, что порой даже не задумываюсь, что я знаю ЭТО и поэтому делаю ТАК. На практике ты делаешь то, что тебя просят твои продюсеры, редакторы, начальники.

Возможно, подсознательно какие-то теоретические знания помогают тебе вести себя именно так, как ты себя ведешь. Они, очевидно, формируют твою модель поведения, может быть, не столь нарочито. По моему мнению, теория в журналистике все-таки нужна — ты получаешь определенные знания, но обязательно есть практическая область, где ты эти знания применяешь. Не всегда, возможно, это удается, но журналист должен понимать, как могло бы быть, как должно быть в идеале.

Здесь возникает вопрос, как должны сосуществовать между собой практика и теория: вместе или по отдельности, независимо друг от друга? Может, вообще не стоит расстраиваться из-за того, что практика с теорией не совпадают. Я считаю, что все-таки в журналистике много от

науки, науки специфической и строящейся на теориях других областей знаний. И теория журналистам нужна.

*В чем ты видишь особенности профессии журналиста? Какими качествами должен обладать настоящий профессионал?*

Особенность профессии журналиста в том, что она на самом деле очень напряженная. Одно из самых главных качеств, которому я, кстати, научился, работая на НТВ, — уметь сдерживать себя. И здесь даже присутствует некий творческий момент. Все-таки журналистика — творческая деятельность.

Сегодняшний журналист — это не просто сборщик информации, даже в новостях. Ты все равно пропускаешь все через себя. Ты должен понимать, как пропустить эту информацию через других людей — через аудиторию. Ты должен чувствовать ответственность за каждое слово. Насколько все зависит от слова, даже от метафоры! Особенность профессии — рассказать об общественно значимом событии или явлении, но подать это нейтрально, не искажая представлений людей об этом мире, не обмануть их.

*Как ты понимаешь тезис Маршалла Маклюэна «Средство есть сообщение»?* Средство — это то, с помощью чего ты добиваешься своей цели. Например, средства сбора информации. К примеру, мне для документального фильма нужно рассказать какую-то историю. И я выбираю для этого средство — жанр интервью.

Я могу взять в качестве средства анкетирование. У меня будет много мнений, но совершенно другое содержание — более общая картина. А благодаря интервью герой в моем фильме предстанет как исключительный человек, как действительно герой.

Если же нужно все-таки показать общую картину, я использую опрос, широту мнений. Средств много, и мастерство журналиста в том, чтобы использовать нужное средство в данной ситуации в нужное время. Необходимо знать законы этого средства. В процессе работы на практике начинаешь вырабатывать для себя какие-то определенные правила, целую систему выбора верного средства для работы. И создаешь внутри себя какую-то «теорию».

*Если журналистика — «четвертая власть», то в чем заключается ее властная функция?*

Журналистика — действительно, власть, не уверен, какая по счету. Потому что журналист может воздействовать словом на аудиторию, причем на разные социальные слои. Аудитория может верить журналисту в зависимости от его авторитета, опыта, имени и т.д. Любая информация, любой факт усваивается аудиторией. Так или иначе, здесь идет разговор об информационном влиянии. Это передача информации, которая прошла свой путь через журналиста. Если подумать: какой фактор сегодня оказывает решающее влияние на формирование личности человека? Да, конечно же, СМИ, и телевидение в том числе.

*Как ты считаешь, какой будет журналистика завтра в связи с предстоящей дигитализацией?*

Я тоже долго думал на эту тему. Честно, я по-прежнему верю, что газета будет популярна всегда, и телевидение, да и радио, кстати, тоже. Может быть, в какой-то момент возникнет пик интереса к новым средствам, но все-таки эти три СМИ останутся.

Если телевидение перейдет на цифровой формат, мне кажется, мало что изменится. Меняться телевидение может по содержанию, но опять же в зависимости от интересов аудитории. Здесь возникает другой вопрос. В последнее время все чаще и чаще говорится о том, что ТВ давно уже не учитывает интересы аудитории, а так или иначе навязывает какие-то вкусы и форматы. Но это совершенно другая тема.

*Что современные технологии, и в первую очередь Интернет, привнесли в твое мастерство? Изменилась ли специфика работы? Есть ли интернет-версия у того же «Проекта 16»?*

У «Проекта 16» интернет-версии нет, она находится на стадии «обдумывания». Без Интернета я уже не представляю работы. Когда я работал на НТВ в новостях, Интернет — это было вообще все: информация, картинка, текст.

Так получилось, что сейчас глобальная сеть — это быстрая передача информации, и быстрее эту информацию пока ни одно средство передать не может. Многих журналистов обвиняют в халтуре: что стоит ввести в Яндексe необходимую тему, и все сразу найти, но это далеко не так. Хотя я предпочитаю Интернет, но пользуюсь по-прежнему и такими источниками, как библиотеки. Разные источники информации в сумме дают хороший материал.

*Сейчас говорят о пиаризации журналистики и ее рекламном характере. Как должны выстраиваться отношения PR, журналистики и рекламы?*

Рекламу, несомненно, надо разделять с журналистикой. А вот что касается журналистики и PR, тут все очень сложно. Работая год над программой «Проект 16», которая выходит при поддержке Правительства Москвы, регулярно получаю «сверху» листочек, где написано, что «надо снять то-то, то-то и вот это», например, сюжет о женщине — директоре года. Ты, например, делаешь цельный фильм, а канал туда вставляет как минимум четыре рекламных блока, и фильм разрывается.

Освещение деятельности структур, которые финансируют тот ли иной проект, становится распространенной вещью. Так называемый PR в журналистике как-то опосредованно выражен. В документальном кино, где я сейчас работаю, этих мотивов вообще нет. Здесь творчество, никакого PR. Хотя здесь есть реклама. Я понимаю, что работа пиарщика не для меня: она изматывает, погружает в депрессию. Я хочу, чтобы меня СЛЫШАЛИ. А когда имеет место PR, может аудитория и услышит, но эта информация ей не будет нужна.

*Считаешь ли ты, что российская журналистика находится в состоянии кризиса?*

Нет, я так не считаю. Может быть, наступил такой период, когда необходимо немного подождать. Сейчас в России очень много талантливых журналистов. И некоторое сдерживание руководством нашей страны «четвертой власти» недолгое. Журналистика расцветет и скажет свое слово. Все-таки будущее — за информацией и за журналистами.

*Как ты думаешь, могут ли заниматься журналистикой непрофессионалы?*

Честно говоря, я думаю, что могут. Более того, я встречал людей, которые никогда не получали специального журналистского образования, но я их считаю реально профессиональными людьми. Жизнь у них сложилась так, что они попали в журналистскую среду. Их всегда отличало и объединяло одно — желание общаться с людьми. Нужно людей любить. Нужно любить вот это общение, коммуникацию. Если человек любой профессии любит и может общаться, он может найти место в журналистике. Соответственно каждый вправе выбирать свою жанровую специфику в зависимости от склада ума и наклонностей.

*Должна ли российская журналистика иметь национальное своеобразие, или она должна стать калькой с мировой?*

Калькой — ни в коем случае. Но, я считаю, следует перенимать то хорошее, что есть у других стран, у Запада, у ВВС например. Специально ставить цель «А давайте-ка изобретем свое национальное» не надо. Нужно какие-то модели перенимать, а свое у нас так ли иначе есть, и оно будет.

*В чем, по твоему мнению, заключается секрет журналистского успеха?*

Секрет журналистского успеха заключается в журналисте, в его индивидуальности и его личности. Сколько журналистов — столько и секретов. У каждого работающего в журналистике свое профессиональное лицо. И секрет журналистского успеха — это сочетание всего всего в тебе и умение с этим просто жить, потому что твоя работа и профессия — это тоже жизнь.

## Глава 13

# Уровни и формы обучения в журналистике

### 13.1. Стандарты в журналистском образовании

Профессиональная школа готовит специалистов в соответствии с требованиями, которые предъявляют к журнализму социум, государство и профессиональное сообщество. Эти требования оформляются в систему многоуровневых квалификационных характеристик. Но если система сертификации в профессиональном сообществе основывается на оценке результата деятельности журналиста, то профессиональная школа обращает внимание прежде всего на необходимый знаниевый компонент.

Иными словами, школа отвечает за то, чтобы журналист обладал необходимым набором знаний, умений и навыков, что отражается в государственном образовательном стандарте. Этот стандарт вырабатывается при участии государственных органов, а также компетентных ученых, специалистов, преподавателей отрасли.

Анализ существующих образовательных стандартов и других нормативных документов показывает, что они в основном определяют содержательную и организационную модель только российской высшей школы. Что касается довузовского и послевузовского образования, то стандартами оно не обременено. Это позволяет специалистам утверждать, что «стандартов журналистской профессии в России сегодня нет. Как нет стандартов профессий для индустрии СМИ. Раньше они хоть как-то формировались рукой направляющей. При всех известных недостатках процесса это было доступное: такое-то знание отсутствует. Попробуйте ответить на самые простые вопросы: какими знаниями должен обладать российский журналист? А менеджер российского СМИ? Где можно ознакомиться с исчерпывающим списком качеств, которыми, по мнению индустриального сообщества СМИ, должен обладать выпускник

факультета журналистики? Когда последний раз без эмоций, на технологическом уровне обсуждался этот вопрос?»<sup>1</sup>.

И вместе с тем стандарты существуют, хотя они по многим показателям не устраивают ни отрасль, ни самих журналистов. Поэтому многие специалисты столь категоричны в суждениях; они понимают, насколько это сдерживает развитие отрасли, расширяющей понятие «журналист».

К сожалению, квалификационные характеристики, предлагаемые государственным стандартом образования, носят общий характер и не отражают быстро меняющуюся журналистскую практику и ее приоритеты в подготовке специалистов.

Безусловно, существующая де факто система непрерывного журналистского образования исходит из основного Закона Российской Федерации «Об образовании» и тем самым она правомерна.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

*Из Закона Российской Федерации «Об образовании» предлагает многомерное определение системы образования.*

Статья 8. Понятие системы образования

Система образования в Российской Федерации представляет собой совокупность взаимодействующих:

преемственных образовательных программ различных уровня и направленности;

государственных образовательных стандартов различного уровня и направленности;

федеральных и федеральных государственных требований;

сети реализующих их образовательных учреждений и научных организаций;

органов, осуществляющих управление в сфере образования, и подведомственных им учреждений и организаций».

Именно этот государственный акт позволяет говорить о многоплановости системы журналистского образования, которая находится в развитии. Она постоянно пополняется новыми формами обучения, что также находит отражение в последующих документах. Так, Закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» уже делает легитимным послевузовскую ступень.

Что касается довузовской формы обучения, то ее регламентация пока осуществляется на уровне средней общеобразовательной школы. Очевидно, вопросы ранней профессионализации, подготовки

---

<sup>1</sup> *Иваницкий В.Л.* Ответ МГУ на скандальную статью «Факультет ненужных вещей» в журнале «Эксперт» // [www.media-online.ru](http://www.media-online.ru)

специалистов рабочих профессий в самое ближайшее время будут рассмотрены соответствующими государственными органами, в функциональные обязанности которых входит подготовка востребованных обществом законов и подзаконных актов. Тем более, что в практике отечественной школы имеется богатейший опыт законотворчества именно в сфере профессионального образования на уровне профессионально-технических училищ, рабоче-крестьянских школ всеобща и т.д.

Существующий закон описывает центральные понятия, государственную политику и гарантии прав граждан в основном на высшее образование и последующее повышение квалификации, статус работников высшей школы, организацию ее финансирования и т.д.

Поэтому одно из главных мест в Законе отведено государственным стандартам только высшего и послевузовского образования.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

*Из Федерального закона «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»*

**Государственные образовательные стандарты высшего и послевузовского профессионального образования и образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования**

Статья 5.

1. Государственные образовательные стандарты высшего и послевузовского образования предназначены для обеспечения:

- 1) качества высшего и послевузовского профессионального образования;
- 2) единства образовательного пространства Российской Федерации;
- 3) основы для объективной оценки деятельности образовательных учреждений, реализующих образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования;
- 4) признания и установления эквивалентности документов иностранных государств о высшем и послевузовском профессиональном образовании.

Стандарты разрабатываются и утверждаются на правительственном уровне для каждой вузовской специальности. Создан такой документ и для специальности «Журналистика».

Он включает в себя следующую информацию:

- точное название специальности и ее номер (например, Специальность 021400 «Журналистика», Направление 520600 «Журналистика» — бакалавриат, Направление 5206 «журналистика» — магистратура);

- общая характеристика данного уровня подготовки и требования к выпускнику по всем разделам обучения;
- перечень обязательных учебных дисциплин;
- обязательный минимум содержания каждой дисциплины;
- примерный объем различных видов подготовки (в часах) и соотношение между ними и т.д.

## 13.2. Уровни образования

Как видим, новый стандарт предлагает двухуровневое и трехуровневое обучение. Причем двухступенчатая система подготовки становится одним из существенных нововведений в высшей школе последнего времени. Теперь выпускники могут быть специалистами, как и прежде, а могут быть со степенью бакалавра или магистра, соответствуя мировым стандартам.

Естественное для стран Европы, это новшество в России, имеющей свою давнюю традицию подготовки кадров высшей квалификации, многими воспринимается как очередное реформирование и далеко не всеми приветствуется. «Иной угол зрения на методику преподавания, в сравнении с формами обучения возникает при анализе уровней образования, — пишет С.Г. Корконосенко. — Такой анализ приобрел острейшую актуальность в самые последние годы. Дискуссии о двухуровневом и трехуровневом обучении не замолкают в университетских коридорах. Речь идет о массовом переходе российских вузов на подготовку специалистов по схеме бакалавр + магистр (4 года + 2 или 3 + 2). В России традиционно действовала одноступенчатая модель — так называемое дипломное, или 5-летнее, обучение специалиста. Понятно, что резкое изменение продолжительности подготовки затрагивает ее фундаментальные основания, всю систему образования, и поэтому оно становится предметом углубленного анализа и споров среди специалистов»<sup>1</sup>.

Безусловно, любое новшество не может быть хорошим или плохим. Для многих очевидное преимущество новой схемы состоит в том, что она действует в большинстве стран Европы. Россия в числе других государств подписала так называемую Болонскую декларацию о взаимном признании дипломов, полученных по сходной модели обучения. Она была принята в состав участников этого соглашения в сентябре 2003 г. и считает большим своим достижением. Теперь от нее требуется соответствующим образом модернизи-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 70.

ровать свою высшую школу. Поэтому был принят ряд министерских решений, по которым схема 4 + 2 была введена сначала в экспериментальном порядке, а позднее стала ускоренными темпами распространяться на основную часть учащихся.

«Естественным образом возникла проблема: не рискуем ли мы потерять ту систему образования, которой по праву гордимся? — задаются вопросом специалисты. — Имеется в виду классическое по глубине и полноте охвата материала обучение, тесно взаимосвязанное с наукой, ведущее к формированию у специалиста целостной картины мира и универсального, всестороннего владения своей специальностью. По всей видимости, предстоит найти компромиссные решения, которые и соответствовали бы содержанию Болонского процесса и не посягали бы на национальное достояние в области образования»<sup>1</sup>.

Это действительно так, но для начала было бы целесообразно потратить определенное время на разъяснительную работу, а затем не в приказном порядке даже на уровне эксперимента вводить новую образовательную схему.

Отсутствие совместных действий с отраслью — еще один повод для дополнительного анализа, прежде чем обязывать всю высшую школу переходить на новую форму подготовки специалистов.

Однако, может быть, журналистской отрасли в большинстве своем и нужны такие специалисты. Не исключается, что на многих штатных должностях в редакциях достаточно таким образом иметь подготовленных работников. К сожалению, пока такими данными не располагают ни сфера образования, ни индустрия СМИ.

Проведенные фокус-группы в студенческой среде выявили, например, такую закономерность. Немногие магистры намереваются по окончании вуза связывать свою судьбу с работой в СМИ. Тот, кто действительно планирует работать журналистом, это делает уже на младших курсах — кто на внештатной основе, а кто идет в редакцию на полную ставку, стараясь совмещать учебу с работой. Им бакалаврского образования для выполнения функциональных обязанностей оказывается достаточно. Эта достаточность фактически признается в официальном документе.

Согласно «Государственному стандарту высшего профессионального образования» в разделе «Характеристика сферы и объектов профессиональной деятельности бакалавра по направлению 520600 «Журналистика» значится: «Деятельность бакалавра направ-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 71.

лена на обеспечение общества разнообразной, оперативной, полной и достоверной информацией. Объектами деятельности бакалавра являются печатные издания, радио- и телепередачи».

Казалось бы, предлагаемый системой образования стандарт устраивает и обучающегося, и редакцию, принимающую его на работу, да и журналистскую отрасль в целом. Но закономерно возникает вопрос: а не понизит ли это в итоге качественно саму журналистику во всем ее многообразии? Ведь бакалавр, получивший сокращенный объем знаний, непременно растет по служебной лестнице и, сам того не желая, задает общекультурный уровень своего коллектива.

Хорошо, если такой руководитель на каком-то этапе своего роста начинает задумываться о собственном развитии, а если нет? Что случается много чаще. К тому же нынешний вариант  $4 + 2$  ни в коей мере не накладывает на выпускника бакалавриата обязательства продолжить обучение в магистратуре. Это только его добрая воля или неучтенные обстоятельства. «Конечно, — замечают многие исследователи, — и с четырьмя вузовскими годами за плечами некоторые выпускники успешно трудятся в редакциях. Но это скорее слабый, чем сильный аргумент, поскольку вершин в прессе нередко достигают и люди без всякой профильной подготовки»<sup>1</sup>.

Что касается магистра журналистики, то, очевидно, что его деятельность должна качественно отличаться от компетенции бакалавра. Если этого не произойдет, то будущий магистр журналистики вряд ли получит какое-либо служебное преимущество перед бакалавром, если все-таки судьба приведет его в редакцию, а не на вузовскую кафедру или в исследовательский институт.

Более того, получившие степень магистра могут приступить к работе спустя лишь два года в тех редакциях, где уже освоились за это время бакалавры — их бывшие однокурсники. В данном случае, скорее всего никакого служебного преимущества диплом магистра не дает. Что может предложить индустрия СМИ в данном случае — нигде не оговорено, это при том, что, по мнению выпускников, на журналистские дипломы в редакциях сегодня внимания обращается до обидного мало.

Считается, что магистратура по своему предназначению большей частью предполагает исследовательскую и педагогическую дополнительную квалификацию, а не редакционно-практическую. Даже выпускная работа носит название магистерской диссертации. Безусловно, в вузах, где идет смена поколений профессорско-преподавательского состава, необходимы новые кадры. И отрасли

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 77.

как никогда нужны исследования самых разных направлений, чтобы определить перспективные пути развития. Но далеко не все пришедшие в магистратуру будут способны вести эти исследования, равно, как и многие из них предпочтут преподавательскую деятельность на любом уровне системы непрерывного образования работе в редакции. Здесь нельзя не видеть, по мнению специалистов, отличия журналистики от других, более академических университетских специальностей.

Сегодня журналистская сфера деятельности испытывает дефицит в руководящих кадрах или менеджменте высшего звена. Однако предлагаемые учебные планы магистратуры очень далеки от запросов отрасли, да и самих вузов.

Исследователи журналистики отмечают: «Начавшаяся реорганизация не прошла мимо журналистских школ. В целом ряде университетов уже несколько лет параллельно с «дипломными» студентами готовят бакалавров и магистров. Однако реформирование все еще носит половинчатый характер. Европейская модель предполагает не только иные сроки обучения, но и отличия от российской в содержательном отношении, целевых установках, методике выбора дисциплин.

К сокращению продолжительности подготовки надо относиться с осторожностью, подсказанной историческим прецедентом. В 1950 — 60-х годах такое уже проделывали с журналистским образованием, и тогда 4-летний план полностью себя дискредитировал: он не обеспечивал ни глубины знаний, ни высококачественного практического опыта. То же произошло и с идеей готовить специалистов «узкого» тематического или жанрового профиля»<sup>1</sup>.

Если принять во внимание перспективы развития отрасли, связанные и переходом на «цифру», которая существенно расширится, то возможен сценарий, когда она будет в состоянии поглотить всех выпускников высшей школы, причем имеющих не только журналистское образование. Всем им придется заниматься примерно одними и теми же вещами, особенно в начальный период вхождения в журналистику. Это, прежде всего, редактирование, корреспондентская или техническая работа — все то, что требует общериторических навыков, а не специальных знаний.

Сегодня далеко не у всех даже главных редакторов, обозревателей и комментаторов профильное высшее журналистское образование. По базовому образованию это могут быть историки, филологи,

---

<sup>1</sup> *Бережной А.Ф.* Отделение — факультет журналистики Ленинградского государственного университета... С. 72—81.

выпускники педвузов, технических или естественнонаучных факультетов — люди фактически с каким угодно дипломом.

Данную ситуацию надо менять, особенно, если мы говорим об информационном обществе со всеми вытекающими отсюда последствиями. Но вряд ли это позволит сделать двухуровневая система подготовки журналистов, когда при сокращении периода обучения неизбежны потери в объеме получаемых знаний. Меняется и сам подход к образованию, который предполагает следование западному опыту.

Изучая опыт «Открытого университета» Великобритании, который был создан в 1969 г. с целью повысить уровень образования населения в стране, мы и познакомились с «кредитной» системой. Основной контингент университета — это взрослая аудитория, поэтому для нее такая форма набора баллов за каждую изученную и сданную дисциплину очень удобна.

Оговаривая набор дисциплин и соответственно возможную сумму баллов с тьютором — специально выделенным преподавателем для руководства обучением, студент имеет возможность планировать выполнение задачи на любой удобный ему период времени: семестр, год и т.д.

Сегодня эта система принята практически во всех европейских университетах. «Студент сам выбирает (набирает) определенное количество дисциплин из предложенного расширенного списка. Его непосредственная задача состоит в том, чтобы их общее число соответствовало образовательному стандарту, в частности по трудозатратам. Затраты тщательно высчитываются, они включают в себя время, потраченное на лекции, упражнения, самостоятельную работу и т.д. Однако этот показатель не адекватен содержательно-качественным измерителям ценности курса. Часть жизненно необходимых журналисту, по российским представлениям, дисциплин неизбежно просеивается через «сито» студенческого выбора»<sup>1</sup>.

Это действительно так. Выбор делает сам человек, не ориентируясь на запросы отрасли ни сегодняшнего, ни завтрашнего дня. Основной мотив при подборе дисциплин: «Мне так нравится», «Я хочу этим заниматься». Приблизительно также выбирают темы спецсеминаров и спецкурсов студенты на первых курсах. Только после того, как они начали сотрудничество с редакцией, изменяются их вкусы и пристрастия. Оказывается, что заниматься театральной проблематикой интересно, но на полосу идут тексты о политике, экономике,

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 76—77.

спорте, наконец. Искусствоведческая специализация достойного спроса в СМИ не находит.

Подобная ситуация происходит и с выбором направлений научных исследований теми, кто решил продолжить обучение в аспирантуре. Интерес к теме молодого ученого является основным мотивом выбора предполагаемого исследования, и он никоим образом не согласуется с реальными потребностями отрасли. Хорошо, если научный руководитель является не узким специалистом, исследующим творчество того или иного писателя или журналиста, тот или иной период истории СМИ или прессу какого-то региона, а видит перспективы отрасли в целом и те узловые проблемы, которые следует разрешить.

Сегодня все чаще раздаются голоса, что эту практику надо менять и отрасль должна выступать заказчиком комплексных исследований. Университетским подразделениям, объединяющим ученых и преподавателей, следует больше ориентироваться на решение поставленных индустрией СМИ задач. Это будет хорошей базой и для подготовки молодых научных кадров и практиков журналистики.

Отечественная высшая школа имела хороший потенциал и неплохие перспективы укрепления взаимоотношений системы образования и журналистской отрасли. А насколько реально справится с этими задачами перестроенная система подготовки журналистских кадров — на это ответа пока нет.

«У нас нет намерения сравнивать российскую и европейскую системы по прямой линии «лучше — хуже», — утверждает С.Г. Корконосенко. — Для каждой культуры столетиями вырабатывалась и уточнялась органичная ей конструкция образования. Важно, что изменение модуля неизбежно влечет за собой существенные перемены в наборе предметов, глубине их изучения и методике общения со студентами. Так, даже нынешний «экспериментальный», неполный бакалавриат вынужден пересматривать постановку весьма существенных разделов обучения. Для примера: студенты лишаются одной из производственных практик, а значит, для них сужается поле профессионального самоопределения. Последнюю, самую ответственную курсовую работу по специализации они пишут фактически одновременно с выполнением выпускного сочинения, которое, в свою очередь, по нормативу короче, чем классический диплом. Значит, и в научно-исследовательском отношении они получают сниженную квалификацию»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 77.

Поэтому динамично развивающейся отрасли придется еще больше вкладывать в доводку таких специалистов. Сегодня упреки практиков сводились к тому, что выпускники вузов имеют хорошую общеобразовательную подготовку, но в недостаточной мере владеют навыками и умениями конкретного рабочего места.

Вопрос специализации — непростой, однако его решение существует. Оно лежит опять-таки в плоскости установления более тесных взаимоотношений системы образования и индустрии СМИ. Но исходя из новой схемы подготовки кадров, специализация молодого журналиста — прерогатива лишь его самого. Получив степень бакалавра, специалист должен принять решение о том, что будет делать дальше. Если с такой подготовкой он востребован отраслью, получил приемлемое для себя рабочее место и соответствующее своим ожиданиям вознаграждение, он не планирует дальнейшего обучения в магистратуре. Если он с самого начала был настроен на получение более качественного высшего образования, то несмотря на достаточно высокую оплату последней ступени обучения, все равно завершит его с дипломом магистра.

Новая двухуровневая система подготовки журналистских кадров предполагает формирование индивидуализма, умения определять свою стоимость и продавать себя на рынке информационного труда. Следовательно, не с количественными параметрами, а скорее с качественными изменениями придется сталкиваться преподавателям не только высшей школы, а всей системы непрерывного журналистского образования. «Если же нам предстоит механическое подравнивание под требования Болонской декларации, то придется осваивать совсем другую идеологию, методику, стиль преподавания. Там, вероятно, будет больше простора для индивидуального самовыражения студента, но меньше — для регулярного общения с авторитетным наставником»<sup>1</sup>.

Очевидно, нельзя не признавать необходимости перестройки системы непрерывного журналистского образования, высшей школы в том числе. Это реалии нашей жизни. Другое дело, что в этот процесс должно быть вовлечено само общество и, конечно, индустрия СМИ, для которой эти кадры готовятся. На всех этапах: от создания концепции непрерывного в целом и высшего в частности журналистского образования до определения характеристик бакалавриата и магистратуры — это образование должно корректировать свои действия с запросами отрасли. Тогда выработанные стандарты

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 78.

на всех уровнях от довузовского до послевузовского образования, определяющие систему подготовки работников важнейшей сферы общественного производства — информационного, будут исторически оправданы, т.е. именно сегодня в данном обществе с таким уровнем техники и технологии журналистского производства ему нужны таким образом подготовленные специалисты.

### 13.3. Знаниевые стандарты

Первый опыт внедрения двухуровневой подготовки журналистов в ряде вузов страны показал, что это далеко не только структурное преобразование. Количественные изменения сроков обучения и соответственно учебных часов на тот или иной предмет приводят к качественному преобразованию учебного плана по данной специальности в целом.

Именно качественными параметрами, а точнее номенклатурой дисциплин и теми пропорциями, в которых соотносятся циклы учебных предметов, все эти годы гордилась российская школа. Весь предыдущий опыт говорит о том, что модель журналистского образования отчетливо ориентирована на приобщение выпускников к широкой подлинно университетской культуре.

Конечно, не сразу удалось этого добиться. Но сегодня страна имеет почти идеальное университетское журналистское образование, которое отвечает потребностям времени и готовит таких специалистов, которые востребованы. Его принципы и, как следствие, стандарты формировались в течение очень долгого времени. Большим достижением первых факультетов журналистики в составе университетов считалась степень фундаментальной подготовки, которая была несравненно выше той, что обеспечивал учебный план довоенных институтов журналистики.

Но количество профессиональных и практических дисциплин в этот период было невелико. В дипломах первых выпускников значились история журналистики и большевистской печати, теория и практика советской печати. Правда, в это время появились логика, психология и история международных отношений, которые в какой-то степени можно отнести к профессиональным дисциплинам. Но были и спецкурсы, например «Основы сталинского учения о языке», и спецсеминары по выбору. Студенты направлялись на производственную практику, защищали курсовые и выпускные работы.

Развитие журналистской отрасли, как ни в какой другой профессии, оказывает влияние на стандарты образования на уровне всей системы, но ярче всего это видно на примере высшей школы. Перестройка прессы на рубеже веков оставила свой след и в вузовском образовании. «Прежде всего, сказалась нерешенность узловых вопросов педагогики журналистики, а именно отсутствие ясных представлений о том, образ какого специалиста избирается как стратегический ориентир, способный пережить социально-политические катаклизмы, — утверждает С.Г. Корконосенко. — Отсюда — эклектический подход к спешному обновлению сети учебных заведений, структуры учебных планов и методики преподавания. Для примера: в государственный стандарт были включены давно «просившиеся» туда курсы по психологии журналистики, экономике и менеджменту СМИ и др. Однако их методологическое понимание только еще начинает складываться, а специалистов с трудом можно отыскать даже в крупнейших вузах. Или другой, противоположный пример: на первые позиции в редакционном производстве выдвинулась политическая журналистика. Но профессионально-политологическая квалификация выпускников как специфическая цель находит лишь слабые отголоски в действующих учебных планах.

Сегодня, спустя полтора десятилетия неопределенности, теория журналистики заново обретает себя и готова бросить вызов нарастанию спонтанности в практике»<sup>1</sup>.

Новая информационная ситуация заставила привнести естественно-научный и технологический компоненты, но они опять-таки трактуются как предметы, расширяющие кругозор человека, дающие ему простор для выбора специализации. Появился прежде не существовавший в учебных планах цикл естественно-научных дисциплин, чтобы специалисты в области этих наук могли лучше представлять общие закономерности развития Земли и Вселенной.

Что касается профильных знаний, то на данном этапе идет процесс их отбора и формирования новых учебных планов с учетом предстоящего перехода на новые технологии, связанные с «цифрой». Еще больше внимания стало уделяться технологии журналистской работы, причем по разным специализациям. Кардинально улучшилась подготовка студентов в области владения компьютерными технологиями. Практически во всех университетах оборудованы компьютерные классы, имеется доступ в Интернет.

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Теории журналистики и практика прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2003. № 2.

Как показывает опыт высшей школы, государственные вузы, определяющие основные направления развития журналистского образования, были инициаторами регулярного пересмотра учебных планов в течение всего периода своего существования. Так, в 1990-е годы появились Государственные стандарты по направлению и специальности «Журналистика». В них намного меньше стало курсов идеологической направленности. Сохранили свои позиции общеобразовательные дисциплины. Были разработаны новые курсы, отвечающие потребностям практической журналистики, по правовым основам журналистики, социологии журналистики, психологии журналистики, этике профессии. Профессиональные дисциплины стали более фундаментальными, системными и в то же время нацеленными на подготовку практика-профессионала.

В последние годы Россия стала более открытой страной. Усилился интерес к информации, рассказывающей о жизни, быте, устройстве самых разных стран, и, как следствие, появился блок дисциплин по зарубежным средствам массовой информации, стали читаться курсы «Введение в мировую журналистику», «Зарубежные СМИ», «Международное гуманитарное право». Открылись кафедры зарубежной журналистики там, где их прежде не было. Многие вузы ввели данную специализацию.

В этот период качественно менялась пресса. Информационные блоки лидировали. В тематике криминальные подборки становились обязательным компонентом контента любого СМИ. Система образования гибко отреагировала на эти изменения. Во многих университетах началось обучение новостной, аналитической, исследовательской журналистике, были введены соответствующие специализации.

Тогда же, в последнее десятилетие прошлого века начала видоизменяться и расширяется вся информационная сфера страны, и система непрерывного образования опять очень гибко на нее отреагировала. За многочисленными курсами по менеджменту и маркетингу СМИ, рекламе и паблик рилейшнз, дизайну появились в вузах соответствующие кафедры, обеспечивающие подготовку специалистов этого профиля.

Запросы печатных СМИ, так же как информационных, рекламных и PR-агентств, пресс-центров потребовали особого внимания к подготовке на факультетах узко направленных профессионалов. Это сразу нашло отражение в учебных планах, в которые были включены курсы политологии, культурологии, экологии, истории цивилизаций и религии. Это позволило многим вузам выпускать журналистов-политологов, экологов, специалистов, которые способны работать в деловой прессе, женской, детской, церковной, сетевой журналистике.

Процесс совершенствования учебных планов в рамках традиционной подготовки идет и в настоящее время. В нем учитываются все реальные изменения, которые приносит жизнь. Так, новым явлением современной системы образования стала ранняя профессионализация студентов. Теперь они нередко начинают работать в редакциях уже во время учебы. Таким образом, производственные практики меняют свое направление и формы организации, становятся по сути непрерывными. Конечно, этот процесс неоднозначный. Он имеет свои плюсы и минусы, но с этим приходится считаться.

Другое знамение времени — отсутствие государственного распределения, которое заменилось свободным устройством, поиском своего рабочего места на рынке труда в зависимости от квалификации. Поэтому вузы берут на себя инициативу более тесных контактов с работодателями, по просьбе которых они вводят в учебные планы и программы интересующие их курсы. Иногда и читать их приглашают практиков, которые одновременно присматриваются к студентам. Тех, кто наиболее им понравился, они приглашают к себе на работу.

Журналисты-практики во многом стали инициаторами проведения тренингов и мастер-классов. Теперь эта форма обучения студентов введена в учебные планы. Следует добавить, что выпуски газет в редакционных условиях с использованием компьютерных технологий в учебных студиях, оперативный поиск и подготовка информации к публикации — все это обязательные составляющие учебного процесса, которые регламентированы учебным планом и определяются знаниевыми стандартами.

Таким образом, специалисты считают, что у нынешних студентов есть все возможности получить широкое фундаментальное образование, которое сочетается с основательной и современной практической подготовкой. Более того, многие из них утверждают, что именно этим выгодно отличается российская система обучения от американской, например, которая предполагает свободный выбор дисциплин гуманитарного курса. Студент имеет все возможности брать те знания, которые дают ему преподавательский состав, богатые библиотеки, постоянная практика в редакциях<sup>1</sup>.

Но именно от этого российским вузам предлагается сейчас отказаться, приняв на вооружение как раз мировой стандарт. Окончательного ответа на этот вопрос пока нет. Ответить на него должны время и российская практика подготовки журналистов в системе непрерывного образования, где вуз по-прежнему остается центральной позицией.

---

<sup>1</sup> См.: *Свитич Л.Г.* Профессия: журналист. М., 2000. С. 108—128.

## **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

### **Номенклатура дисциплин**

*Из книги С.Г. Корконосенко «Преподаем журналистику: профессиональное и массовое медиаобразование»*

Номенклатура представлена в виде нескольких циклов дисциплин гуманитарных и социально-экономических (ГСЭ), а также общих естественнонаучных и математических (ЕДН), общепрофессиональных (ОПД), которые в случае с бакалавриатом и магистратурой называются дисциплинами направления (ДН), специальных (СД), факультативных (ФД). Их совокупный объем для дипломной, т.е. пятилетней формы обучения составляет приблизительно 8800—10 800 часов.

Пропорции (распределение времени) выглядят следующим образом:

ГСЭ — 15—20%

ЕДН — 5—10%

ОПД — 25—30%

СД — 25—30%

Другие (в том числе практика) — 20%.

Приведенные цифры дают основания для нескольких комментирующих заключений.

Первое. Действующая модель журналистского образования отчетливо ориентирована на привитие выпускникам широкой подлинно университетской культуры.

Мы видим, что в состав ГСЭ и ЕДН входят такие предметы, без которых невозможно представить себе современного интеллектуала, обладающего целостным и зрелым мировоззрением.

Добавим, что и в составе ОПД есть немало дисциплин, которые, строго говоря, не относятся к собственно профессиональным, а скорее, развивают гуманитарно-культурное сознание студентов и создают необходимую для этого образовательную базу (курсы логики, литературы и т.д.). В то же время бесспорен приоритет профессиональных знаний и умений: университет дает не общую культуру «для домашнего пользования», а конкретную специальность, применимую в производственных условиях.

Второе. Пропорции задаются примерно, итоговая сумма всегда будет отклоняться от 100%. Вузам разрешено изменять объем часов, отводимых на циклы дисциплин, в пределах 5%, а отводимых на конкретные предметы — в рамках 10%. Однако приблизительность нормативных соотношений не означает, что позволено выходить за установленные пределы. Так, произвольное увеличение времени на производственную практику (за что во все времена ратовали студенты и некоторые не очень искусные педагоги) означает нарушение требований стандарта. На практику выделено 26 недель, и, как показывают многолетние наблюдения, этого вполне достаточно для решения учебных задач.

Заметим попутно, что определенная максимальная нагрузка на студента — не более 54 часов в неделю, включая внеаудиторную ра-

боту. Как правило, она не достигает «потолка», и поэтому учащимся не так уж трудно выкроить время для дополнительной работы в редакции, в том числе штатной. Это особенно хорошо видно на старших курсах, когда объем аудиторных занятий заметно падает по сравнению с начальными годами обучения».

Третье. Не только количественные, но и качественные характеристики учебного процесса задаются гибко, они могут колебаться в установленных границах. Если бы стандарт представлял собой жесткий шаблон, у факультетов и кафедр не оставалось бы никакого простора для творческой самостоятельности, новаторства, поиска «фирменного» стиля обучения. На деле свобода выбора не просто предполагается, а заложена в идеологию нормирования. Она выражается прежде всего в том, что вузам разрешается, а в известной мере и предписывается конкретизировать базовую программу обучения.

Пространство для этого создается с помощью нескольких механизмов. Так, наряду с федеральными компонентами (обязательными для всех вузов страны) в каждый цикл включены и национально-региональные или вузовские компоненты. Университеты исходят из своих специфических потребностей, когда дополняют список, например, ГСЭ или ОПД теми или иными предметами. Почти наверняка в числе этих дополнений окажутся история своего края и местной прессы. Но возможны, конечно, и другие варианты. Например, в СПбГУ на младших курсах преподается необычный для других университетов курс «Основы визуальной журналистики».

Далее, вузам дано право, по согласованию с УМО утверждать свой набор специализаций и, соответственно, специальных дисциплин. Кроме того, существует такой вид дисциплин, как факультативы (ФТД): их перечень предлагается вузом, а студенты, в свою очередь, выбирают из этого списка интересующие их предметы. Наконец, университетам предоставлена возможность самим определять программу, методику и организацию преподавания. Они могут преподавать гуманитарные и социально-экономические дисциплины в форме авторских курсов, различных по глубине погружения в материал, с учетом региональной, национально-этнической, профессиональной специфики, а также научно-исследовательских предпочтений преподавателей. Отдельным категориям студентов можно устанавливать сокращенные сроки обучения, если у них есть необходимая для этого образовательная база.

Из того, что говорилось выше, недвусмысленно следует, что реализация единого стандарта обусловлена большой совокупностью обстоятельств. В конкретном вузе он как бы преломляется через несколько призм, приобретая в итоге особенный, оригинальный вид».

*Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 49—50.*

Есть сферы деятельности, в которых разбираются все. Это медицина, сельское хозяйство, футбол и вот теперь журналистика. Как и кого учить, советуют все, исходя из существующих в современном мире множества мифов о проблемах журналистики. При этом не видят или не хотят видеть реальных проблем, которые ждут своего разрешения.

Главные вопросы, на которые сегодня необходимо ответить: каков спрос на журналистов и каковы современные требования к ним, наконец, кто их выдвигает? Если имеются в виду издатели, учредители, главные редакторы, признающие общественную роль журналистики как духовно-практической деятельности, — это одно. Если же люди рассматривают журналистскую деятельность как сугубо пропагандистскую, политическую или чисто коммерческую, — это совершенно иное.

Сегодня журналистика трактуется слишком широко. Она вбирает в себя рекламную и PR-деятельность, информационные агентства и пресс-службы, интернет-журналистику. Но даже традиционное понятие прессы видоизменилось: помимо качественных, общественно-политических СМИ это и развлекательные газеты, журналы, радио- и телепередачи, и рекламные, и справочные, и всевозможные дайджесты и проч.

Видимо, прежде чем разрабатывать знаниевые стандарты с учетом всех этих процессов, идущих в СМИ, все-таки следует определиться, что мы сами понимаем под журналистикой и какая деятельность объективно востребована. Тогда не будет оснований утверждать:

- что базовый набор знаний и базовая специализация не соответствуют современным требованиям;
- что в журналистском образовании предложение находится в отрыве от спроса;
- что наблюдается также отрыв теоретического обучения от практических потребностей современного российского медиабизнеса.

Сегодня существует государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности 021400 «Журналистика». Если иметь в виду набор дисциплин, то он выстроен логично и позволяет выпускникам осуществлять разнообразные виды профессиональной деятельности. Это — журналистская авторская, организаторская и редакторская, программирующая и производственно-технологическая стороны деятельности, которые с каждым годом пополняются новыми. Вместе с ними приходят новые дисциплины. Идет корректировка стандартов.

По сути, обычная практика, рутинная работа, результат которой — развитие высшей школы, а следовательно, и всей системы непрерывного журналистского образования. При этом сохраняется главное — ориентир на широкообразованного человека.

Другая схема — другие ориентиры, которые, может быть, вполне устраивают индустрию СМИ. Так может случиться, что они отвечают и запросам самих журналистов во всем многообразии их видов деятельности. Укороченная форма подготовки даст им возможность быстрее включиться в производственный процесс. Недостаточные знания они смогут добирать, постоянно обращаясь к системе непрерывного образования.

Тогда получается, что система образования гибко реагирует на запросы заказчика и своего потребителя, предлагая услугу в соответствии с условиями рыночного времени. А может быть, все-таки не надо спешить, а вести корректировку и самой системы и ее наполнения — стандартов с учетом не только мировой практики, но и своей собственной. «Мыслить глобально, действовать локально», — этот основной закон Римского клуба, объединяющего прогрессивно настроенных ученых всех стран, как нельзя лучше подходит к данной ситуации.

### 13.4. Формы обучения

Использование терминов «дневное», «вечернее» и «заочное обучение» обусловлено тем, что они издавна вошли в обиход во многих частях мира. Но в последнее время термин «заочное обучение» используется как синоним более широкого и точного термина «открытое заочное образование», так как речь идет не только об обучении, но и включает действия по руководству этим процессом и поддержке обучающегося на всех этапах системы непрерывного образования.

Заочное образование должно с самого начала предоставить, т.е. открыть возможность для учеников учиться независимо от географических, социально-экономических или других ограничений. Использование термина «открытое» выдвигает на первый план эту ключевую особенность теории и практики заочного образования.

Таким образом, *заочное образование* — это любой образовательный процесс, в котором обучающий (преподаватель) и обучаемый (студент) разделены в пространстве или времени и связь между ними осуществляется посредством искусственной среды — электронной или печатной.

Традиционно российская система образования предлагает дневную, вечернюю и заочную формы обучения. «Различия между ними

предусмотрены самой постановкой образования, — считают специалисты. — Если студент стационара имеет наилучшие возможности для подготовки по полной схеме, где все элементы учебного плана «развернуты» максимально широко, то для заочников высшая школа должна служить формой повышения квалификации, необходимым дополнением к трудовой деятельности в редакции. Соответственно им предлагаются укороченные аудиторные курсы, основная нагрузка переносится на самостоятельную работу, особенно в части профессиональной практики»<sup>1</sup>.

Это далеко не единственное различие данных форм. Студенты дневного, вечернего и заочного отделения находятся в разных обстоятельствах. А.Ф. Бережной, бывший декан факультета журналистики еще Ленинградского университета, определяет их следующим образом.

«Нельзя не учитывать и различия в доступе к библиотечным хранилищам. В распоряжении студентов дневного отделения находятся все ресурсы большого города и самого вуза. Поэтому им можно и нужно рекомендовать расширенные списки источников для чтения, конспектирования и т.п. Как показывает многолетний опыт, значительная часть заочников проживает в отдалении от университета, в малых населенных пунктах, которые лишены столичных книжных богатств. Значит, заочники больше, чем их «стационарные» сверстники, нуждаются в стабильных учебниках, всякого рода пособиях, методических разработках, а также в консультациях преподавателей. В промежуточном положении оказываются вечерники: они получают учебные курсы почти в таком же объеме, что и на дневном отделении, но времени для овладения знаниями у них, как правило, значительно меньше.

Так что сама жизнь вводит деление студентов разных форм обучения: дневники — более «книжные», они больше знают, заочники — «практические», больше умеющие. По всей видимости, ни одну из этих моделей нельзя признать оптимальной, как не нужно и отбрасывать какую-либо из них «за негодностью». В истории журналистского образования был печальный опыт одностороннего понимания его задач. В 1950-х годах под лозунгом приближения высшей школы к практике руководством страны был взят курс на непропорциональное расширение вечернего и заочного обучения, а также на прием только людей с производственным стажем. Тогда отделение журналистики Ленинградского университета под горячую руку чуть было не закрыли. Изживать перегибы пришлось ценой

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 66.

болезненных качественных потерь, ставших вскоре очевидными и для газетчиков, и для вузов»<sup>1</sup>.

Очевидно, история мало чему учит. Вряд ли новая двухуровневая схема подготовки журналистских кадров позволит сохранить вечернюю и заочную формы обучения. К тому же, это во многом зависит от выбора журналистики как основной или дополнительной специальности. «Не только объем подготовки в часах, но и мотивы обучения в зависимости от этого обстоятельства будут резко меняться», — предостерегают специалисты<sup>2</sup>.

С этим нельзя не согласиться, но, тем не менее, и из этой ситуации есть выход. Речь идет о системном подходе. В данном случае формы обучения рассматривались лишь в применении к высшей школе. Но они применимы на всех ступенях системы непрерывного образования. Если заочная и вечерняя формы расширяют свои полномочия на стадии довузовского образования, например, все более популярным становится школьный экстернат, то тем более они необходимы, когда дело касается послевузовского обучения.

Открытый характер журналистского образования, которое базируется на электронных или печатных технологиях, можно было бы формально признать, определить ценовую политику, уровень свободы выбора: чему, когда и где учиться журналисту.

К сожалению, действующие сегодня организации заочного образования действительно могут ограничить степень их открытости. Они традиционно сильно предубеждены против свободы индивидуального выбора учениками дисциплин, которые те хотели бы изучать. Есть регламентированные учебные планы, определяющие квалификационные характеристики, которыми набор предметов заранее предопределен.

Это противоречие нового и старого, отечественного и международных подходов, которое с трудом разрешается. Поэтому открытость сегодня в нашей практике больше понимается как помощь учащимся в определении того, чему учиться, как учиться, где учиться, к кому обратиться за помощью, когда и где оценить обучение.

Открытое и заочное обучение обычно противопоставляется традиционному образованию «лицом к лицу», которое происходит в классной комнате или аудитории. Но и заочное, и обычное образование — формы, охватывающие широкий диапазон методов. Образование «лицом к лицу» может варьироваться в континууме от непо-

---

<sup>1</sup> *Бережной А.Ф.* Отделение — факультет журналистики Ленинградского государственного университета... С. 35.

<sup>2</sup> *Корконосенко С.Г.* Преподаем журналистику: Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 67.

средственных обучающих программ, действий групп, семинаров и преподавания в классных комнатах к лекциям для больших аудиторий. В каждом случае могут быть применены различные образовательные философии и могут использоваться различные методы. Образование «лицом к лицу» может поддерживаться диапазоном СМИ и может перемежаться периодами самостоятельного изучения. Подобным образом, заочное образование имеет разнообразие форм, соотносящихся с основной образовательной философией, организационным подходом и выбором технологии, а удаленные педагоги могут включать в их программы элемент обучения «лицом к лицу».

Корреспондентское обучение — это одна из форм заочного обучения, которая является хорошей альтернативой для людей, которые не располагают избытком свободного времени или не могут по различным причинам учиться в школах традиционного типа. Получая из такого учебного заведения учебные пособия и отсылая на проверку домашние задания преподавателю, учащиеся, находясь в удобной для них обстановке, самостоятельно определяя темп и режим работы, за умеренную плату достаточно быстро достигают хороших результатов в учебе.

Таким образом у нас долгое время работала система подготовительных курсов, организованная многими вузами. Сейчас так функционирует экстернат, который становится все более популярной формой обучения у старшеклассников.

Нетрадиционный подход к обучению предполагает органичный переход от практических заданий и конкретных примеров к теоретическим выводам. Обучение корреспондентским методом опирается на естественный способ усвоения знаний. Изучение материала происходит поэтапно, небольшими порциями, что обеспечивает успешное достижение практических результатов.

Система дистанционного обучения, организованная на базе так называемых открытых университетов, использует в образовательном процессе все свойства и дидактические функции, присущие современным компьютерным телекоммуникациям. Наибольшей известностью среди них пользуется Открытый университет (The Open University) в Великобритании, основанный в 1969 г. К тому времени, когда появились персональные компьютеры, Открытый университет уже имел богатый опыт заочного обучения. Слушателям Университета предоставлялось право выбрать любой из нескольких сотен учебных курсов. В 1970 г. академическая компьютерная служба Открытого университета создала сеть учебных центров, включающую терминалы, подключенные к центральным компьютерам, находящимся в Университете. Это позволило слушателям Университе-

та получить необходимую учебную информацию и пользоваться компьютерами при решении практических заданий, например при выполнении математических расчетов непосредственно в региональном учебном центре, экономя свои силы, время и средства.

В 1980-е годы в связи с массовым распространением персональных компьютеров специально для университетской сети было разработано «Положение об использовании домашних компьютеров», в котором оговаривались права и обязанности тех слушателей Университета, которые проходят дистанционное обучение, используя свой личный компьютер и университетскую сеть, самостоятельно, без посещения региональных учебных центров. А в последние два-три года в связи с бурным развитием сети Интернет произошло резкое увеличение числа слушателей Открытого университета из различных стран мира, которые подключаются к университетской сети и работают в ней наравне с жителями Великобритании. Схема учебного процесса такова: любой желающий получить образование или повысить свою квалификацию при Открытом университете посылает по электронной почте запрос в справочную службу Университета. Получив в ответ подробную информацию о действующих в данный момент курсах и условиях зачисления на них, слушатель сообщает о своем выборе и получает по электронной почте или по обычной почте комплект учебных материалов, пособий, описаний практических работ, руководств пользователя университетской сети и т.п.

Затем слушатель самостоятельно изучает предложенный ему материал, работает в соответствии со своим учебным планом в системе телеконференций, которая позволяет слушателю регулярно общаться с преподавателем или тьютором из Открытого университета, а также со своей учебной группой, состоящей из 10—15 человек. На конференциях обсуждаются те вопросы, которые не были затронуты или раскрыты в достаточной степени в учебных пособиях, а также анализируются итоговые курсовые работы, выполняемые каждым из слушателей. По завершении курса слушатели выполняют ряд контрольных работ и тестов, т.е. осуществляется обязательный промежуточный и итоговый контроль за тем, как усвоен учебный материал. Продолжительность курсов, как правило, не превышает трех-четырех месяцев. Если слушатель, успешно прошедший обучение, не имеет возможности лично получить сертификат об образовании или о прохождении курса в одном из учебных центров Открытого университета, он получает его по почте.

Другой пример открытого университета, полностью базирующегося на современных средствах телекоммуникаций — GLOSAS (Global Systems Analysis and Simulation association), международный электрон-

ный университет в США, ассоциативными участниками которого являются университеты Global Pacific, Global American и Global European, а с недавнего времени — Ассоциация Международного образования (Москва) и Global University на Украине. Основной задачей GLOSAS является повышение качества и координация усилий в области международного образования за счет широкого использования телекоммуникационных и информационных технологий.

Используя методику дистанционного обучения, GLOSAS обеспечивает распространение лучшего мирового опыта преподавания различных учебных предметов, передовых образовательных идей, актуальной научной и учебной информации, а также обеспечивает двустороннюю коммуникацию между преподавателями и студентами, используя для этого возможности современной спутниковой связи и компьютерных телекоммуникаций.

Слушатели GLOSAS периодически собираются в так называемые глобальные лекционные залы (global lecture halls). Они оснащены необходимым оборудованием, т.е. средствами для осуществления видеосвязи между двумя точками, настенными электронными досками, на которых преподаватель создает вручную цветные изображения в ходе лекции. Есть также средства для демонстрации графических образов с аннотацией, динамических графиков, компьютерных симуляций и моделей. Причем все эти средства обучения и способы представления учебной информации могут вводиться одновременно, за счет использования многооконных мультимедийных программ. Подобные лекции отличаются от традиционных высокой интерактивностью за счет использования электронной почты, факса и других средств связи для общения между студентами и преподавателями, ведущими лекцию.

Помимо отдельных учебных заведений, использующих эти формы обучения, в некоторых странах уже функционируют сети, принцип которых — заочное обучение. В США, например, уже несколько лет действует сеть дистанционного обучения на основе радиосвязи. Это сеть Telenet, объединяющая три университета Канзаса (Emporia State, Fort Hays State, Kansas State University), в основе которой лежит аудиосвязь между учащимися из 37 учебных классов, созданных в различных частях штата, и преподавателями университета. Задача сети — обеспечить всем желающим доступ к системе непрерывного образования.

Сеть Contact North (Канада) является специализированной дистанционной образовательной сетью, которая дает возможность учащимся из районов Северного Онтарิโอ получить среднее и среднее специальное образование. Contact North финансируется со сто-

роны государства и местных организаций. Она использует современные коммуникационные технологии для организации обучения учащихся по месту их непосредственного проживания, преимущественно в отдаленных районах. Там организованы консультационные технические центры, в которых каждый обучающийся на дистанционных курсах может получить необходимую техническую и методическую помощь и доступ к телекоммуникациям.

В 1986 г. известная компания AT&T, являющаяся лидером в области электронных компьютерных технологий, создала аудиовизуальную сеть дистанционного обучения — *PC Teletraining Network*. Она была организована для обеспечения потребностей курсов повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, живущих и работающих в удаленных районах. Проект AT&T по телеобучению постепенно превратился из единственной сети, охватывающей всего шесть точек в 1983 г., в огромную многоканальную сеть, охватывающую более 500 точек в 1989 г. Количество специалистов, прошедших обучение на этих курсах в 1989 г. составило уже 70 тысяч человек.

Известный университет *UNISA (The University of South Africa)* в ЮАР дает возможность всем желающим заочно получить высшее образование или ученую степень. При этом обучение организовано за счет рассылки различных печатных пособий и руководств, а также личных встреч преподавателей и учащихся во время экзаменационных сессий.

Как видим, заочное образование становится одной из самых распространенных форм образования, причем оно в каждой стране характеризуется своей спецификой.

### 13.5. Специфика заочной формы

Миссия системы заочного обучения определяет ее роль в рамках государственной политики. Миссия может быть направлена на специфические цели, целевые группы, регионы, секторы или уровни образования и обучения. Она обуславливается конкретными ценностями и философиями обучения и образования. Утверждение миссии как общественного учреждения является частью национальной политики, в то время как конкретные образовательные организации выполняют вспомогательные функции. Они способны быстро и эффективно удовлетворить потребности конкретных рыночных сегментов, в особенности сегментов трудового рынка.

Очевидно, что заочное образование будет играть все более важную роль и в становлении новой журналистики. Уже сегодня ощущается

растущая нехватка преподавателей, образовательных администраторов и других образовательных профессионалов в области рекламы и связей с общественностью, в освоении новых компьютерных технологий.

Мировая практика имеет в этом отношении интересный опыт, который может быть использован и в нашей стране. Как основу дополнительных средств обеспечения предварительного и обязательного или штатного образования преподавателей многие страны используют Интернет. Растет количество высококачественных сетевых ресурсов, разработанных профессионалами, доступных для педагогов по всему миру. Кроме того, число университетов в Северной Америке и Европе, которые предлагают online программы для получения степени и курсы для педагогов со всего земного шара, в последние годы резко возрастает.

Заочное образование может также играть главную роль в модернизации знаний и навыков преподавателей высшей школы и повышения квалификации, которые не только транслируют общие знания, но и создают свои авторские курсы на основе научных разработок. Их назначение — формирование опережающего знания, что требует постоянной работы и погружения в тему. Сетевые ресурсы и обучающие программы как нельзя лучше могут помочь им быть постоянно в курсе развития их научного направления.

Преимущество заочного образования состоит в том, что педагоги региональной системы образования получают доступ к ресурсам ведущих университетов страны и мира, что способствует повышению качества их профессиональной подготовки.

Заочное образование может помочь становлению квалифицированных преподавателей и других профессионалов в области образования в регионах страны, которые не только лучше других понимают особенности своего края, но и способны адаптировать учебные планы и программы в соответствии с национальными стандартами. Они как выразители местной культуры способны сделать образовательный процесс более подходящим для своих студентов и слушателей системы повышения квалификации. Тем самым, способствуя развитию местных педагогов, заочное образование может также играть существенную роль в экономическом развитии сообщества.

В связи с развитием телекоммуникационных сетей не только увеличивается интерес к заочному образованию, но и идет его трансформация в дистанционное. Именно эта тенденция наблюдается в деятельности открытых университетов, которые сегодня есть практически в большинстве стран мира. Наиболее известные из них находятся в Великобритании, ФРГ, Нидерландах, США, Израиле, Канаде, Японии, Италии, Индонезии, Венесуэле и др.

## 13.6. Дистанционное образование — шаг в будущее

Именно эта составляющая системы непрерывного образования дала миру обновленную форму заочного образования, которая в международной практике получила название открытого, а позже дистанционного образования.

Сегодня дистанционное образование во многом ассоциируется с заочным, высшим или последипломным обучением, которое широко практикуется в разных странах. Действительно, дистанционное обучение является, в известной мере, современной формой заочного обучения. Так, информатизация образования привела к возникновению инновационных форм заочного обучения, существенно расширивших его образовательные возможности, в частности, через диалоговое обучение посредством использования компьютеров, проведения телеконференций и т.п. Однако идея дистанционного обучения гораздо глубже, ибо оно выходит за рамки традиционной педагогики с ее ориентацией на получение суммы знаний и формирование умений в средней и высшей школе в заочной форме обучения. Если традиционное заочное обучение конструктивно формировалось в рамках технократической парадигмы, то современное дистанционное образование эффективно развивается благодаря ее взаимодействию с гуманистической парадигмой.

В дистанционном образовании основой образовательного процесса становится самостоятельность учащегося, его умение работать в диалоге с тьютором, партнерами по учебе, а также со средствами ИТ и телекоммуникационными сетями, выбирая оптимальный режим взаимодействия с ними.

На факультете журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова этой проблемой применительно к журналистике начали заниматься с 1970-х годов. На сегодня это сложившееся самостоятельное научное направление. За эти годы в его рамках подготовлен ряд монографий, книг, сборников статей, организовано большое количество публикаций в открытой печати, благодаря которым термин «непрерывное образование» вошел в нашу жизнь и в педагогическую практику<sup>1</sup>.

Когда в середине 1990-х годов Госкомвузом разрабатывалась «Концепция создания и развития дистанционного образования в Российской Федерации», сотрудники факультета журналистики принимали в этой работе самое активное участие.

---

<sup>1</sup> См.: *Горохов В.А., Коханова Л.А.* Основы непрерывного образования в СССР. М., 1987; *Коханова Л.А., Фадеев В.А.* Непрерывное экологическое образование в СССР. М., 1985 и др.

Именно с этой концепцией в России связывают появление дистанционного образования. В данной концепции (ее проект принят за основу постановлением ГК РФ по высшему образованию от 31 мая 1995 г. № 6) определение дистанционного образования формулируется следующим образом: «Дистанционное образование — комплекс образовательных услуг, предоставляемых широким слоям населения в стране и за рубежом с помощью специализированной информационно-образовательной среды, базирующейся на средствах обмена учебной информацией на расстоянии».

В этот же период формируются образовательные сети, представителями которых выступили FREENET и RUNNET. В 1997 г. Министерство образования организовало эксперимент в области дистанционного образования, участниками которого стали шесть отечественных вузов. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова опять-таки обеспечивал информационную поддержку данного эксперимента и был его непосредственным участником.

В результате уже на тот момент были созданы оригинальные методы дистанционного образования, которые в последующие годы получили свое дальнейшее развитие. Они опирались на новейшие информационные технологии и средства телекоммуникаций. Были предложены две методики образовательного процесса, которые открывали новые возможности для развития дистанционного образования: сетевая электронная интернет-библиотека и мультимедийное спутниковое телевидение.

Кроме того, уже тогда появились предпосылки обеспечения образовательного процесса по отдельным специальностям с использованием технологии дистанционного образования, разработаны специализированные учебные методические пособия по основным учебным дисциплинам. Энтузиастам этого начинания удалось определить специфику работы преподавателей при использовании технологий дистанционного образования, разработать методические основы их деятельности, организовать их подготовку. «В ходе эксперимента создана широкая сеть филиалов и региональных учебных центров, охватывающих большую часть регионов России», — писала тогда пресса.

Она увидела перспективу этого начинания и поддержала. Сегодня можно уже говорить об истории дистанционного образования, которое наглядно демонстрирует наличие ряда устойчивых характеристик данной формы обучения. Оно предоставляет весь спектр уровней подготовки от начального до высшего образования и нацелено на людей разных возрастов: от маленьких детей до людей зрелого возраста. Круг преподаваемых дисциплин необычайно широк: от стено-

графии или горного дела до общего образования. Журналистика занимает в нем достойное место, постоянно расширяя ареал специализаций, регулярно вводя новые, которые предлагает практика.

Применяемые методы не менее разнообразны и включают переписку, использование печатной продукции, радио и телевидение, практические семинары и открытые экзамены. Системы дистанционного образования организованы во многих странах.

Социальные и исторические предпосылки, способствующие появлению этих систем в разных странах, различны: территориально рассредоточенное или перемещенное население, государственное устройство и стремление к независимости, войны и революции, индустриализация и демократизация общественной жизни. Но все они объединены основной идеей — развитием новых информационных технологий, которые в равной степени охватывают сферы образования и журналистики. Это их роднит, предопределяя средствам массовой информации роль полигона для отработки новых подходов. Россия в этом процессе присутствует буквально с самого начала и заявляет о себе как законодателе этого процесса.

В новом тысячелетии по мере продвижения человечества к информационному обществу дистанционное образование начинает играть все более значимую роль, демонстрируя свою гибкость и разнообразие форм. Причем это касается практически всех, включенных в довузовское, вузовское и послевузовское образование. В одном из докладов ЮНЕСКО «Открытое и дистанционное обучение. Тенденции, политика и стратегические соображения» отмечается: «Для студента или ученика открытое и дистанционное образование означает увеличение доступа и гибкости, так же как и возможности комбинировать работу и образование. Это может также означать более сосредоточенный подход, обогащение, более высокое качество и новые пути взаимодействия»<sup>1</sup>.

Именно фактор гибкости и разнообразия форм делает его функционально необходимым для индустрии СМИ, которая переходит на другой технологический уровень. Следовательно, каждый, кто желает сохранить свои позиции в этой сфере и преуспеть в ней, просто обязан приобретать новые навыки и умения, пополнять свои знания в той области, которая формируется на его глазах. К тому же, как отмечают специалисты, «журналистика — в высшей степени благодатное поле для того, чтобы молодой человек ощутил себя творчески растущей личностью. Продукты его труда наглядны, при высоком

---

<sup>1</sup> *Открытое и дистанционное обучение. Тенденции, политика и стратегические соображения.* ЮНЕСКО. Париж, 2002. С. 11.

темпе занятий он быстро переходит от простых начальных заданий к усложненным, всегда есть возможность сравнить свою работу с произведениями товарищей. Главное же — нет таких текстов, которые в принципе не требовали бы от автора выражения его внутреннего мира, оригинальной манеры письма, поиска наилучших вариантов композиции и т.п.»<sup>1</sup>.

Технология и адекватное восприятие мира — вот два пути, по которым дистанционное образование дает возможность журналисту совершенствоваться. «Для взрослой аудитории оно предлагает высокое качество и, как правило, рентабельное профессиональное развитие на рабочем месте. Это позволяет модернизировать навыки, увеличивать производительность и развивать новую культуру обучения. Кроме того, это означает разделение затрат, времени обучения и повышенную мобильность обучения»<sup>2</sup>.

Как видим, у зрелых специалистов другие мотивы, благодаря которым они готовы включиться в процесс обучения. Сегодня они в большинстве своем «приходят на курсы повышения квалификации по своей основной специальности, тем более за плату из личного кармана. Эти люди обычно настроены на конкретный производственный или формальный (получение сертификата) результат, они не склонны тратить время на дополнительные поиски себя»<sup>3</sup>.

Но их намного больше устроила бы форма дистанционного образования, если бы она была предложена как государственная. Опросы журналистов и экспериментальные пробы организации подобным образом обучения взрослой профессиональной аудитории это подтвердили.

Но для того, чтобы дистанционное образование как форма обучения, используемая школой, вузом или повышением квалификации, стала самостоятельной структурой системы непрерывного образования, необходима воля правительства. Безусловно, реализация образовательных проектов возможна только при условии, если в этом заинтересована власть. В России сейчас реализуется президентская программа, которая соотносится с международными подходами.

В документах ЮНЕСКО они характеризуются так: «Для правительств главный потенциал в увеличении охвата и рентабельности образования и систем обучения, в способности адресовать целевые группы с ограниченным доступом к обычному образованию и обу-

---

<sup>1</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 67.

<sup>2</sup> *Открытое* и дистанционное обучение. Тенденции, политика и стратегические соображения. ЮНЕСКО. Париж, 2002. С. 11.

<sup>3</sup> Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 70.

чению, в поддержании и увеличении качества и значимости существующих образовательных структур, в гарантии связи образовательных учреждений и учебных планов с появляющимися сетями и информационными ресурсами и в продвижении новшеств и возможностей в области перманентного обучения»<sup>1</sup>.

Открытое и дистанционное образование имеет достаточный потенциал для создания новых форм преподавания и изучения той или иной дисциплины. Это особенно важно для журналистики, где такие предметы сейчас создаются буквально на глазах, например курсы по «оцифровке», т.е. переводу информации в «цифру».

Более того, специалисты данного профиля сегодня востребованы журналистской практикой. Это напрямую связано с развитием информационных технологий. Возникают новые потребности изучения этого явления и информационного доступа к самим знаниям и к технологии овладения этим знанием. Уже в самом близком времени это может привести к обновлению основных направлений образования и тем самым дать эффект вне этой области как таковой. Поэтому открытое и удаленное обучение играет особенно решающую роль в создании глобального общества, основанного на знании и создаваемого не без участия СМИ.

Можно наглядно наблюдать, что развитие журналистики действительно имеет общегосударственное значение, и роль открытого образования несравнимо шире, нежели традиционное заочное обучение будущих специалистов.

Открытое, или дистанционное, образование становится важным элементом формирующейся сейчас системы непрерывного журналистского образования.

### 13.7. Технология дистанционного образования: методы и приемы

Появление новых форм удаленного обучения, основанных на новых информационных и коммуникационных технологиях, в особенности поддержанных Интернетом и использующих Всемирную паутину, имеет большое педагогическое, экономическое и организационное значение. Кроме того, существует тенденция к усиливающейся глобализации общества, а следовательно, таких его институтов, как образование и медиасфера. «Глобальная классная

---

<sup>1</sup> *Открытое и дистанционное обучение. Тенденции, политика и стратегические соображения.* ЮНЕСКО. Париж, 2002. С. 11.

комната» была принята к использованию во множестве проектов, особенно в связи с появляющимися глобальными системами связи.

На поверхность выходит проблема соотношения дистанционного образования и сетевой журналистики, которые при больших различиях между собой имеют много сходных сторон. Если дистанционное образование существовало в течение приблизительно ста лет, то сетевая журналистика появилась буквально в последнее десятилетие в течение одного или двух поколений.

Сетевая журналистика интенсивно развивается, предлагая все новые формы подачи информации, структурно образуется в информационные агентства, издания и т.д. При этом они от только информирования все больше переходят к коммуникации. Тем самым формируется информационно-коммуникационная деятельность, в которой образовательная составляющая все больше дает о себе знать.

С помощью журналистов, работающих в дистанционном режиме, возможно глобальное расширение информационного пространства, изменение технологий кардинальным путем. Стоит упомянуть, что в последние годы все чаще слышны сообщения о перспективах использования компьютерной коммуникации для решения задач, стоящих перед системой образования в целом, и журналистского в частности.

Сеть делает возможным всемирный форум и, следовательно, преподавание курсов, которые могут динамически обновляться ранее недоступными способами. Каждый, кто хочет почувствовать себя студентом вне зависимости от возраста, имеет огромный диапазон ресурсов, доступных и неограниченных временем и пространством. Тем не менее остается значительная работа по поиску и просеиванию методов этих ресурсов для учеников и преподавателей. Эти ресурсы повторно формируют пути обучения студентов и развивают новые подходы к сетевому образованию.

Но этой работой сегодня занимается и журналист, если он считает для себя необходимым соответствовать времени и своей должности. Сеть предоставляет ему возможность собирать и отбирать исходный материал, учит его анализировать, да и просто следить за событиями в мире, что позволяет определять тенденции развития общества.

Практически и с одинаковыми проблемами сталкиваются обе эти сферы: образование и журналистика. Одна из них — это транскультурный характер сети, который создает сложности законодательного и общественного контроля. Он вызывает и опасения, что местной культуре может угрожать интернациональная культура раз-

витых стран. Последствия их экспансии, заданности информации, навязывание своих ценностей и приоритетов могут сделать мир однопольным.

### *Резюме*

Таким образом, дистанционное образование все больше охватывает не только вузовское, но и довузовское и послевузовское образование. Конечно, это стало возможным благодаря использованию Интернета. В удаленном обучении он теперь преобладает, сокращая корреспондентские формы обучения, межличностные контакты. А общение становится более интенсивным, сокращаются расстояния, значительно меньше времени тратится на переезды и перелеты. Общение, а следовательно, обучение и информирование становятся принципиально иными.

Несмотря на то, что проблематика обучения на расстоянии широко обсуждается, многие отечественные авторы понимают и трактуют его по-разному. Педагогическое осмысление процессов, связанных с применением новых коммуникационных технологий в образовании, в том числе и в журналистском, отстает от успехов в области технологии.

Педагогическая журналистская наука привычно отстает от образовательной практики и непосредственно журналистской деятельности. Сделаны лишь первые шаги на этом поприще, а предстоит сделать много. Причем это должен быть государственный заказ, целевая программа, объединяющая разного профиля исследователей, и начинать работу надо как можно быстрее. Силами одного, даже ведущего факультета, с такой работой не справиться.

Без комплексного исследования не ответить на ряд вопросов, которые ждут своей очереди. Например, каков реальный педагогический эффект интерактивного телевидения, и есть ли перспективы для широкого распространения этой не очень дешевой технологии в нашей стране? Как интерактивное телевидение соотносится с компьютерными видеоконференциями и в чем методические особенности использования последних в отличие от использования обычных, всем знакомых компьютерных конференций? Как эти технологии соотносятся с реальной практикой использования компьютерной коммуникации в образовании? Что такое «телеобучение»? Каково будущее у телекоммуникации в образовании? Как это будущее связано с глобальными процессами информатизации жизни общества? Каковы последствия этих изменений для функционирования организаций? И многие другие.

Полагая, что журналистика по долгу службы уже могла бы стать экспериментальной площадкой, журналистская наука идет на сближение с педагогикой и апробирует на практике новые технологии обучения. Как известно, репродуктивное учение, или «учение по образцу», которое весьма эффективно при передаче способов простых действий, плохо подходит для обучения интеллектуальной деятельности. Такой подход не только методически ошибочен, он и не продуктивен. Вместо этого дистанционное обучение позволяет своей аудитории самой отвечать на поставленные перед ней вопросы, осмысливать происходящее и приходить к определенному результату. Поэтому становление непрерывного журналистского образования, которое активно использует формы дистанционного обучения, следует рассматривать как промежуточный шаг на пути становления дидактики открытых учебных архитектур.

Повсеместно признано, что в последние десятилетия произошло интенсивное развитие дистанционного или удаленного образования. Включенное в традиционные формы обучения, как, например, высшее образование, оно дало неплохие результаты. Главное, благодаря новым подходам, стало коренным образом меняться видение образования и риторики как вида журналистской деятельности, что позволяет рассматривать их в рамках концепций современных технологий.

Информационная революция продолжается, и постоянно появляются новейшие технологии, которые приходят на смену новым и которые неплохо было бы использовать в образовательном процессе, в первую очередь в дистанционном образовании, удобном и понятном при обучении широкому спектру профессий, особенно журналистике.

## Глава 14

# Обучение в действии

### 14.1. Маркетинговый подход

В современных условиях настоящая перестройка государственной системы журналистского образования просто обязана ориентироваться на широкомасштабные маркетинговые исследования. Собственно понятие «маркетинг» означает организацию производства под прогнозируемый спрос отрасли, для которой она готовит кадры, т.е. СМИ. Сегодня российская система образования, включая и высшую школу, также претендует на то, чтобы стать отраслью, производящей образовательные услуги. Следовательно, каждая его структура: школа, вуз, институт повышения квалификации — это производственное предприятие. Тогда ее выпускник есть наукоемкий товар с заданными структурно-функциональными качествами (знаниями и навыками). Задача каждого структурного подразделения — чтобы этот товар нашел потребителя, т.е. работодателя в той сфере, для которой его готовили. В данном случае это формирующаяся индустрия СМИ.

Если мы хотим иметь серьезную журналистскую школу, высшую в том числе, то необходимо в нынешних рыночных условиях с сопутствующей модернизацией технологической базы осуществлять и маркетинговую концепцию ее развития, которую условно назвать концепцией «маркетинга журналистских кадров». Эта стратегия представляется как система следующих исследовательских и конструкторских направлений:

- прогнозирование политико-идеологических ситуаций и типов лидеров общественного мнения (программа «Маркетинг»);
- критическое осмысление систем подготовки лидеров общественного мнения, в частности журналистов (программа «Конкуренты»);
- моделирование оптимальных квалификационных характеристик для выпускников различных журналистских профессий (программа «Выпускник»);

- моделирование оптимальных учебных планов по различным журналистским специальностям (программа «Дисциплины»);
- моделирование оптимальных учебных курсов и оптимального ассортимента научно-учебных текстов (программа «Учебники»).

В рамках данного контекста наибольший интерес представляет программа «Выпускник», на которой и остановимся более подробно. Она предполагает, что для российской системы образования характерна подготовка специалистов широкого профиля. Давно ведутся споры вокруг понятия «широкий профиль», но тем не менее именно этот подход превалирует и сегодня. Глубокое толкование его сути: университетская фундаментальность подготовки отнюдь не исключает одновременную специализацию.

Сочетание этих двух начал лежит и в основе организации производственной практики, будь это довузовское, первое или второе вузовское образование или повышение квалификации. Формированию творческого мышления специалиста активно способствуют творческие занятия, которые проводятся в аудитории или непосредственно в редакциях СМИ. В приобретении же специальных навыков и в ускорении адаптации к конкретным условиям труда практике принадлежит несомненный приоритет, и место ее проведения — только реальное журналистское производство.

Именно необходимостью включения в журналистский процесс было вызвано стремление студентов сначала факультета журналистики МГУ, а затем факультетов журналистики и других вузов увеличить в расписании часы на работу в редакции. Это обосновывается тем, что их менее всего удовлетворяют такие стороны учебного процесса, как преподавание профессиональных дисциплин, основ специализации, эмпирических методов журналистской деятельности. Думается, именно здесь заложена причина, по которой 64% молодых специалистов, приходя в редакции, испытывают трудности. Сошлемся на примеры типичных замечаний из отзывов о стажировке по окончании университета.

Так, руководство Томского телерадиокомитета констатирует, что только несколько недавних выпускников быстро освоили специфику радио и телевидения, проявляют инициативу в поиске тематики передач и могут работать совершенно самостоятельно. Но при достаточной профессиональной подготовке они не были готовы к организационной работе, эффективному использованию рабочего времени. Доучивание осуществлялось уже в процессе производства.

Молодое пополнение «Камчатского комсомольца» хорошо владеет различными жанрами выступлений, уверенно берется за сложные темы и решает их на должном уровне. Из недостатков же, со временем устранимых, в редакции отмечают их неумение работать с авторским активом.

Старшие коллеги с похвалой отзываются о фундаментальной теоретической подготовке, а критические замечания высказывают по поводу специализации, инструментальных навыков, уровня организации дисциплины. В итоге все-таки начинающие журналисты в течение первых лет приобретают требуемые качества, обнаруживают хорошие перспективы творческого роста.

По прошествии сравнительно короткого времени питомцы университетов становятся ведущей силой творческих коллективов. Таким образом, выясняются существенные вопросы практического обучения студентов. Как добиться, чтобы разнообразные творческие потенции сочетались с компетентностью в определенных тематических направлениях? Как помочь учащимся на всех уровнях системы непрерывного образования накопить первичный производственный опыт, обеспечивающий выпускнику быстрейшее включение в редакционную жизнь?

Устоявшаяся система практик в вузе стимулирует расширение профессионального кругозора студентов. Практикантам рекомендуется за годы учебы по возможности побывать в нескольких регионах страны, чтобы составить более полное представление о географии российской журналистики. Но для ускоренной адаптации специалистов требуется основательное знакомство с конкретной редакцией. Эти положения могут показаться противоречащими друг другу.

Студенты старших курсов проходят школу мастерства в редакциях изданий более высокого ранга, где им предоставляется возможность ознакомиться с методами работы признанных публицистов и ведущих редакций страны.

Существует мнение, что в вузах не всегда правильно ориентируют студентов. В действительности десятки выпускников столичных университетов, равно как и других вузов, идут работать в местные газеты или на студии. Факультеты журналистики по-прежнему уделяют повышенное внимание подготовке специалистов для региональной прессы. Но нельзя не видеть и того, что сегодня требуются новые шаги навстречу запросам редакций и, прежде всего, отдаленных районов, где СМИ развиваются стремительно, во многом опережая центр. Примером может служить окружающая телерадиокомпания «Югра», которая готова взять на себя основную нагрузку по

внедрению цифрового телевидения в Ханты-Мансийском автономном округе. По словам губернатора Александра Филипенко, «цифровизация телекоммуникаций уже почти стопроцентная», а 50 работающих в округе телерадиокомпаний оснащены самой современной цифровой техникой. Их технологическая база сформирована с учетом новых форматов, используются современные безленточные и IP-технологии, а производство программ ведется в «цифре». Лишь на последнем этапе цифровой продукт транскодируется в аналоговый<sup>1</sup>.

Безусловно, все это требует иных инструментальных навыков и умений специалистов, которыми овладеть в течение практических занятий не просто, но возможно. Представители региональных СМИ отмечают, что им «пока не хватает не столько денег, сколько времени, но главное — нет нужных специалистов»<sup>2</sup>.

Директор экспериментальной творческой лаборатории неигрового кино ООО «Студия О.К.» О. Корниенко уверена: «За этими фантастически творческими буднями стоят и жесткие, порой даже беспощадные практические реалии: скрупулезные финансовые подсчеты, постоянные поиски денег, нехватка знаний и ... поиск компетентных профессионалов в своей области»<sup>3</sup>.

«Да простят меня коллеги, — говорит она, — но для создания высокого уровня конкурентоспособного продукта опыта сургутян пока недостаточно»<sup>4</sup>. Поэтому столь важно обновление программ практических занятий, которые не должны сводиться к полной переориентации на материалы региональных средств массовой информации. К сожалению, они пока еще далеко не всегда и не везде служат эталоном мастерства.

Главный путь решения поставленных задач — формирование специалиста, владеющего началами всех основных видов журналистской деятельности, ее методикой и техникой, усвоившего ее профессионально-этические нормы. Имеется в виду такая направленность учебного процесса во всех формах системы непрерывного образования, которая ведет к образованию механизма предупреждения неожиданностей в выполнении служебных функций, чем бы ни пришлось заниматься в будущем.

---

<sup>1</sup> См.: Уразова С. Цифровая Россия — далекая и близкая, или четыре пункта резолюции// ТелеЦЕНТР. 2005. № 5 (13). С. 14.

<sup>2</sup> Корниенко О. Югра — благодатный край для творчества// ТелеЦЕНТР. 2005—2006. № 6 (14). С. 58.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Там же.

Добиться этого возможно, если программа практики будет более тесно связана с основными курсами, ориентированными на специализацию, и по праву станет их составляющей, будь это медиа-класс или курсы по повышению квалификации. Тогда проще будет ликвидировать пробелы, отмечаемые в отзывах о подготовке специалистов на любой ступени системы. В рамках только производственной практики это сделать невозможно — иначе редакции справлялись бы с этим без труда и в предельно короткие сроки. Очевидно, до сих пор содержание аудиторных занятий не в полной мере отражает характер журналистской деятельности. Значит, нужно увеличить объем дефицитных знаний в теоретических курсах и создать систему соответствующих профессиональных упражнений в течение года — как для отработки приемов организаторской практики, так и для тренировки в использовании политической, экономической, экологической и другой информации при создании публицистических произведений. Поздняя специализация по средствам информации дает возможность познакомиться с тем, как разнообразны варианты применения знаний и навыков в печати, на радио и телевидении. В то же время, как признают специалисты, уже на начальных стадиях целесообразно рекомендовать перспективные направления тематики, учить заранее готовить их к выбору тех спецкурсов, спецсеминаров, дипломных сочинений, творческих студий, которые более всего соответствуют потребностям будущих заказчиков молодых специалистов.

Совмещение в производственной практике двух тенденций — ранней специализации (по тематике и отделам редакций) и универсализации (по отношению к методам сбора и обработки информации, общения с аудиторией, осмысления явлений действительности) нашло отражение в сквозной программе практики, разработанной на факультете журналистики СПбГУ. Такой документ позволяет планировать подготовку специалистов на длительную перспективу: в частности, он ориентирует студента на поэтапное овладение методикой массовой работы, применение конкретно-социологических подходов к проблеме взаимодействия с читателем, все более глубокое освоение избранной тематики благодаря расширяющимся представлениям о жанровых и технических возможностях СМИ и т.д.

Но пока еще не найдены формы контроля и критерии оценок, которые позволяли бы наилучшим образом управлять методической подготовкой студентов и стимулировать повышенный интерес к ней будущих журналистов. Одной из таких форм могут стать

типовые схемы защиты материалов практики, предполагающие анализ эффективности журналистского поиска, использования источников информации, применения не только литературных, но и организаторских приемов сотрудничества в прессе, критический разбор результатов практики экономистами, политобозревателями и другими специалистами. Разумеется, такие разработки должны учитывать специфику различных органов журналистики и привязывать оценку успехов студента к возможностям той или иной базы практики.

Особого одобрения заслуживает практика тех учебных заведений, где развернута целевая подготовка специалистов. Она начинается с поиска и привлечения в вуз нужных абитуриентов — без этого трудно добиться живого интереса к занятиям и добросовестного отношения к обязанностям молодого специалиста. Данная проблема, разумеется, стоит не только перед факультетами журналистики. Исследование социальных психологов в Санкт-Петербурге показало, что основной причиной отсева студентов служит случайный выбор профессии, когда его мотивом являются внешняя привлекательность и престижность, а главным ориентиром выступает мнение родственников и знакомых. Тем самым предопределяется слабое развитие профессиональных качеств у дипломированных специалистов. Сотрудники Дальневосточного государственного университета выяснили, что этот факт отрицательно сказывается и на учебе студентов-журналистов, и на их работе в дальнейшем.

Ошибочность представлений об избранной профессии свойственна значительной части поступающих на факультеты журналистики. По данным проведенного опроса, мотивами выбора слишком часто являются личные потребности (в самообразовании, общении с людьми, познании жизни и т.п.), а не намерение активно влиять на действительность; в тематике будущей работы предпочтение отдается культуре, искусству, молодежной жизни, международным отношениям; причинами первоначального интереса к журналистике чаще всего послужили увлечение литературным творчеством или советы родственников и знакомых, а не собственный опыт сотрудничества в печати.

Вывод о необходимости активизировать профориентацию представляется бесспорным. Однако собственных сил факультетов хватает в лучшем случае на то, чтобы распространить информацию о профессии и учебном процессе, на ведение занятий со слушателями «малого» подготовительного факультета или курсов и членами довольно ограниченного круга рабкоровских объединений. Стремить-

ся же надо к планомерному отбору кандидатов в журналисты и предварительной проверке их качеств, т.е. к созданию своего рода подготовительных классов за пределами университетов. По договоренности с университетами эту миссию могут взять на себя будущие заказчики молодых специалистов. Таким образом, организуется взаимодействие в начальном и заключительном звеньях единой цепи подготовки, и остается привлечь заказчика к регулированию самого учебного процесса.

Применительно к студентам обычного набора следует говорить о введении элементов целевого обучения. Здесь факультеты нуждаются в помощи местных организаций Союза журналистов, среди которых также следует искать партнеров для повседневных контактов с миром практической журналистики. Об это неоднократно говорил профессор Я.Н. Засурский, выступая на съездах Союза журналистов России. В резолюциях съездов, постановлениях уважаемых форумов эта мысль постоянно фиксируется и получает всеобщее одобрение. Деятельность ряда местных организаций по выявлению молодежи, достойной занять место в аудиториях университетов и пополнить редакции. К данному вопросу постоянно возвращаются на съездах и конференциях. В решениях записываются требования активизировать участие редакционных коллективов и профессиональных организаций в отборе абитуриентов, учебном процессе, шефстве над молодыми специалистами.

Бесспорно, первоначальное представление о профессии дает медиакласс. Но это скорее курс введения в профессию. Что касается умений и навыков, то они осваиваются на уровне пробы пера, пробы своих сил. Тем не менее, профориентация играет существенную роль в выборе профессии и ее ни в коем случае нельзя сбрасывать со счетов. Она необходима для верного выбора профессии — через практику. Это позволяет уменьшить число ошибающихся абитуриентов при выборе профессии.

Профессиональные навыки другого порядка — знание компьютера с детства и умение на нем работать профессионально, с учетом требований журналистики нового времени. Сегодня это направление становится основным в деятельности медиаклассов.

Довузовская подготовка всегда в большей степени предполагала подготовку к вступительным экзаменам в вуз, она является подготовительной ступенью. Поэтому так распространены всевозможные подготовительные курсы, школы, кружки. Весьма распространено репетиторство. Но все больше и на стадии включения в журналистику востребованной становится практическая деятельность буду-

щих журналистов. Так, учащиеся медиакласса школы № 179 работают в пресс-центре Олимпийских игр, в пресс-центре Международной химической олимпиады, создают свой сайт, издают молодежную газету. Это помимо стажировок и практик в самых разных изданиях Москвы.

## 14.2. Принимающая сторона — индустрия СМИ

Все это — реальные и необходимые пути укрепления связи образования с практикой. Перед факультетами журналистики стоят задачи разработать и ввести в действие методические основы контактов такого рода, причем не только в пределах Садового кольца. И чтобы речь шла не только о вузовской, но и довузовской и послевузовской подготовке.

Однако инициатива университетов не принесет должных результатов, пока в масштабах страны не будет внедрена система контроля качества подготовки молодых специалистов и их адаптации на местах распределения. В этом убеждают, например, попытки многих вузов наладить контакты с редакциями и быть постоянно в курсе того, как проходит стажировка их выпускников. Однако деканаты сталкиваются с невнимательным отношением к стажировке со стороны редакций, и причиной тому недостаточная информированность журналистов об обязанностях принимающей организации, и ограниченные возможности, как правило, малочисленного коллектива наладить профессиональное наставничество. Есть основной смысл перенести основную тяжесть методической и организационной работы по стажировке в творческие секции Союза журналистов России.

Но насколько они готовы? Кто сегодня конкретно представляет отрасль, с которой сотрудничает система журналистского образования? На каком уровне определяется связь: образование журналистов — их практика?

Как ни парадоксально, но взаимодействие системы подготовки кадров и средств массовой информации осуществляется на уровне «школа (вуз) — редакция». Причем инициаторами такого сотрудничества в большей степени выступает образовательная структура. «Профессиональный патриотизм работников высшей школы толкает их к уверенности в том, что роль университетов как «рассадников» высококачественной журналистики признается всеми и везде, — отмечают специалисты. — Но это заблуждение. От главных редакторов и других сотрудников СМИ нередко приходится слышать обратные

по знаку оценки: самые слабые, мол, кадры поставляют именно журфаки. В полемике бесполезно приводить контрдоводы в виде объективных данных: сколько тысяч специалистов подготовил тот или иной факультет, сколько опубликовал книг, как укрепляет материальную базу и т.п. Личные впечатления для производственника сильнее обобщенных показателей. Более или менее логично, что с нигилистическими высказываниями выступают люди, приходящие в профессию минуя журфаковскую скамью»<sup>1</sup>.

Причем подготовленные высшей школой журналисты не устраивают не только работников российских СМИ. Так, немецкие профессора признают, что, хотя у них на родине действуют солидные учебные заведения, ведущие издательства не всегда бывают довольны качеством подготовки выпускников. Коллеги в редакциях говорят, что «в сущности там учат только тому, что в редакционной практике приобретается автоматически, что называется *learning by doing*» (обучение в процессе работы). Вместе с тем недостаточно уделяется внимания новым журналистским профессиям. К ним относятся редактор телетекста, редактор банка данных, технический редактор, редактор-документалист.

Бесспорно, можно приводить различные аргументы в пользу профессиональной подготовки, которую осуществляет система непрерывного образования на всех уровнях, и считать, что «по существу такие заявления не выдерживают критики, — считают вузовские преподаватели. — Во-первых, они архаичны, поскольку построены на игнорировании опыта нескольких поколений преподавателей и учеников. Во-вторых, в них не учитывается различные способы влияния на начинающего профессионала: университет («целый штат педагогов») оказывает влияние многомерно, «многими личностями», а мастер — небесспорным единичным примером. В оптимальном случае эти линии воздействия не исключают, а дополняют друг друга (еще лучше, если мастеров — несколько)»<sup>2</sup>.

Но есть и другие прямо противоположные точки зрения. Например, «вот мнение человека, который не только окончил университет, но и защитил в нем кандидатскую диссертацию: "Настоящего профессионала может воспитать только профессионал. Формальная система журналистского образования (институт, университет, академия) не нацелена развивать одаренность. Развитие одаренности — это индивидуальное, штучное производство, требующее тесного взаимодей-

---

<sup>1</sup> Маркелов К.В. Психология информационной деятельности // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки. М., 2002. С. 164.

<sup>2</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. СПб., 2004. С. 35—36.

ствия с мастером, который может дать намного больше, чем целый штат педагогов»<sup>1</sup>.

Очевидно, данное противоречие можно разрешить только в том случае, если обеспечить тесное взаимодействие всех заинтересованных в результатах учебного процесса сторон: преподавателей, руководителей баз практики, заказчиков молодых специалистов и организаций Союза журналистов. Если инициатива образовательных структур будет находить отклик в принимающей стороне и дело подготовки кадров станет общим как для системы образования, так и для индустрии СМИ, только тогда можно будет говорить об успехе отечественной журналистики.

Таким результат может быть, если оба социальных института сделают шаг навстречу друг другу, и каждый из них возьмет определенную долю ответственности на себя. Система образования в основу своей деятельности помимо фундаментальной подготовки специалиста положит совершенствование их практических навыков и умений. Как следствие, довузовское, вузовское и послевузовское образования будут вынуждены значительно перестроить учебный, воспитательный и организационно-методический процесс. При улучшении учебно-воспитательного процесса они будут ориентироваться на нужды региональных газет, радио, телевидения, интернет-изданий. Сегодня это уже становится центральной задачей факультетов журналистики. Но они пока одиноки в своих действиях. Чтобы выйти на более высокий уровень развития и добиться качественно других результатов, в основе этой деятельности должна лежать комплексная постановка проблем. На уровне системы непрерывного образования она предполагает объединение усилий всех форм подготовки журналистов: от школы до повышения квалификации, оставляя при этом вузам ведущую роль в выстраивании системы. Тогда комплексность на уровне высшей школы предполагает рассмотрение вопросов отбора абитуриентов, организации аудиторных занятий, производственной практики, стажировки молодых специалистов как элементов общей системы формирования нового поколения кадров, способного в короткие сроки стать ведущей творческой силой редакционных коллективов.

Журналистская отрасль также должна осознать всю важность системной подготовки кадров и изменить свое негативное отношение к той или иной форме образования. Это можно сделать, если практическая журналистика будет включена в этот процесс. Став его участником, вряд ли она будет критиковать его и свои собственные действия.

---

<sup>1</sup> Маркелов К.В. Указ. соч. С. 164.

Тем более, что в истории отечественной журналистики были времена, когда только практики не смогли вывести ее на должный профессиональный уровень. Так, «в конце 20-х годов, когда первый «голод» в кадрах журналистов был удовлетворен и уже существовали институты журналистики, треть работающих в редакциях не имела даже среднего образования, не более 5% были с журналистским образованием, еще 13% — с политическим. Таким образом, редакции комплектовались людьми, мало знакомыми с газетным делом, и подбирались главным образом по партийному стажу и социальному происхождению»<sup>1</sup>.

Ненамного улучшилась ситуация в прессе и в следующее десятилетие. Причина опять заключается в том, что недостает подготовленных профессионально журналистов. Исследователи пишут: «С развитием широкой сети журналистских вузов и партшкол в 30-е годы руководящие кадры пополнялись за счет специалистов, прошедших партийно-журналистскую подготовку, рядовые журналисты имели диплом института журналистики либо заканчивали литфаки. Но и тогда сотрудников со специальным журналистским образованием в редакциях было очень мало»<sup>2</sup>.

Сегодня большая часть сотрудников редакций имеет высшее образование, не всегда профильное. Очевидно, что это другой уровень культуры, но и его уже недостаточно в свете идущих глобальных перемен. Поэтому чем скорее вся индустрия СМИ в целом и каждая редакция в частности осознают важность участия в подготовке кадров для себя, тем более конкурентоспособной станет и вся журналистика, и отдельное издание или телевизионная или радиопрограмма.

Опыт по созданию студий на базе ведущих изданий страны в течение двадцати лет позволяет утверждать, что это возможно и очень востребовано как высшей школой, так и журналистикой. Этим просто надо заниматься. Работа в студиях убеждает, что учебная работа тесно переплетается с профессиональным воспитанием журналистских кадров. Эти процессы неотделимы друг от друга.

Принципиальная особенность современной прессы состоит в том, что она представляет собой орган коллективной мысли и коллективного действия. Причем это в равной степени касается печати, радио, телевидения и интернет-изданий. Согласованность ансамбля, отношения взаимопонимания и поддержки между коллегами, взаимозаменяемость и соавторство — нормы редакционной жизни, и молодой специалист должен усвоить их до того, как переступит порог редакции.

---

<sup>1</sup> См.: *Свищич Л.Г.* Профессия: журналист. М., 2004.

<sup>2</sup> См.: Там же.

На это нацелены первые практики в медиаклассах, когда будущие журналисты начинают осознавать, что их индивидуальное творчество может быть востребовано, если оно будет составной частью общей редакционной работы. Выпуски школьных газет, чаще интернет-выпуски — это первый шаг во взрослую журналистскую жизнь. Студент познает значение коллективизма для производства в течение первого года обучения во время выпуска учебной газеты. Остальные задания он выполняет индивидуально. На практике же учащиеся приобретают не только навыки, но и своеобразную психологическую инерцию совместного труда. Важно по возвращении практикантов в университет поддержать эту готовность, развить ее, превратить в привычку.

Это становится возможным, если контакты с редакционными коллективами сохраняются и на последующие годы. Студент приходит работать сначала на условиях договора, затем его берут в штат редакции, и он постепенно начинает продвигаться по служебной лестнице. Большинство профессиональных судеб в журналистике именно так выстраивались. Это еще один аргумент в пользу сотрудничества системы образования и индустрии средств массовой информации в подготовке кадров.

Таким сотрудничеством обычно руководят два человека — журналист и преподаватель. Как правило, студенты приходят в редакцию группой и организуется самостоятельный процесс. Групповая работа — хорошая страховка для каждого. Практиканты не мешают производству. Со временем выясняется, что они востребованы в большинстве отделов.

Именно поэтому студия как форма подготовки студентов стала равноправным компонентом в учебном плане. Она многовариантна. Каждый вуз привносит свою специфику в организацию практической деятельности редакции. В свою очередь, журналисты предлагают свое видение этой составляющей части учебного процесса. Так, при невозможности направить большую группу студентов в одну редакцию некоторые университеты посылают их в две-три газеты и телерадиокомитет одного города. Тогда и защита материалов практики превращается в подведение итогов коллективного труда, где ясно виден вклад каждого работника, а это ведет к сплочению студенческой группы.

Кстати сказать, преподавателям таким образом значительно легче руководить практикой на месте ее проведения, особенно если речь идет о летнем периоде. Организованная по образцу и подобию студий она претерпевает качественные изменения. К тому же у факультета или отделения журналистики устанавливаются партнерские отношения с прессой города, региона в целом. Это позволяет выходить на другой более высокий уровень сотрудничества.

Не только отдельные редакции, но власть и ее структуры, которые ведают информационной политикой города, региона, видят, насколько эффективно работают студенты. Так, в течение десяти лет работы отделения журналистики Черноморского филиала МГУ имени М.В. Ломоносова в городе Севастополе именно работа студентов во время летних практик убедила руководство города и флота, что они работают профессионально, показала, что они востребованы и какова отдача от их деятельности.

Сами задания на лето предусматривали совместные действия студентов: проведение рейдов, «репортаж двумя перьями», «круглые столы», «летние школы», «выездные приемные» и т.п. «Школы парламентской журналистики», которые стали традиционными за эти годы, позволяют студентам встречаться с первыми лицами флота, города, Автономной Республики Крым. Проводимые фокус-группы по актуальным темам, например развитию малого предпринимательства, пользуются спросом не только у политической, но и деловой элиты города, региона.

В последний год было проведено комплексное исследование: «Пресса и образ власти». По его результатам прошел ряд встреч с лидерами общественной жизни, которые представляют все ветви власти. Исследовательская и журналистская деятельность стала хорошей основой для подготовки курсовых и дипломных работ студентов. Они оказались в большинстве своем востребованы городом и флотом. Так, во время защиты в редакции газеты «Флаг Родины» прошел «круглый стол», на котором состоялась презентация работ, посвященных актуальной на данный момент теме — сложившейся ситуации в Севастополе и Крыму.

Как видим, накопленный на факультетах журналистики опыт убеждает, что бригадный метод, применяемый, например, во время производственной практики студентов, весьма успешен. Под этим углом зрения вузы пересматривают и характер обсуждения материалов практики, и содержание профессионального тренинга в течение семестра.

Групповая практика — общепринятый в вузах страны метод обучения, который находит все большее применение в журналистском образовании. К нему все больше присматриваются и средства массовой информации, так как результат совместных студенческих усилий, как правило, по качеству исполнения значительно выше.

На собственном опыте они убеждаются, что традиции и нормы высшей школы лежат в основе воспитания привычки к трудовой дисциплине, что является одной из существенных причин, по ко-

торым студент не сразу принимается в редакционный коллектив. Если школьный или вузовский педагог приучает будущего сотрудника к работе в условиях редакции, то журналисты это только приветствуют.

Очевидно, вузы не стремятся переложить основную нагрузку на базы практики. Они оставляют за собой функцию контроля за выполнением студентами академических обязанностей. Только в этом случае учащиеся будут подготовлены к соблюдению правил производственного распорядка в редакции. Опыт показывает, что нарушение или даже отсутствие детальных графиков сдачи учебных заданий, недостаточная унификация требований, многочисленные поблажки под предлогом индивидуальных заданий ведут к увеличению разрыва между запросами жестко регламентированного производства и способностью молодого специалиста следовать им повседневно.

Практика обнаруживает этот изъян в подготовке особенно отчетливо, ибо студент отказывается вне сферы контроля со стороны деканата, а базовые редакции зачастую проявляют излишнюю терпимость по отношению к временным чужим для них сотрудникам. Более того, нарушение требований деканата и учебного графика порой мотивируются просьбой или даже распоряжением ректора. Например, положение о практике на факультете журналистики СПбГУ рассматривает этот вид подготовки как полноценную часть учебного процесса. Оно не предполагает какой-либо «двойной» подчиненности учащихся, но имеет в виду только частные изменения в программе, вызываемые производственной необходимостью редакции и не ломающие установленный на факультете порядок. Существуют достаточные предпосылки для того, чтобы на студентов-нарушителей воздействовать административными методами и корректировать оценку за практику с учетом дисциплинарной характеристики, отношения к работе. Задача факультета заключается в более активном использовании этих инструментов профессионального воспитания.

Одновременно и от самого деканата требуется системный подход к организации работы. Это проявляется прежде всего в точном планировании практики в графиках учебных занятий и трудового семестра, безусловном отказе от замены в соответствии с учебным планом работы в редакциях различными видами общественно-политической деятельности, сокращении числа инициативных заявок от студентов и точное определение постоянных баз практики. На факультете журналистики такая перестройка происходит не безболезненно, но только она способна изменить порой несерьезное отношение части студенчества к учебным обязанностям в летнее время.

В немалой степени четкость работы зависит и от обеспеченности типовой документацией — методической и служебной, разработка которой составляет одну из обязанностей отдела практики и распределения факультета. Системно организованное делопроизводство заметно оживляет и облегчает контакты факультета со студентами и организациями-партнерами.

Но преодоление недоверия к журналистике в целом и региональной в частности, равно как и решение других учебно-воспитательных проблем, невозможно без заинтересованного участия центральных и местных органов СМИ. На каком этапе их включение в практическую подготовку студентов наиболее целесообразно? В идеале, хотя и вполне достижимом, речь должна идти о неразрывности контактов на протяжении всего университетского цикла, на каждом его этапе. Равно как и их участие в довузовском и послевузовском процессах постижения и совершенствования журналистского труда.

### 14.3. Повышение квалификации — содружество с индустрией СМИ

В отрыве от реальных запросов функционирующей журналистики повышение квалификации не сможет существовать. Правда, следует отметить, что повышение квалификации стало частью понятия «послевузовское образование» или «образование взрослых». Теперь это предполагает еще и второе высшее образование по журналистскому профилю, всевозможные курсы по новым направлениям, дающие сертификат, школы и даже VIP медиаклубы. Этот образовательный проект предложил Институт региональной журналистики, который целью своей деятельности ставит повышение квалификации работников СМИ. Помимо привычных семинаров, как выездных, так и стационарных, он разработал программу «Формирование информационной элиты общества». Целевая аудитория — главные редакторы, их заместители, ответственные секретари региональных СМИ, которых можно отнести к категории топ-менеджмента.

Первая площадка — Пермский край. Причем новостным поводом послужило его объединение. В течение года отрабатывалась модель данного образовательного проекта. Сейчас в планах института его расширение, так как действенность такой формы повышения квалификации руководителей региональных СМИ очевидна.

## **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

### ***VIP медиаклуб открывает двери***

В последние дни ноября уходящего 2005 года в пермском Доме журналистов гостеприимно открыл двери VIP медиаклуб. Каковы цели этого сообщества журналистов? Почему именно Пермь стала отправной точкой? На вопросы нашего корреспондента отвечает руководитель проекта профессор Людмила Коханова.

Думаю, не ошибусь, если скажу, что большинство из нас недовольно нашей прессой. Мы устали от негативной информации. Но какой она должна быть? Например, с 1 декабря 2005 г. на карте нашей станы появляется новое территориальное образование — Пермский край. Что по этому поводу пишут федеральные и региональные издания, каким образом информируют аудиторию теле- и радиоканалы? Достаточно объективно объяснили ли они своим согражданам, что каждому из них даст это объединение?

Поэтому вполне логично, что тема первого заседания — «Информационное обеспечение устойчивого развития региона».

<...>

Сам факт объединения Пермского края — хороший повод объединить усилия журналистов, ведущих политиков, представителей государственных, общественных организаций, бизнес-элиты — в освещении этого события. Поэтому нас порадовало, что на первое заседание клуба пришли депутат Государственной Думы, председатель подкомитета по европейскому сотрудничеству Комитета по международным делам А.А. Климов, заместитель губернатора Пермской области О.Е. Ощепков, депутат Законодательного собрания К.Н. Окунев и др.

Есть хорошее утверждение, что тот, кто информирован, тот и вооружен. Подчас качественной информации недостает и самим журналистам. Поэтому они с удовольствием пообщались с В.В. Кравцовым, советником председателя комитета по информационной политике Государственной Думы, С.В. Абышевым, заместителем председателя Координационного совета Института устойчивого развития поселения, Н.П. Тарасенко, заместителем генерального директора ИД «Экономическая газета», которые специально приехали из Москвы, чтобы принять участие в работе клуба.

<...>

Они (выступающие, — *авт.*) отмечали, что идея хороша: информирование из первых уст, и когда ньюсмейкерами выступают руководители региона и центра. Однако журналистам очень хотелось, чтобы первые были действительно первыми, и в числе гостей

были не только ряд депутатов и бизнесменов, но и губернатор края, который более, чем кто другой мог рассказать о том, что ждет этот регион в связи с глобальными территориальными изменениями.

<...>

Мы от души благодарим тех, кто пришел на первое заседание клуба и поддержал это начинание. Тем более, что присутствующими была высказана идея создания попечительского совета. А это значит, что есть надежда — в середине декабря мы встретимся вновь.

Какова будет тема для обсуждения? На этот вопрос мы должны ответить сообща. Однозначно одно: эта проблема должна одинаково волновать и журналистов, и власть, и наше общество, которое стремится стать гражданским, открытым и демократичным, для начала хотя бы в Перми. Поэтому присоединяйтесь.

Двери клуба открыты для всех заинтересованных в нашем достойном информационном будущем.

*Журналист. 2006. № 1.*

Появление институтов, ставящих своей целью работу с профессиональными журналистами, является весьма перспективной тенденцией. Она свидетельствует о том, что отрасль начинает понимать значимость образования.

Однако основной принцип системы непрерывного журналистского образования — это флексибельность, или гибкость, поэтому правомерно, что помимо новых учебных заведений появляются и профильные кафедры в существующих вузах. Так, в Институте повышения квалификации работников телевидения и радиовещания создана кафедра прессы, основная сфера деятельности которой — повышение квалификации региональных журналистов печатных СМИ. Сотрудники кафедры разрабатывают курсы исходя из реальных потребностей журналистов.

В Московском госуниверситете печати (бывшем полиграфическом институте) также начала работать новая кафедра — периодической печати. О трудностях начинания нового дела говорит заведующий бывший главный редактор одной из самых популярных в свое время газет «Советская Россия», профессор М.Ф. Ненашев в интервью, опубликованном в журнале «Журналист»: «Еще одно обстоятельство, которое создает трудности новой кафедре. Очень серьезные изменения произошли в содержании, структуре, ориентирах отечественной журналистики. Это радикально поменяло роли и место редактора и редакции, менеджеров-управленцев и издательств, владельцев и акционеров. Если раньше главной фигурой газеты,

журнала был главный редактор, самым важным звеном была руководимая им редакция, то сейчас все не так. На главные роли вышли владелец, совет директоров, назначаемый им генеральный директор. Редактор и редакция оказываются на втором, если не на третьем плане. Это не плач по ушедшему, а констатация реальности»<sup>1</sup>.

Раз изменились условия (другая страна, рынок, другая журналистика), то как сейчас учить профессии — речь ремеслу?

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

*И здесь будут учить профессии, но совсем не так, как другие*  
Интервью М.Ф. Ненашева корреспонденту журнала «Журналист»  
Ю. Казарину

Нужны новые подходы и решения — и в содержании, и в организации вузовского образования. Мы создаем кафедру с чистого листа и понимаем, что она может обрести индивидуальность, лицо, имя, если не станет повторять зады уже имеющихся многочисленных кафедр в многочисленных вузах.

<...>

#### **И вы нашли такие подходы и решения?**

Да. Нужно было понять: кого, чему, как и зачем учить? В основу комплектования студенческого состава решено взять тех, кому нужно второе образование, кто уже окончил один вуз и имеет склонность к журналистской деятельности. То есть будем иметь дело с теми, кто определился в жизненных и профессиональных планах. Таких людей много. Если учесть, что сейчас издается примерно 40 тысяч газет и журналов, что ежегодно 3—4 тысячи из них умирает и примерно столько же рождается, то очевидно: потребность в кадрах профессионалов огромна. Масса людей приходит в газеты и журналы с интересом и энтузиазмом, но без знаний и навыков.

<...>

В предстоящем 2005—2006 учебном году мы не будем набирать студентов. Поспешность может дискредитировать самые хорошие идеи и замыслы. Весь учебный год будем работать над отбором нужного нам контингента студентов. Но сразу намечаем проводить годовичные курсы повышения квалификации или переподготовки. Ничего общего с тем, что уже существует (трехдневные, недельные, месячные курсы для получения справок и даже дипломов). Мы задумали немножечко иное. Курсы станут как бы частью большого, целого. С октября наберем группу менеджеров по распространению

---

<sup>1</sup> Ненашев М.Ф. И здесь будут учить профессии но совсем не так, как другие. Журналист. 2005. С. 57—58.

печати и группу журналистов. Они будут работать в течение учебного года по особой программе в режиме вечернего и заочного обучения. И по так называемому модульному принципу, очень развитому на Западе. В наборе лекционных, семинарских, практических занятий планируется часть предметов, сдача экзаменов по которым будет засчитываться для получения второго образования. Скажем, слушатель сдает какие-то экзамены на первом году, какие-то — на втором, если необходимо — на третьем. И защищает диплом, получая второе высшее образование. Собственно, в этом и состоит «западный» принцип. За 5–6 лет студент набирает необходимые для получения диплома «зачетные» предметы. Вот такую пока непривычную форму курсов повышения квалификации мы хотим осуществить, начиная с октября 2005 г.

<...>

***А если поставить ваш же вопрос — чему учить?***

Действующие методы страдают общим недостатком: обучение ведется в отрыве от организационной и творческой практики газет и журналов. Даже имеющаяся система практики, стажировки студентов не восполняет этого недостатка — отрыв очень большой. Вот мы и хотим ввести целый ряд новых учебных курсов, обновить темы семинаров, самостоятельных работ, изменить их объем. Надо обязательно вводить такие курсы, как «Управление газетными и журнальными издательствами», «Газетный бизнес», «Проблемы распространения периодической печати», «Интернет в газете и журнале» и многие другие. Мы хотим, чтобы все эти курсы читали практикующие журналисты, редакторы, распространители печати, чтобы они привнесли в процесс обучения дыхание живой творческой практики.

Уповаю и на то, что поломаем существующую практику семинарских и практических занятий по профессиональным предметам. Считаю, что объем семинарских и практических занятий должен быть увеличен вдвое. Темой таких занятий могут стать рубрики, разделы газет. Скажем, каждую неделю в «Известиях» Ирина Петровская ведет большой раздел о телевидении — вот тема семинара. Да еще на одно-два занятия нужно пригласить саму Петровскую — думаю, что мне хватит сил уговорить ее прийти к нам. Ведет в «Вечерней Москве» Николай Михайлов рубрику «Семь дней — семь событий» — вот тема. И сделаем так, чтобы Михайлов пришел. Нужно выбросить такое школярство, как написание рефератов, всевозможных «письменных работ». Оценка работы слушателя, студента — это выход на газетную полосу, выступление в той же «Вечерке», в «Труде», в «Российской газете»...

***Но для этого необходимы принципиально иные, нежели сегодня, отношения кафедры с редакциями газет и журналов.***

Все эти месяцы, что занимаюсь новой кафедрой, я посвятил установлению этих отношений. Встречался и беседовал по 2–3 часа с

главными редакторами, генеральными директорами. Убедил, что разрыв между подготовкой журналистов и практикой редакций можно преодолеть, лишь если сами действующие журналисты станут вести занятия со студентами, если практические занятия, семинары будут проходить непосредственно в газетах. Пока я выбрал три газеты — «Комсомольскую правду», «Российскую газету» и «Вечернюю Москву», т.е. газету «в свободном полете», официальную правительственную и городскую. Выбрал журналы «Родина» и «Журналист». С редакциями заключили договоры. С «Журналистом», например, договариваемся использовать научно-педагогический и учебно-технический потенциал для реализации совместно выработанных программ по подготовке и повышению квалификации кадров, проведению научных исследований и экспериментов. Мы намерены привлекать работников журнала к чтению лекций, проведению семинарских занятий, руководству практикой, стажировкой студентов. Думаем, что будем принимать участие в творческой деятельности редакции «Журналиста», подготовке целевых полос, изучать читательскую аудиторию.

<...>

*Заинтересованы ли редакции газет и журналов в сотрудничестве с новой кафедрой? Я это к тому, ведь традиционно на подобных кафедрах обитают чистые теоретики, от которых редакциям трудно ждать чего-нибудь практически полезного.*

Мы хотим стать практиками. У нас есть предложения, которые получили одобрение редакций и уже нашли отражение в заключенных договорах. Например, будем готовить обзоры-рецензии изданий по той или иной тематике, за тот или иной период. Газета всегда нуждается в том, чтобы кто-то достаточно квалифицированный «со стороны» дал оценку ее работе или какому-либо направлению работы. Можем вести мониторинг по какой-нибудь важной рубрике, по какой-нибудь теме. Много еще чего задумано — все карты пока раскрывать пока не стоит.

Естественно, в полную силу в нынешнем учебном году кафедра еще не развернется — для этого нужны 3—4 года. Но планы и надежды у нас большие, и мы исполнены оптимизма.

*И здесь будут учить профессии, но совсем не так, как другие // Журналист. 2005. № 9. С. 57—58.*

Структурирование послевузовского образования — позитивный момент в реализации идей непрерывного повышения квалификации журналистов. Но он в определенной степени есть производная самоорганизации сообщества работников всех средств массовой информации.

## 14.4. Журналистские организации и профессиональные сообщества — концепция практической журналистики

Последние десятилетия прошлого века были характерны тем, что на медиарынке появился ряд новых общественных образований, в число функций которых обязательно входила образовательная составляющая. На российском информационном поле действует достаточно много различных ассоциаций.

Большинство ассоциаций декларируют очень похожие цели. В частности:

- содействовать обеспечению условий для развития издательского и телерадиорынка России;
- заниматься действующим законодательством, в том числе с целью содействия утверждению и реализации свободы средств массовой информации, дальнейшему укреплению правовой базы деятельности всех сторон информационного процесса;
- принимать участие в создании необходимых условий функционирования средств массовой информации в России, укреплении и развитии материально-финансовой базы, обеспечении их профессиональной и творческой независимости;
- содействовать выработке общенационального тарифного соглашения;
- содействовать формированию профессиональной этики журналистов и осуществлять общественный контроль за ее соблюдением;
- проводить семинары для специалистов на федеральном и региональном уровне в целях повышения их профессионального и творческого уровня;
- организовывать информационно-консультационные мероприятия для медиакомпаний;
- защищать права и свободы журналистов, их экономические и профессионально-творческие интересы, авторские права, честь и достоинство;
- сотрудничать с российскими, иностранными и международными средствами массовой информации и профессиональными организациями журналистов.

Некоторые ассоциации декларируют как цель также лоббирование интересов профессионального сообщества в органах законодательной и исполнительной власти регионального и федерального

уровня и осуществление мониторинга действующего налогового законодательства. При этом они действуют самостоятельно, не координируя свои действия друг с другом. Индустриальное сообщество не смогло пока выработать общие правила игры для всех участников рынка. Именно эти единые правила поведения и явились бы основой для возникновения саморегулируемых отношений на рынке российских СМИ. Но существует ряд причин, тормозящих развитие таких отношений:

- по оценкам разных ассоциаций, как минимум 40% действующих российских СМИ существуют лишь благодаря прямым или косвенным субсидиям. Это означает, что значительная часть игроков на российском рынке СМИ просто не заинтересована в существовании эффективно действующих органов саморегулирования рынка;
- отсутствие координации между существующими ассоциациями и союзами;
- неверно сформулированные задачи. Вместо создания условий для дальнейшего общего развития индустрии, отраслевые ассоциации и союзы сосредоточились на выполнении либо отдельных лоббистских задач, либо на функциях защиты. Некоторые из них фактически превратились в подобие профсоюзов;
- низкий уровень доверия рядовых членов к органам управления ассоциаций и отсутствие веры в их реальные возможности;
- за редким исключением, низкое качество управления;
- недофинансирование; лишь немногие ассоциации собирают достаточное количество членских взносов для выполнения поставленных задач;
- отсутствие статистической информации, необходимой для предоставления обоснований и аргументации, чтобы доказать, что предложения ассоциаций по решению проблем отражают именно интересы индустрии, а не отдельных групп. Отсутствует инвентаризация уже имеющихся баз данных. Медиарынок остается непрозрачным видом бизнеса.

На данный момент журналистское сообщество представлено следующими общественными объединениями.

**Союз журналистов России** — профессиональная, независимая, самоуправляемая общественная организация, объединяющая журналистские союзы республик в составе Российской Федерации, краев, областей, городов федерального значения, а также ассоциации, гильдии, клубы работников средств массовой информации, созданная в 1990 г. Союз журналистов России является основанным

на членстве общероссийским творческим общественным объединением, учрежденным в организационно-правовой форме общественной организации для осуществления деятельности по защите интересов журналистов России.

Сохраняя преемственность российской журналистики, Союз журналистов России является продолжателем лучших традиций Союза журналистов СССР.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Из Устава Союза журналистов России***

Целями и задачами СЖР являются:

- содействие профессиональной творческой деятельности российских журналистов;
- содействие утверждению и реализации свободы массовой информации, укреплению гарантий права граждан на оперативное получение всесторонней и достоверной информации по каналам электронной и печатной прессы;
- содействие распространению средствами массовой информации идеалов толерантности, демократии, уважения прав человека в контексте предотвращения опасностей, связанных с предрасудками и дискриминацией, ксенофобией, экстремизмом и терроризмом;
- участие в создании необходимых условий функционирования средств массовой информации Российской Федерации, укрепления и развития материально-финансовой базы, обеспечения их профессионально-творческой независимости;
- формирование культуры честной и свободной журналистики, базирующейся на общепризнанных принципах профессионального поведения и этики;
- поддержка независимости и плюрализма средств массовой информации; противодействие любым попыткам установления прямой или косвенной цензуры;
- защита прав и свобод журналистов, их экономических и профессионально-творческих интересов, авторских прав, чести и достоинства;
- забота о росте материального благосостояния и социального обеспечения, улучшении условий труда, быта и отдыха работников средств массовой информации, ветеранов журналистики;
- развитие системы журналистского образования и повышения профессионально-творческого уровня российских журналистов;

- привлечение внимания общества к положению дел в средствах массовой информации, укрепление общественного доверия к печатной и электронной прессе, возрождение традиций российского меценатства;
- освещение событий и иных мероприятий в области журналистики;
- участие в мировом журналистском движении, сотрудничество с отечественными и зарубежными журналистскими организациями, средствами массовой информации;
- сотрудничество с международными правительственными и неправительственными организациями в области средств массовой информации;
- содействие внедрению международных норм, касающихся деятельности средств массовой информации в российское законодательство и практику;
- содействие развитию индустрии печатных и электронных средств массовой информации;
- организация работы с молодыми журналистами;
- популяризация лучших образцов творчества мастеров российской журналистики;
- разработка концепций развития организационно-массовых форм сотрудничества журналистов, средств массовой информации, сбор, анализ, хранение и распространение практического опыта, необходимого российским журналистам.

***Гильдия издателей периодической печати (ГИПП)*** — как некоммерческое партнерство создана в сентябре 1998 г. по инициативе ряда ведущих издателей с целью защиты и лоббирования интересов издателей, содействия превращению отрасли в конкурентоспособный и инвестиционно привлекательный бизнес — с профессиональным управлением, высокими редакционными стандартами и экономической независимостью для всех игроков рынка.

Сегодня Гильдия объединяет достаточно представительную часть издательского сообщества: по данным на сентябрь 2005 г. членами ГИПП являются 301 компания, в том числе 188 из них — региональные издатели.

Издателями, входящими в ГИПП, выпускается более 1600 наименований изданий, включая основные ежедневные и еженедельные газеты, деловые, научные, развлекательные журналы. Большинство издателей — членов ГИПП — лидеры в своих сегментах.

Гильдия активно работает: развиваются присущие профессиональной ассоциации направления деятельности, издателям предлагаются разнообразные сервисы и услуги.

**Союз общественных объединений «Международная конфедерация журналистских союзов» (МКЖС)** — является неправительственным, некоммерческим творческим корпоративным объединением журналистов и журналистских организаций стран Восточной Европы и Азии, образованным 23 апреля 1991 г.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### ***Из устава Международной конфедерации журналистских союзов***

Целями и задачами Конфедерации являются:

- объединение усилий национальных и иных журналистских объединений, входящих в МКЖС, координация их деятельности, организация контактов и обмена опытом;
- оказание помощи членам Конфедерации в защите свободы слова и свободы печати, профессионально-творческих интересов, прав, чести и достоинства журналистов, их интеллектуальной собственности;
- содействие органам массовой информации, журналистским объединениям, в беспрепятственном выполнении ими своих профессиональных обязанностей;
- формирование имущества МКЖС на основе вступительных и членских взносов, добровольных взносов и пожертвований, иных не запрещенных законом поступлений;
- содействие распространению газет, журналов, теле- и радиопрограмм, иной информационной продукции;
- представление общих журналистских интересов, а также, в необходимых случаях, интересов отдельных членов МКЖС, в международных организациях, участие в мировом журналистском движении;
- содействие творческому общению, росту профессионального мастерства и компетентности журналистов, утверждению на практике принципов журналистской этики.

Для осуществления уставных целей и задач Конфедерация имеет право:

- свободно распространять информацию о своей деятельности, вносить предложения и законопроекты в органы государственной власти и органы местного самоуправления в порядке и объеме, предусмотренном федеральными законами РФ и законодательством стран, журналистские объединения которых входят в состав МКЖС;

- представлять интересы Конфедерации в международных журналистских и иных организациях;
- представлять и защищать свои права, законные интересы своих членов, а также — по их просьбе — иных журналистских объединений и журналистов, не входящих в МКЖС, — в органах государственной власти, органах самоуправления и общественных объединениях;
- учреждать средства массовой информации, осуществлять издательскую, полиграфическую и рекламную деятельность;
- участвовать в общественном контроле за соблюдением законов о печати и других средствах массовой информации, выступать с инициативами по вопросам законодательства, вносить предложения и законопроекты в органы государственной власти;
- осуществлять иные полномочия, предусмотренные законами об общественных объединениях.

Некоммерческая организация *Медиасоюз* создан в 2001 г. в целях содействия деятельности СМИ и независимых журналистов в России, реализация свободы слова и печати, социальной защите журналистов.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

Медиасоюз ставит такие цели:

- защита свободы слова и печати;
- систематизация трудовых и иных договорных отношений творческих и технических работников средств массовой информации с работодателями;
- содействие выработке общенационального тарифного соглашения творческих и технических работников средств массовой информации с работодателями;
- создание механизмов избирательной правозащитной деятельности журналистского сообщества;
- содействие развитию правовой базы деятельности средств массовой информации;
- содействие в создании благоприятных социальных, политических и материально-технических условий для развития средств массовой информации в Российской Федерации;
- содействие созданию современной системы социального обеспечения, в частности системы негосударственного пенсионного обеспечения для работников средств массовой информации;
- представление российской журналистики на международной арене с целью достижения адекватного отношения мирового сообщества к российской журналистике и российским журналистским традициям;

- сотрудничество с российскими, иностранными и международными средствами массовой информации и профессиональными организациями журналистов;
- формирование профессиональной этики журналистов и осуществление общественного контроля за ее соблюдением;
- защита прав и свобод журналистов, авторских и смежных прав, чести, достоинства и деловой репутации;
- содействие деятельности и профессиональному росту молодых журналистов.

*Ассоциация средств массовой информации Северо-Западного региона* является одним из информационных партнеров представительства президента в Северо-Западном федеральном округе.

Ассоциация средств массовой информации (АСМИ) северо-запада создана в октябре 2000 г. как независимая журналистская организация с целью защиты корпоративных интересов и объединения усилий по формированию информационного пространства региона.

Ассоциация уже объединяет свыше 60 ведущих средств массовой информации. Она стала признанной влиятельной медийной структурой региона. Коллективными членами АСМИ являются Лига журналистов Санкт-Петербурга и Новгородская областная организация «Пресса».

Деятельность Ассоциации строится по разным направлениям.

В целях формирования информационного рыночного пространства разрабатываются специальные медийные проекты — единые газетные выпуски, интернет-радио, пресс-выпуски.

Ассоциацией СМИ северо-запада осуществляются ряд целевых тематических журналистских проектов. Один из них — «Деловой выбор прессы», целью которого является поиск и всемерная поддержка новых лидеров в различных отраслях экономики.

В рамках «Делового выбора прессы» уже состоялись встречи журналистов северо-запада с руководством пивоваренной компании «Балтика», ОАО «Северсталь» в Череповце и руководством ведущего целлюлозно-бумажного комбината страны — ОАО «Кондопога». Подобный диалог прошел также в Архангельске с руководством области, лесопромышленных и целлюлозно-бумажных предприятий, где были затронуты самые актуальные проблемы лесной отрасли.

Широкий резонанс получил еще один журналистский проект — «Северное кольцо», целью которого является информационная поддержка культурных и исторических памятников региона. В его рамках журналисты северо-запада побывали в Санкт-Петербурге, Пскове, Архангельске и на Соловках.

АСМИ широко открыта для всего медийного сообщества и приглашает к сотрудничеству все профессиональные журналистские и общественные организации.

**Некоммерческая организация «Фонд защиты гласности» (ФЗГ).** Развитие идей гласности и прав человека создает большую общественную потребность в правовом регулировании отношений людей в сфере получения и распространения информации. Противоречивая общественно-политическая и экономическая ситуация, сложившаяся в России к началу XXI века, вызвала острую потребность в получении российскими СМИ и их юридическими службами, адвокатами, а также судами всех уровней и дознавателями правоохранительных органов, политиками и правозащитниками, преподавателями и студентами тематически ориентированной и высокопрофессиональной информационно-консультативной и аналитической помощи. Такую помощь им эффективно предоставляет Фонд защиты гласности.

Основная цель Фонда — содействие сохранению и развитию правового пространства, в котором работают отечественные печатные и электронные СМИ, а через них — содействие демократизации информационной среды, науки, политики, образования в современной России.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

#### **Приоритетные программы Фонда защиты гласности:**

- мониторинг нарушений прав журналистов и СМИ на территории Российской Федерации;
- юридическая помощь журналистам и представителям СМИ в конфликтных ситуациях, консультации по вопросам их профессиональной деятельности;
- информационно-аналитическая деятельность: еженедельный электронный дайджест, новостная интернет-лента, информационные рассылки о конфликтах СМИ, ежеквартальный печатный аналитический бюллетень «Взгляд»;
- практическая помощь семьям погибших журналистов и сотрудникам СМИ, попавшим в критическую ситуацию;
- научные исследования по широкому спектру правовых и этических проблем журналистики;
- экспертиза законов о СМИ и внесение предложений по совершенствованию действующего законодательства России;
- издательская программа, выпуск юридической, научной, правозащитной и справочной литературы по проблемам СМИ (издания Фонда распространяются в основном бесплатно);

- образовательная программа, представленная постоянно обновляющимися по содержанию и адресам юридическими семинарами для журналистов и юристов России, а также тематическими конференциями;
- правозащитная деятельность, включающая любые законные меры к освобождению из тюрем и следственных изоляторов журналистов, попавших туда по ложным обвинениям, к освобождению журналистов-заложников, проведение кампаний по защите коллег, подвергающихся гонениям и ограничениям в их профессиональной деятельности.

***Союз издателей и распространителей печатной продукции*** организован в 1995 г. с целью содействия созданию эффективной системы распространения печатной продукции, налаживания гармоничного взаимодействия между издателями и распространителями.

Союз — развивающееся некоммерческое объединение, ежемесячно в его состав вступают до 10 новых членов. В настоящий момент в составе Союза 232 члена из 50 субъектов Федерации, представительство издателей и распространителей паритетное.

Союз политически не ангажирован, финансово независим, поскольку полностью финансируется своими членами, ничьих других интересов, кроме интересов своих членов, не представляет.

Проекты Союза широко известны и привлекают внимание субъектов издательского рынка своей эффективностью. В структуре Союза — консалтинговая служба и аналитический центр. Оперативная информация о рынке СМИ ежедневно размещается в информационном органе Союза на интернет-портале печатных СМИ «Витрина читающей России» ([www.witrina.ru](http://www.witrina.ru)). Наиболее полная, максимально достоверная, доступная широкому кругу пользователей база данных центральной и региональной периодической печати регулярно обновляется новейшей информацией на сайте электронного справочника «Российская пресса — Online» ([www.souz-rechat.ru/allpress](http://www.souz-rechat.ru/allpress)).

Союз — организатор ежегодной выставки «Пресса» ([www.allpress.ru](http://www.allpress.ru)), всероссийских конференций распространителей периодической печати, Конгресса в поддержку чтения. Союз активно лоббирует интересы профессионального сообщества в органах законодательной и исполнительной власти регионального и федерального уровней. Осуществляет регулярный мониторинг действующего налогового законодательства и влияет на его изменение.

**Международная федерация журналистов (МФЖ)** самая большая журналистская организация в мире. Она основана в 1926 г. и зарегистрирована в 1946 и 1952 гг. Сегодня Федерация представляет около 500 тысяч журналистов из более чем 100 стран.

МФЖ поддерживает международное движение по защите свободы прессы и социальной справедливости через свободные и независимые журналистские профсоюзы.

Международная федерация журналистов не преследует политических целей и не примыкает к политическим организациям, но всегда выступает за права человека, демократию и плюрализм. Она всегда поддерживает журналистов и их союзы, когда они борются за свои профессиональные права и учредила Международный страховой фонд (International Safety Fund) для оказания гуманитарной помощи журналистам.

Стратегию Международной федерации журналистов определяет его Конгресс, который собирается каждые три года, а работу ведет Секретариат (находится в Брюсселе) под руководством Исполнительного комитета.

Сайт: <http://www.ifj.org>

**Международный институт прессы.** В октябре 1950 г. 34 редактора из 15 стран собрались в Колумбийском университете Нью-Йорка для создания глобальной организации, посвященной защите и поддержке свободы прессы и улучшению журналистской практики.

Международный институт прессы (МИП), созданный в начале 1950-х годов как маленькая корпорация, сегодня вырос в большую глобальную сеть диалога между журналистами. Членами МИП стали представители 115 стран. Идея организации до сих пор осталась неизменной: свобода слова — это право, которое защищает все остальные права, и эта свобода должна быть защищена.

Членами МИП являются главные редакторы и руководители самых влиятельных СМИ мира. Также установлена новая категория членства, которая открыта для руководителей отделений, корпунктов, представительств корреспондентов и других, — «Ведущие журналисты МИП».

В нескольких странах открыты национальные комитеты МИП по инициативе членов организации этих стран.

Штаб-квартира Международного института прессы находится в Вене.

Сайт МИП: [www.freemedia.at](http://www.freemedia.at)

**Международная академия телевидения и радио (IATR)** была создана в октябре 2002 г. как неправительственная общественная организация, основная задача которой — расширение пространства творче-

ского взаимодействия и обменов между работниками телевидения и радио вне зависимости от политических и географических границ. В настоящее время в академию входят профессионалы телевидения и радио из 15 стран — Азербайджана, Армении, Белоруссии, Грузии, Канады, Литвы, России, США, Финляндии, Таджикистана и др.

По решению учредителей штаб-квартира IATR находится в Москве.

**Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ)** отметила в 2005 г. свое десятилетие. Для организации — это возраст зрелости, когда можно оценивать пройденный путь, наметить будущие перспективы. В 1995 г. рынок вещания был разрозненным, он только начинал осваивать рыночные механизмы. С появлением НАТ рынок консолидировался, у вещателей появились общие корпоративные задачи, решение которых взяла на себя Ассоциация. Сегодня с переходом отрасли телерадиовещания на цифровой стандарт объем корпоративных задач неизмеримо возрос. Они стали масштабнее и соотносятся теперь со стратегией развития российской индустрии вещания. Все эти годы президентом НАТ является известный журналист и организатор СМИ Э.М. Сагалаев. Недавно он избран в состав Общественной палаты при Президенте РФ, где является единственным представителем от электронных массмедиа.

### **ИЛЛЮСТРАЦИЯ**

***Э. Сагалаев: Уверен, НАТ станет сильной, саморегулируемой организацией***

Эдуард Сагалаев: 10-летие такой крупной общественной организации, какой является НАТ, — серьезное испытание и для ее бесменного президента, и для отцов-основателей. Кстати, я был не единственный, кто понимал в 1995-м необходимость создания этого профессионального объединения. Поддержка вещателей была, иначе ничего бы не вышло. И Ассоциация всегда своевременно и адекватно реагировала на самые острые корпоративные проблемы, стараясь их разрешить. За эти годы и рынок вещания, и НАТ эволюционировали. Сегодня Ассоциация превратилась в структуру, с чьим мнением считаются и вещатели, и государственные круги.

Но, признаться, где-то около года назад я подумывал о том, чтобы покинуть пост президента НАТ, считая, что 10 лет — срок достаточный, что пришло время нового президента, молодого, ответственного, хорошо знающего отрасль, который не сникнет перед обилием корпоративных проблем, сможет органично взяться за их решение. Я даже беседовал с некоторыми потенциальными кандидатами на этот пост, консультировался с лидерами нашего вещательного сообщества. Но понял — такую замену надо готовить, чем сейчас я и занимаюсь. Все

эти сомнения даром не прошли: у меня появилось «второе дыхание», а ощущение истощенности личного ресурса исчезло. К тому же в жизни НАТ, а значит, и в моей жизни как президента Ассоциации произошел ряд позитивных событий, немало повлиявших на общую атмосферу в индустрии. Это, несомненно, успех первой выставки NATEXPO, полностью российской, о которой мы так долго мечтали и которая рождалась в невероятно конкурентной борьбе. Понятно, что NATEXPO возникла не на пустом месте, ей предшествовала экспозиция TRBE, довольно успешная, которая тоже создавалась усилиями НАТ. И когда НАТ покинул TRBE, возникла реальная опасность, что в России может появиться три экспозиции вещательного оборудования, а этого общество вещателей не выдержало бы. Оно и так с трудом воспринимает две экспозиции — NATEXPO и CSTB. Не скрою, ситуация на тот момент была кризисной, могла нанести вред отрасли, что лично я как президент НАТ допустить не мог. К счастью, все обошлось, TRBE отошла в прошлое, имея хорошую историю, а на ее месте возник принципиально новый для отрасли проект, который, что важно, реализуется, дочерней компанией НАТ и самими компаниями — интеграторами вещательного оборудования. Если в NATEXPO'2004 участвовало около 80% фирм — интеграторов оборудования из тех, кто был на TRBE, и тогда арендовался только один павильон, NATEXPO'2005 экспонируется уже в двух выставочных павильонах...

...И это хороший знак. Теперь в одном из залов NATEXPO'2005 будет демонстрироваться современное вещательное оборудование, а в другом — представлен программный продукт. И то, что на единой выставочной площадке будут фигурировать два таких важнейших направления рынка, можно рассматривать как прорыв: концепция NATEXPO совершенствуется, начинает соответствовать задачам развития отрасли. Это не может не радовать.

*Сагалаев Э. Уверен, НАТ станет сильной, саморегулируемой организацией // ТелеЦЕНТР. 2005. № 5 (13). С. 4—5.*

## 14.5. Политика приоритетов

Масштабные задачи, стоящие перед журналистской отраслью, в первую очередь задача технологического оснащения, выводят образование специалистов в число приоритетных. Специалисты утверждают, что развитие потенциала печати и вещания стоит рассматривать по совокупности пяти основных векторов — технологического, экономического, пространственного, профессионального и культурного.

Деятельность общественных журналистских объединений никогда не была ориентирована только на технологию. Они всегда занима-

лись и занимаются всем спектром проблем, актуальных как для печатного, так и вещательного сообщества. Так было и в момент создания большинства ассоциаций, так происходит теперь, когда отрасль находится в стадии реформирования технологической базы. Причем изменения в вещании самым непосредственным образом скажутся на печатных СМИ, равно, как и Интернет сегодня оказывает воздействие на динамику всего информационного рынка.

Поэтому все направления, будь то технологическое, экономическое, профессиональное или культурное, для всех этих общественных объединений журналистского цеха являются приоритетными.

Очевидно, что руководителям профессиональных сообществ нужно не только знать законы развития отрасли, но и иметь терпение, а также интуицию, чтобы понимать, куда отрасль развивается, что ждет ее завтра.

У всех общественных сообществ были разные этапы становления. Был период защиты прав отдельных журналистов, изданий и телерадиокомпаний. Сегодня эта проблема сохраняет свою остроту. Тем более, что к ней добавляется проблема функционирования как журналиста, так и структуры, которую он представляет, в условиях терроризма. Практически все ассоциации держат эти проблемы в поле своего зрения.

Среди приоритетов также деятельность по разработке законодательства для СМИ и лицензирования, процедура которого требует усовершенствования. Необходимо, чтобы условия конкурса Федеральной конкурсной комиссии были по-настоящему прозрачными и удовлетворяли вещателей, так как это в основном относится к электронным СМИ.

Это требует совместных усилий общественных объединений и федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, так как с введением цифрового стандарта станет необходимым выдавать лицензию на пакет цифровых каналов.

Как видим, у всех корпоративных сообществ много направлений в их деятельности и все они считают их главными. Это — идеология, политика, содержание, контент в профессиональной среде. Другая часть — технологии и все, что с ними связано. Третья часть — разработка правил, согласно которым должна функционировать индустрия СМИ на новом этапе своего развития, включая и лицензирование. Четвертый аспект деятельности — вопросы взаимодействия с рекламным рынком, пятый — видоизмерения, рейтинги СМИ.

Все это свидетельствует о том, что информационная отрасль страны пребывает в серьезной динамике, причем очевидно, что лидирует телерадиовещание, у которого большие перспективы. По

мнению экспертов, в отличие от других развитых стран, где динамика в основном связана с освоением цифровых технологий, в России идут более масштабные процессы. Они охватывают сферу технологий, контента, информационную и политическую область. Телерадио- и печатная индустрия страны исключительно подвижна, находится в развитии, и эти процессы сами по себе очень интересны и продуктивны.

## 14.6. Концепции практической журналистики

Но перечисление всех видов деятельности будет неполным, если не сказать о подготовке кадров. Самые серьезные усилия окажутся напрасными, если реализовывать их будут малопрофессиональные люди. В определенной степени идет процесс постепенного накопления творческого потенциала отрасли. Если не производить продукцию, то и прогресса не будет. Однако его можно ускорить, если образование станет обязательной его составляющей частью.

В какой-то степени это сейчас и происходит. В планах Национальной ассоциации телерадиовещателей создание при ней Высшей школы телевизионного менеджмента, где лидеры нашей индустрии, такие как Э. Сагалаев, К. Эрнст, А. Роднянский, Р. Петренко и другие, могли бы готовить будущих представителей топ-менеджмента в сфере вещания.

Подобный институт, но ориентированный на менеджмент печатных СМИ, создан «Экономической газетой».

29 января 2004 г. Секретариат Союза журналистов России принял решение выделить работу с молодыми журналистами в отдельное направление и создать Молодежный журналистский центр, который будет разрабатывать специальные программы для молодых журналистов и осуществлять их реализацию. А также координировать работу по взаимодействию СЖР с вузами, обучающими специальности «журналистика», школами, лицеями и гимназиями гуманитарной направленности.

Основные направления работы Молодежного центра:

- повышение профессионального уровня молодых журналистов (организация профессиональных учебных курсов, лекций, мастер-классов, семинаров, стажировок и т.д.);
- раскрытие творческого потенциала молодых журналистов (проведение творческих конкурсов, содействие в тиражировании лучших образцов молодежного журналистского творчества и т.д.);

- обеспечение правовой, социальной и психологической защиты молодых журналистов;
- организация консультаций юристов по всем вопросам, связанным с реализацией в профессии, психологическая поддержка, оказание помощи в трудоустройстве и т.д.;
- создание единого информационного пространства в среде молодых журналистов;
- создание и поддержка молодежного журналистского интернет-сайта и использование его как инструмента корпоративной защиты;
- расширение контактов с молодежными журналистскими организациями мира;
- проведение конференций, встреч молодых журналистов России с молодыми журналистами других стран и т.д.;
- исследование в области молодежной журналистской проблематики;
- привлечение специалистов: журналистов, педагогов, преподавателей журналистики, социологов, политологов к изучению проблем молодых журналистов и молодежной журналистики, анализу, поиску решений.

Международная конфедерация журналистских союзов реализует ряд проектов, связанных с непрерывным образованием и ростом профессионального мастерства работников СМИ евразийского пространства. Совместно с Евразия-Медиа МКЖС инициировала создание в 1998 г. международного курса на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, где ежегодно учатся студенты факультетов журналистики государственных университетов стран СНГ и Балтии, отбираемые на конкурсной основе национальными организациями журналистов.

В партнерстве с Евразия-Медиа МКЖС проводит также различные международные, профессиональные конкурсы, призванные сформировать естественный образ России за рубежом, сохранить роль русского языка, как средства межнационального общения и носителя культуры на постсоветском пространстве.

Под эгидой Союза издателей и распространителей печатной продукции более трех лет работает Центр образовательных, информационно-аналитических и консультативных программ. Только за время работы в его семинарах, школах (рекламы, распространителей, маркетинга, дизайна, менеджмента), консультациях по законодательству и налогообложению приняло участие более 3000 слушателей — представителей редакций, издательских домов, распространительских структур.

Союз является в последние годы инициатором Международных профессиональных выставок «Пресса», которые можно рассматривать как перспективную форму образования журналистского сообщества.

## **Интервью**

***Визитная карточка** Юрий Сапрыкин, главный редактор журнала «Афиша — Москва».*

***Профессиональная биография*** Я закончил философский факультет МГУ и даже аспирантуру, но диссертацию не написал, потому что тогда уже увлекся журналистикой. В эту профессию я попал совершенно случайно. Однокурсница, которая ехала устраиваться на работу в какую-то газету, попросила ее проводить, так как редакция находилась у черта на рогах. В итоге ее на работу не взяли, а меня взяли.

Это была рекламная газета, где я писал обзоры кинопремьер и обо всем, куда пошлют. Затем люди, владевшие этой газетой, купили «Авторadio», и я начал работать на этой радиостанции. Стал программным директором, затем стало скучно и я оттуда ушел.

Был деловой журнал «Компания», вместе с журналистом Панюшкиным делал передачу «Клиника 22» двухчасовое ток-шоу, посвященное острым проблемам сегодняшнего дня. Этой передачей я до сих пор горжусь. Потом она закрылась, а я стал музыкальным обозревателем в «Афише», потом просто редактором, потом заместителем главного редактора и главным редактором.

*Что, по Вашему мнению, есть успех в журналистике? И чем успех в журналистике отличается от успеха в других профессиональных сферах?*

Мне кажется, что успех в журналистике — это далеко не то, что успех в бизнесе.

Хотя недавно мне принесли номер журнала «Forbes», где как раз был опубликован список ста самых богатых людей России. Из этого списка следует, что, допустим, Абрамович в два раза успешней, чем металлург Лисин. Если мерить все количеством заработанных денег, то, наверное, это так. Но я этого совершенно не понимаю. И у меня не укладывается в голове, как успех можно переводить на язык арифметики.

Что касается успеха в журналистике, то это возможность делать то, от чего ты сам получаешь удовольствие, и то, что, как тебе кажется, посылает какие-то правильные волны в окружающий мир. Какие-то правильные эманации. То, отчего окружающий мир становится несколько более уютным и пригодным для жизни местом.

*А какими качествами должен обладать высокопрофессиональный журналист?*

Способностью быстро ориентироваться в разных ситуациях, умением разговаривать на языке других людей так, чтобы эти другие люди вступали с тобой в диалог и доверяли нужную тебе информацию. Это способность находить ходы там, где обычный человек их не найдет.

Вообще это быстрота реакции плюс хороший русский язык. И дотошность. Как правило, точности в деталях многим и не хватает.

Когда затевался журнал «Афиша», собралась команда очень разных людей. Но были люди не то, чтобы с ученой степенью, но с академическим складом ума. Вьедливые, они проверяли каждую мелочь, и благодаря их усилиям нам удалось избежать многих неточностей и ошибок.

*Считаете ли Вы журналистику наукой?*

Нет. Я считаю ее практикой.

*Нужна ли тогда теория журналистики?*

Теория журналистики имеет право на жизнь. Я никогда не занимался ею как научной дисциплиной, но мне неоднократно приходилось формулировать какие-то принципы. И я выискивал их из работ, написанных где-то в США или в Великобритании, по которым функционирует журналистика.

К сожалению, теория журналистики в России — это сапог, скроенный по меркам совсем другого времени. Это дисциплина, в которой ссылки на работы Энгельса и Ленина в течение десятилетий были гораздо важнее, чем, допустим, этические принципы журналистики, то, о чем тебе чаще всего приходится задумываться.

Жаль, но до сих пор я не встречал учебника по журналистике на русском языке, который мог бы меня чему-то научить.

*Считаете ли Вы журналистику четвертой властью?*

Мне кажется, что роль журналистики была сильно преувеличена в перестроечные годы, когда журналистика была действительно очень мощной социальной силой. Когда она оказывала мгновенное и очень сильное влияние на все процессы, происходившие в стране.

В последние годы говорить об этом не приходится. Мне кажется, что четвертой властью скорее является не журналистика, а система коммуникаций, которые существуют в обществе. Что такое Первый канал? Это журналистика? Нет. Это такая медийная пушка, которая стреляет зарядами особо крупного размера. Здесь журналистики в привычном понимании, как правило, ноль, а эффект получается мощнейший.

Или такой феномен, как, скажем, Живой журнал. Я наблюдаю за этим и пытаюсь понять, что это такое. Наверное, четвертая, а может быть, и первая власть. Это дневники людей, которые находятся внутри этого коммуникационного процесса. Оттуда они получают всю информацию, но не только. Это то явление, которое оказывает непосредственное влияние на их жизнь, формирует их образ мысли.

*Раз это система коммуникаций, значит, в нее входят реклама, PR и СМИ. Что общего между ними и в чем их различия?*

Все медиа, за редким исключением, существуют за счет рекламы. А их различия, к сожалению, отечественной теорией журналистики не опи-

сываются. Это ее существенный недостаток. Что касается рекламы, то здесь, по-моему, все просто. Реклама — это, чего хочет заказчик. Журналистика — это то, за что отвечает журналист.

Когда это все начинает сплетаться в один клубок, как это происходит сейчас сплошь и рядом, то получается уродливое, не имеющее никакого права на существование явление. Контент — это контент. Реклама — это реклама.

Что касается PR, то это другое. По сути, это некая технология, которая позволяет компаниям или политическим деятелям донести до журналистов определенную информацию, чтобы дальше они распорядились ею по своему усмотрению. Вместо этого PR превратились в многоголовую гидру, которая все подчинила себе. В итоге доверие к печатному слову стремится к нулю, потому что все считают, что за все кругом заплачено, и любое напечатанное на бумаге слово является PR.

Давайте доведем эту мысль до логического конца. Если все вокруг начинают считать, что любое печатное слово — это PR, то тексты о сборе денег в помощь умирающим детям правомерно рассматривать как PR этих фондов? Абсурд какой-то!

*Насколько современному российскому журналисту нужно поступиться свободой самовыражения и творчества, чтобы добиться успеха?*

Мне кажется, что сейчас мы находимся в той ситуации, что если ты не хочешь стать продажным журналистом, то ничем поступаться не надо. В этой профессии существует миллион возможностей, которые позволяют тебе реализоваться. Всегда можно найти ту, которая соответствует твоим душевным склонностям и не заставляет тебя делать то, что ты не приемлешь.

*Каким Вы видите будущее журналистики?*

Будущее журналистики связано в большей степени с Интернетом. Я имею в виду блоги или сетевые дневники. Сейчас мы знаем об этом только по ЖЖ — Живому журналу. На самом деле это такой же медиум, как газета, телевизионный канал, радио.

В сетевом дневнике есть такие возможности, которые технологически ни в телевидении, ни в печатном издании, будь то журнал или газета, абсолютно не реализуемы. Это, во-первых, способность непрерывно и мгновенно реагировать на вещи, которые происходят вокруг. Во-вторых — это вещь, которая всегда персонифицирована, т.е. за каждым благом стоит конкретный человек, который его пишет.

Сейчас мы имеем в ЖЖ хаотичную массу интимных исповедей. Но пройдет немного времени, и это виртуальное пространство превратится в хорошо структурированное, коммерчески оправданное средство массовой информации. А это значит, что я всегда смогу прочитать то, что пишет о каком-либо событии конкретный человек, который мне интересен и близок своими взглядами, восприятием мира.

*Это может вытеснить печатную журналистику?*

Нет. Это невозможно перевести в печатный формат, так как весь кайф в том, что сюда можно заходить пять раз в день. И тебе пять раз в день что-нибудь новое напишут. Газета выходит раз в сутки, и за ней еще надо бежать в киоск. А блог состоит из реплик.

*Прокомментируйте, пожалуйста, утверждение М. Маклюэна «средство есть сообщение»?*

Вы имеете в виду «medium is the message»? Как перевести medium на русский язык, чтобы не потерять сути? Medium is the message — это именно то, что я говорил минуту назад про блоги. Сама форма сетевого дневника в некотором роде определяет само сообщение. Там форма сообщения и содержание сообщения несколько иное, чем в телевизионной передаче. Телевизор по определению тоталитарен и односторонен. Он гипнотизирует.

А блог по определению диалогичен и плюралистичен. Человек, который в нем пишет, не навязывает свое мнение, а вступает с тобой в диалог. Он дает тебе время обдумать написанное им и эмоционально на это отреагировать. Вот, собственно, что такое medium is the message.

Конечно, это правомерно отнести не только к интернет-порталу, но и к радио, глянцевому журналу и чему угодно. Каждый медиум дает какие-то возможности, которые всякий раз разные. Они и определяют суть и смысл сообщения.

*И последний вопрос — штамп. Формула успеха от Юрия Сапрыкина в журналистике?*

Читайте «Ветхий завет». Ничего более осмысленного сказать не могу.

# Вместо заключения. Web 2.0 как предчувствие<sup>1</sup>

*Александр Акопов, профессор*

Сначала цитата: «Всего только два года назад этого термина не существовало в природе, сейчас поисковая система Google выдает 871 миллион ссылок на документы, где упоминается понятие Web 2.0» (Большой город, № 15 (164) <http://www.bg.ru/article?id=6016>). Замечу дату сказанного — 30 августа 2006 г. То есть, по сетевым меркам, очень давно. Судя по массиву публикаций в бумажной прессе и в Сети, действительно все началось со статьи «Tim O'Reilly — What Is Web 2.0» от 30 сентября 2005 года, опубликованной в журнале «Компьютерра» уже в октябре того же года под заголовком «Что такое Веб 2.0» в переводе Натальи Казаковой, как сказано в журнале, «с любезного разрешения автора».

Проявив похвальную оперативность, редкую для бумажного издания, редакция в течение года неоднократно возвращалась к этой теме, высказав устами своих специалистов явное разочарование. Нет никакого второго веба, все это выдумки Тима, который и сам не знает, что это такое. Такова квинтэссенция десятков, если не сотен высказываний не только в «КТ», но вообще в Рунете и в российских СМИ. Это не все, правда, есть и другие высказывания, уже идейного свойства, например, «эту гадость американцы нам подсунули, чтобы развалить нашу страну изнутри» и многие другие.

Однако прошло уже достаточно времени, чтобы осмыслить явление, попытаться в нем разобраться, если оно есть. А если нет — опровергнуть как можно более аргументированно. Думается, непонимание и неприятие идеи второго веба (красиво так звучит, как будто «второго неба»; кстати, умная переводчица употребила романтическое «краешек веба» по прямому переносу с русским образом «краешек неба»), так вот, неприятие идеи основной частью пишущих на эту тему связано еще и с тем, что просто у Тима О'Рейли все рассуждения построены на примерах конкретных американских компаний и связаны с технологиями, которых мы пока не достигли. А это всегда обидно. К тому же постоянная опора на компании и на бизнес как таковой сужает, как мне представляется, восприятие явления.

В данной статье предпринимается попытка анализа Web 2.0 (синонимы, употребляющиеся в публикациях, допускают и кириллицу,

---

<sup>1</sup> Акопов А.И. «Веб 2.0» как явление и как проблема // Акценты. Воронеж, 2007. № 1—2 (64—65). С. 8—13.

и строчное написание, и наличие дефиса, от чего суть термина абсолютно не меняется; синонимы в этом тексте используются нами исключительно для преодоления стилистического однообразия) с различных позиций на основе первоисточника — работы Тима О'Рейли, хороших публикаций Пола Грэма, а также вышеупомянутой статьи на сайте «Большой город», которая называется «25 фактов про web 2.0», и, наконец, лучшей, на мой взгляд, публикации в бумажном издании — блестящей статьи Сергея Скрипникова «Связанные Сетью 2.0» в журнале «Эксперт», перепечатанной на сайте [www.frip.ru](http://www.frip.ru), а затем и нами (см.: RELGA № 22 [144]). С. Скрипников справился с трудной задачей изложения абсолютно сетевых идей и понятий в печатном издании. Думаю, сведущим коллегам ясно, что речь идет о восприятии текста и понятий, радикально отличающемся в сети от традиционного. Поэтому стоит и мне оговориться: угол зрения и характер изложения в данном тексте все же ближе к офлайновому и предназначается для коллег — исследователей средств массовой коммуникации.

Итак, о чем речь? Если не вдаваться в набившую оскомину бесконечным повторением историю Интернета, то всерьез можно говорить о всемирной сети World Wide Web как о полноценном явлении только с 1992 г., принципы которой сформулировал другой Тим, — Тим Бернерс-Ли (Tim Berners-Lee). Первое десятилетие разрабатывалась и совершенствовалась система WWW, развитие которой шло по одному и тому же экономическому сценарию: создание и поддержка сайтов требовали участия спонсоров и инвесторов, которые много лет вкладывали деньги, неясно представляя, во что. Ну, красивая игрушка, дорогая, чудо техники. Однако же — нерентабельная, убыточная, если речь о серьезных проектах и заметных масштабах. Предприимчивые американцы стали активно использовать рекламу и чего только не напридумывали. Однако серьезную выгоду извлечь из такого великого предприятия, каким стал Интернет, не получалось. Прибыльных сайтов было мало, общий объем прибылей даже в США был невелик по сравнению с другими отраслями. В России зарабатывающих на Интернете можно было посчитать на пальцах одной руки. Стоит отметить, что здесь речь идет об инвесторах и объективной рентабельности сайтов, потому что редакции раскрученных сайтов, получая деньги от инвесторов, нередко жили припеваючи, а часто и богатели. Правда, до поры, до времени.

К 2000 г. (у нас — к 2002-му) стало ясно: Интернет как вид бизнеса заходит в тупик. Разочаровавшиеся инвесторы приостано-

вили бесплодное финансирование, настало время кризиса Сети. Между тем расходы по дальнейшему совершенствованию сетевых сервисов были связаны с новейшими достижениями высоких технологий — как в сфере науки, так и в сфере производства. Бесчисленные сайты и серверы, создаваемые по одной и той же маркетинговой стратегии, были объявлены «мыльными пузырями», а их хозяева — банкротами. Об этом много написано. Наиболее часто употребляющиеся словосочетания — «эра доткомов», «доткомовская индустрия», «доткомовский пузырь» и пр. Любопытно, что в сотнях (!) публикаций — как в сети, так и в печати — ни одного раза я не встретил объяснения, расшифровки этих понятий. (Пример отдаления сетевых авторов и читателей от «печатных» в смысле текстовой и смысловой традиции.)

Между тем все просто. «Дотком» — это «точка ком», т.е., com, где dot — «точка» на английском, а com — один из старых доменов, рожденный еще в 1985 г. в числе самых первых. Это было самое распространенное место приложения интернет-проектов. Ведь com — это домен именно коммерческих сетей. Рунет развивался не спеша («русские долго запрягают»), и поэтому не успел достичь ни больших успехов, ни больших провалов. (Напоминаю: речь пока идет не о социокультурных, а о коммерческих составляющих развития.)

И вот, в последние годы все изменилось. Процессы, длящиеся последние пять лет, сформировались в закономерное явление, которое и попытался сформулировать Тим О’Рейли. Не просто новые открытия в сфере высоких технологий, новые усовершенствования, но другая стратегия, приведшая к другой парадигме развития. Все, что происходило до 2005 г., — это первый период развития www, проще говоря, Web 1, а вот с 2005-го и началась новая эра www — Web 2.0. И насмешки типа web 2,7; web 3.0 тут, господа, неуместны...

## Web 2.0 как коммерческий проект

Ну, это я так, для красного словца озаглавил. На самом деле никакого проекта нет. Эти капиталистические шутки с Сетью не прошли. Мне приходилось вслед за другими сетевыми коллегами писать о кризисе во Всемирной сети, назревшем и ставшим очевидным для всех к 1999—2000 гг. Из Интернета не получилось крупного бизнеса. Даже в США ожидаемые прибыли от рекламы и другой коммерции оказались слишком малы, чтобы стоило эту гигантскую телегу вместе с новейшими технологическими наворотами

тянуть. А нет бизнеса, значит, нет и перспективы. Однако всего через пять лет ситуация изменилась вплоть до наоборот: вдруг (!) появились сайты со сказочными услугами (см. выше), миллионными посетителями и чуть ли не миллиардными бюджетами. Как, каким образом, благодаря чему?

Все дело в изменении привычной коммерческой технологии раскручивания сайта, выбивания спонсорских вложений, нахождения инвесторов. Этот путь себя изжил, «доткомовская индустрия» приказала долго жить. Что же пришло ей на смену? Ни один серьезный капиталист, ни один политэконом представить себе не мог: деньги можно заработать, предоставляя бесплатно и безвозмездно массу услуг, стоивших еще недавно баснословные деньги и потому недоступных массовому пользователю. За счет чего? А вот как раз потому, что в сайты, которые посещают миллионы посетителей, самые богатые инвесторы готовы вложить реальные миллионы самой крутой валюты, потому что самые богатые рекламодатели мечтают там разместить свою рекламу и вернут любые затраты инвесторов сторицей. Произошло существенное событие: создатели сайта, журналисты и авторы сетевого издания впервые стали зависеть не от чужого дяди — спонсора, а от читателей! Соответственно успех проекта стал зависеть от числа посетителей сайта, что, разумеется, более естественно.

Конечно, не нужно идеализировать эту картину: ясно, что читатели не обязательно появятся из-за обсуждения социально значимых проблем, для этого нужны различные способы привлечения внимания, в том числе приемы разных чудиков, жаждущих славы любой ценой, но еще больше жаждущих денег. Если стать на точку зрения примитивного предпринимательства, то здесь появилось много возможностей, в том числе самых что ни на есть творческих, для раскрутки, что сдерживалось раньше диктатом инвестора (исходя из известного принципа: «кто платит деньги, тот заказывает музыку»). Свой блог уже никто вам не запретит раскручивать, как вам вздумается, доведя его популярность до интереса рекламодателей.

А результат этих маркетинговых сдвигов таков. Рекламный рынок в России и в мире растет. Но если в России он составляет, по некоторым данным, 200 тыс. долл., то в США — 280 млн долл. (!). Быстрый рост рекламного рынка в США произошел как раз из-за раскрутки технологий Второго Веба, но более впечатляюще выглядит их прогноз на ближайшее будущее: рост к 2010 г. в 6 раз — до 1,8 млрд долл.! Если в этой статистике и в этом прогнозе есть преувеличение, то в любом случае влияние на процесс со стороны Web 2.0 очевидно, ибо цифры самого крупного порядка складываются из его компонентов, и это неоспоримо!

## Web 2.0 как СМИ

Из-за популярности многих сайтов, содержащих в той или иной степени новостную информацию, в мировом сообществе идут усиленные разговоры об изменении условий функционирования журналистики как профессии. Больше всего эти разговоры ведут американцы, наиболее продвинутые в новых технологиях. Речь идет о «гражданской журналистике», т.е. непрофессиональной, любительской, которая сильно раздражает профессионалов, но берет числом. Если новостной сайт OhmyNews создают 50 тысяч волонтеров со всего мира, то какое СМИ может угнаться за ними? Ни по объему информации, ни по оперативности никакое профессиональное информагентство не сравнится с этим сайтом, за исключением серьезного анализа и экспертизы событий, однако предоставление большого количества информации даст возможность умному реципиенту выбирать. В дальнейшем этому будут способствовать профессиональные эксперты и эффективные поисковые программы. Возможно, профессия журналиста будет трансформирована в профессию своеобразного библиографа, предоставляющего услуги по отбору информации, собранной множеством других людей, в соответствии с запросами данного заказчика.

Журналистам-профессионалам, конечно, обидно. Один опытный главный редактор городской газеты при обсуждении этой темы сгоряча сравнил блогеров и прочих сетевых активистов массмедиа с обезьяной, которая, «может быть, и догонит профессионала, но не раньше, чем через 100 лет...» Эта реакция понятна, но очевидна и трансформация методов и форм получения информации и доведения ее до реципиента. Более того, любители новостей могут и сами после знакомства с многочисленными СМИ создать себе комплект из сотен ресурсов десятков сетевых изданий и аудиовизуальных сайтов. То есть человек для себя создает собственный журнал, где новости политические будут из «Известий», «Lenta.ru» и REN-TV, экономические — из «Коммерсанта» и телеканала РБК, спортивные — из «Спорт-экспресс» и НТВ, бытовые — из «Радио России» и журнала «Домашний очаг», научные — из журналов «Вестник РАН», «Мир России», сайта «Membrana.ru», газеты «Наука в Сибири» и т.д. и т.п.

Впервые человек действительно свободен в выборе. Для него уже нет Первого канала, от которого некуда уйти, потому что такие же мыльные шоу и фильмы сомнительного качества и на других каналах, хотя какой-то островок из нормальных фрагментов можно найти и там. Нет издания, которое вы выписали на год и даже выпуска, ко-

торый вы купили и связаны с этим. Есть замечательное новое — по давнему и очень точному выражению Джона Барлоу, «продажа вина без бутылок»! Нет бутылок, нет ящиков, нет автомобилей и поездов для перевозки информационного продукта, нет перевозчиков и грузчиков, вы потребляете продукт там, где он производится, и не зависите от бизнеса порою циничных посредников, которые стоят между продуктом и вами. Из этого вытекает следующее.

## Web 2.0 как новая форма демократии и свободы

Если любой человек без образования, стажа работы по специальности, родственных отношений, знакомств и взяток может стать журналистом, если ценность его информации будет определяться не имиджем СМИ, где она опубликована, и не размером вливаний от спонсоров или инвесторов, не положением редактора и отношением к нему власть предержащих, а исключительно ее качеством, то это и есть одна из разновидностей демократии.

Если человек не боится публиковать то, что он хочет просто потому, что система построения его сайта или системы, внутри которой этот сайт располагается, не подвергаются вмешательству извне, если никаких препятствий для публикации самой нежелательной для власти информации нет, если никаких препятствий нет для доступа к этой информации, то все это и есть свобода.

Если любой житель планеты сможет выбирать себе СМИ по вкусу, а также создавать собственное СМИ из желательной ему новостной «мозаики», т.е. если на место таксономии придет фолксонмия (англ. folksonomy, от folk — народный, taxonomy — таксономия; практика совместной категоризации информации) посредством произвольно выбираемых тегов, то это и есть демократия СМИ в реальности. Впервые, между прочим, в истории.

## Три вывода и три взгляда на Web 2.0

Из всего сказанного и недосказанного по теме данной статьи, из предмета наших рассуждений напрашиваются три разных взгляда на Web 2.0.

1. Скептический. Никакого Второго Веба не существует! Все это выдумки Тима О'Рейли и его команды, увлекающихся юзеров с фи-

лософским уклоном. Идет обычный процесс, ничего не меняется кардинально: ну, технологии развиваются, ну, бизнес совершенствуется, ну, разные новации в Сети... И что из этого? Нечего выдумывать, поживем — увидим...

2. Пессимистический. Если разобраться, высокие технологии превращают нас в идиотов, а можно и сильнее выразиться: хайтек превращает нас в стадо баранов!

И все это — бизнес. Бизнесу нужна масса. Желательно глупая, отдающая деньги, не рассуждая. Политикам тоже нужна масса, желательно необразованная, не умеющая думать.

Новая перспектива хайтека приводит к парадоксу: общество, где нет управления.

Но это продлится недолго. Природа боится пустот. Поэтому вскоре кто-то начнет этим управлять, и — возвратится эпоха Оруэлла. Цифровые технологии открывают такие возможности контроля над человеческой личностью, что все его фантазии станут реальностью. Этим кончается управление без профессионалов и интеллектуалов.

Далее. Серьезный ученый с возмущением скажет: всех, кто сошлется на Википедию, надо немедленно исключать из научного сообщества. Но молодые люди — преподаватели и аспиранты нового поколения, увы, ссылаются не на Британскую энциклопедию и даже не на Брокгауза и Ефрона или БСЭ, даже не на «Кирилла и Мефодия», а на Википедию! Они уже ссылаются на массы публикаций из Интернета, написанные непрофессионалами. Появились псевдоученые, псевдоспециалисты. Нет профессионалов. Профессионалы не нужны. Будут «народные» журналисты, «народные» врачи, строители-самоучки. От последних рушатся здания, от народных врачей умирают люди, а от народных журналистов что будет? Внешне — ничего особенного: реципиенты станут глупее.

3. Оптимистический. Что бы там ни говорили, развивается в пользу людей, люди получают многочисленные сервисные возможности, о которых еще два года назад можно было только мечтать...

Может быть, впервые за более чем двести лет американской конституции и сотен других попыток найти объективный, воистину независимый путь к реальной свободе именно Web 2.0 даст шанс ее осуществить, преодолев правовые, социальные, личностные, психологические препоны, до сих пор делающие идеал свободы неосуществимым.

«Народный», в смысле непрофессиональный, не всегда плохо. Если мы стоим на пороге «народной» журналистики, то также точно может сформироваться «народная» политика, «народная» дипломатия. А что дали и дают нам профессионалы в этих сферах? Мир ведь не меняется к лучшему. И, может быть, впервые в истории именно Интернет в лице Второго Веба позволит преодолеть вековые противоречия между людьми — политические, экономические, языковые, религиозные... И создать-таки мировое гражданское общество!

\* \* \*

Каждый человек может выбрать себе сценарий по вкусу, смотреть на web 2.0 с какой-то из приведенных позиций. Автору статьи хочется быть оптимистом, однако жизненный опыт подсказывает, что не надо спешить с выводами и стоит проявить осторожность. Дети и подростки, и даже часть молодежи продолжают смотреть на Интернет как на источник игр, развлечений, времяпрепровождения. Между тем распространение и массовое внедрение сетевых ресурсов — дело не только прогрессивное (в чем нет сомнений), но и опасное. Особенно в форме Второго Веба. Цитирую уже забытого Ю. Фучика («Слово перед казнью»): «Это уже не игра. Это — жизнь». Дальше напомнить? — «Люди, я любил Вас, будьте бдительны!»

# Библиографический список

- Августин А.* Исповедь. М., 1991.
- Аверинцев С.С.* Античная риторика и судьбы античного рационализма. М., 1991.
- Агафонова А.Ю.* Методы профильной подготовки будущих журналистов. М., 2000.
- Акишина А.А.* Структура цельного текста. М., 1979.
- Акопов А.И.* Периодические издания. Ростов н/Д., 1999.
- Акопов А.И.* Российские специальные журналы 1917—1932 гг. Ростов н/Д., 1994.
- Банисар Д.* Свобода информации и доступ к правительственным документам. Обзор законодательства по доступу к информации в мире. М.: Де Ново, 2004.
- Басин Е.Я.* Искусство и коммуникация. М.: МОНФ, 1999.
- Белый А.* Символизм как миропонимание. М., Республика, 1994.
- Бердяев Н.А.* Философия свободы. М., 1997.
- Блауберг И.В.* Проблема целостности и системный подход. М., 1997.
- Брайант Д., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004.
- Будева Л.П.* Социальная среда и сознание личности. М., 1968.
- Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
- Воронова О.А., Реснянская Л.Л., Руденко И.А.* Методика типологического анализа периодической печати. М., 1995.
- Ворошилов В.В.* Журналистика. СПб., 2004.
- Горохов В.А., Коханова Л.А.* Основы непрерывного образования в СССР. М., 1987.
- Горохов В.М.* Основы журналистского мастерства. М., 1989.
- Горяева Т.* Политическая цензура в СССР. 1917—1991 гг. М.: РОССПЭН, 2002.
- Грабельников А.А.* Русская журналистика на рубеже тысячелетий. М., 2000.
- Грабельников А.А.* Работа журналиста в прессе. М., 2001.
- Градовский А.В.* О свободе русской печати. СПб., 1905.
- Грacheв Г.В.* Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998.
- Гуревич С.М.* Экономика СМИ. М., 1999.
- Гус М.С.* За газетные кадры. М.; Л., 1930.
- Дзялошинский И.М.* СМИ, власть и гражданское общество в регионе. М., 2002.
- Дзялошинский И.М.* Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества. М., 2001.
- Есин Б.И.* Русская газета второй половины 19-го века. М., 1973.
- Засурский Я.Н.* Власть, зеркало или служанка? В 2 т. М., 1998.
- Засурский Я.Н.* Искушение свободой. Российская журналистика: 1999—2004. М., 1998.
- Засурский Я.Н.* Система массовой информации России. М., 2001.
- Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Засурский И.И.* Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002.
- Звягинцев А.А.* Социология и психология в журналистике. Ставрополь, 2000.
- Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации. М., 2004.
- История мировой журналистики / Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П. и др.* М., 2003.
- История печати.* Антология. М., 2001.
- История русской журналистики XVIII—XIX веков: Учебник / Под ред. Л.П. Громовой.* СПб., 2003.

- Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: Учебник. М., 2006.
- Кант И. Ответ на вопрос: что такое просвещение? Соч.: В 4 т. М., 1993. Т. 1.
- Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004.
- Каталог стандартов перспективных работ на российском рынке труда. М., 1997.
- Кисиль В.Я. Галерея античных философов. Собр. соч.: В 2 т. ФАИР-ПРЕСС, 2002. Т. 1.
- Климов Е.А. Путь в профессию. Л., 1974.
- Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. СПб., 2004.
- Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001.
- Коханова Л.А., Фадеев В.А. Непрерывное экологическое образование в СССР. М., 1985.
- Кулев В.С. Деловая пресса России. М., 1996.
- Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1977.
- Лихачев Д.С. Раздумья о России. СПб., 2001.
- Логинова А.Ю., Гутгарц Р.Д. Кадры из жизни менеджера по персоналу. М., 2004.
- Лосев А.Ф. История античной эстетики. Высокая классика. М.: Искусство, 1974.
- Лосский В.Н. По образу и подобию. М., 1995.
- Лосский Н.О. Чувствительная, интеллектуальная и мистическая интуиция. М., 1995.
- Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: внешнее расширение человека. М., 2003.
- Мамардашвили М.К. Кантианские вариации. М., 2002.
- Мамардашвили М.К. Необходимость себя. М., 1996.
- Массовая информация и коммуникация в современном мире. М., 1991.
- Методологические основы изучения региональной печати. М., 1993.
- Методы исследования журналистики. Ростов н/Д., 1979.
- Минеева Т.М. Управление персоналом. Томск, 2003.
- Михайлов С.А. Мировые тенденции и национальные особенности в современной буржуазной журналистике. СПб., 2002.
- Модели и методы управления персоналом: российско-британское учебное пособие. М., 2001.
- Молл Е.Г. Управление карьерой менеджера. СПб., 2003.
- Моргунов Е.Б. Управление персоналом: исследование, оценки, обучение. М., 2000.
- Многоуровневая система обучения журналистов в университетах России. Ростов н/Д., 2000.
- Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы. М., 2005.
- Носов Н.А. Психологические виртуальные реальности. М., 1994.
- Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М., 1999.
- Овсепян Р.П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. М., 2000.
- Орчаков О.А. Основы образовательной технологии. М., 1998.
- Открытое и дистанционное обучение. Тенденции, политика и стратегические соображения. ЮНЕСКО. Париж, 2002.
- Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. М., 2002.
- Письменная Е.В. Деловая пресса России и бизнес. М., 2003.
- Пронина Е.Е., Пронин Е.И. Методические материалы к изучению курса «Психология журналистского творчества». М., 2001.
- Прохоров Е.П. Свобода СМИ и журналистской деятельности на демократических принципах: Учеб. пособие. М.: Пульс, 2000.
- Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М., 2004.
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Изд. РИП-Холдинг, 2007.
- Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию. М., 1995.

- Региональные СМИ и демократия в России (на примере Вологодской области).* М., 2003.
- Реснянская Л.Л.* В поисках своего лица: общероссийская пресса на информационном рынке. М., 1998.
- Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д.* Газета для всей России. М., 1999.
- Реснянская Л.Л.* Общероссийские периодические издания. М., 1999.
- Свитич Л.Г.* Профессия: журналист. М., 2003.
- Свитич Л.Г.* Социология журналистики. М., 2004.
- Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1997.
- Система средств массовой информации России* / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1995.
- Ситников А.П., Гундарин М.В.* Победа без победителей. М.: Имидж-Контакт, 2003.
- Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т.* Четыре теории прессы. М., 1998.
- Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций.* М., 2003.
- Талов В.П.* Журналистское образование в СССР. Л., 1990.
- Тертычный А.А.* Аналитический инструментариум журналиста. Деловая пресса России: настоящее и будущее. М., 1999.
- Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М., 2002.
- Типология периодической печати* / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М., 2007.
- Тулупов В.В.* Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Воронеж, 2001.
- Управление персоналом* / Под. ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2001.
- Управление персоналом организации.* М.: ИНФРА-М, 1997.
- Флоренский П.А.* Анализ пространственности и времени в художественно-изобразительных произведениях. М., 1993.
- Фролов Э.Д.* Факел Прометея. Очерки античной общественной мысли. Л.: Изд. ЛГУ, 1991.
- Шкондин М.В.* Средства массовой информации: системные характеристики. М., 1995.
- Шкондин М.В.* Экономические факторы трансформации СМИ. М., 1999.
- Шкондин М.В.* Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2002.
- Шостак М.И.* Журналы России // Типология периодической печати. М., 1995.
- Юрков А.А.* Этика журналистского творчества. СПб.: Изд-во Роза мира, 2003.

## **Статьи, периодика, интернет-ресурсы**

- Акопов А.И.* «Веб 2.0» как явление и как проблема // Акценты. Воронеж. 2007. № 1—2 (64—65). С. 8.
- Алексеев А.Н.* Новая российская газетная пресса: типологическая структура и ее изменения (1988—1997) // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 1999. № 3.
- Алексеев А.Н.* Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1998. № 3.
- Артемов В.* За цифровым форматом будущее // ТелеЦЕНТР. 2004—2005. № 6(8). С. 40.

- Ахмадулин Е.В.* Журналистика как целостная социальная система // Филол. вестн. РГУ. 2004. № 1. С. 47—51.
- Брынская О.П., Лосев А.Ф.* Античные теории стиля в их историко-эстетической значимости // Античные риторика. М., 1978.
- Бережной А.Ф.* На пути к организации журналистского образования в России // Факультет журналистики. Первые 50 лет / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 1996.
- Брайер А.* О некоторых аспектах профессиональной культуры журналиста // Журналистское образование в XXI веке. Екатеринбург, 2000.
- Варшавчик С.* Цифровой шок для телевизионщиков // Независимая газета. 16 декабря. 2005.
- Виноградова С.М.* Слагаемые журналистской профессии / Под ред. С.Г. Корконосенко // Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000.
- Грабельников А.А.* Отраслевая пресса // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1997. № 4.
- Д'Инка В.* Журналистика: между профессией мечты и «духовной каторгой» / Современное состояние университетского филологического и журналистского образования, перспективы его модернизации и вхождения в международное образовательное пространство. Журналистика. Материалы Международной научно-практической конференции. РГУ — Свободный российско-германский институт публицистики. Ростов н/Д., 2004. С. 29—31.
- Есин Б.И.* Из истории высшего журналистского образования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1969. № 2. С. 82.
- Засурский Я.Н.* Журналистика в изменяющемся мире // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1991. № 2.
- Засурский Я.Н.* Журналистика в переходный период // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1997. № 5.
- Казарин Ю.И.* Здесь будут учить журналистике, но совсем не так, как другие // Журналист. 2005. № 9. С. 57.
- Караваикова С.В.* Подготовка журналистских кадров в первые годы советской власти // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1967. № 5.
- Кинцис Ю.* Сертификация и цифровая эпоха // ТелеЦЕНТР. 2004—2005. № 6(8). С. 10.
- Кириллова Н.* Медиасреда российской модернизации // ТелеЦЕНТР. 2005, № 5 (13). С. 45.
- Кириллова Н.* Что такое медиакультура // ТелеЦЕНТР. 2005. № 4 (12). С. 20.
- Корконосенко С.Г.* Теории журналистики и практика прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2003. № 2.
- Корниенко О.* Югра — благодатный край для творчества // ТелеЦЕНТР. 2005—2006. № 6 (14). С. 58.
- Кривенко С.* Газетное дело и газетные люди // Русская мысль. 1906. № 10. С. 10.
- Куликова Н.А., Кувшинова О.В.* Журналисты о политической журналистике // Журналистика и социология'2001. Политология журналистики / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 2002. С. 51.
- Лавреневская А.С.* Особенности систематизации и эволюции отечественной журнальной периодики // Журналистика в 1997 г. М., 1998.
- Лившиц В.Г.* Перед вызовами информационного общества // Телецентр. 2005—2006. № 6(14). С. 32—33.
- Мариничева М.* Знаем, чем мы управляем, — управляем тем, что знаем // ТелеЦЕНТР. 2006. № 1(15). С. 36.

- Маркелов К.В. Психология информационной деятельности // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки. М., 2002. С. 164.
- Медиаобразование в информационном обществе. Специальный выпуск // Информационное общество. 2003. № 3.
- Милтон Дж. О свободе печати // История печати. Антология. М., 2001. С. 59—61.
- Моисеев Н.Н. О необходимых чертах цивилизации будущего // Экологический меридиан МНЭПУ. 1999. № 1.
- Носов Н.А. 1995, Виртуальные реальности в психологии и психопрактике. Вып. 1. М., РАН, 1995. С. 5.
- Общество профессиональных журналистов. Кодекс этических норм (1996). <http://www.gdf.ru/books/books/liberty/0004.shtml>
- Павлова А. Хроника электронной почты // Независимая газета. 2006. 10 февраля.
- Письменная Е.В. Профессионализм и этика: проблема морального выбора в деловой журналистике (из российского опыта) // Вестн. МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2000. № 2.
- Письменная Е.В. Информационная этика и прагматика деловых СМИ России // Вестн. МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2004. № 1.
- Подымская А. Когда ставки сделаны // ТелеЦЕНТР. 2004—2005. № 5(13). С. 28.
- Привалов В.З. От «школы журнализма» до факультета журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1982. № 1.
- Рубинов А. Без зарплаты // Журналист. 2005. № 9. С. 54.
- Сартр Ж.П. Картезианская свобода // Логос. 1996. № 8. С. 23.
- Суходольский Г.В. О требованиях к психологическому изучению деятельности // Личность и деятельность. Экспериментальная и прикладная психология. Вып. II. Л., 1982. С. 17.
- Талызина Н.Ф. Теоретические проблемы разработки модели специалиста // Современная высшая школа. № 2(54). 1986. С. 75—86.
- Тимофеевский А. Факультет ненужных вещей // Эксперт. 2005. № 47.
- Тулунов В.В. Состояние российских СМИ и журналистского образования в переходный период // Акценты. Воронеж. 2004. № 5—6 (48—49). С. 4.
- Уразова С. Цифровая Россия — далекая и близкая, или четыре пункта резолюции // ТелеЦЕНТР. 2005. № 5 (13). С. 14.
- Фатмина В.Д. Изменение профессиональных требований к журналистам и журналистскому образованию в условиях коммерциализации медиарынка Германии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: «Литературоведение. Журналистика». 1996. № 1. С. 103—110.
- Энштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. <http://newasp.omskreg.ru/intellect/f27.htm>
- Bass B.M. Continuity and change in the evolution of the work and human resource management // Human resource management. Ann Arbor, 1994. Vol. 33. № 1. P. 3—31.
- Nelson T. Computer Lib/Dream machines. Sausalito, CA: Mindful Press, 1974.
- Nelson T. Literary machines. Sausalito, CA: Mindful Press, 1993.
- Politikwissenschaft: eine Grundlegung. Bd. 2. Stuttgart; Berlin; Köln; Mainz: hrsg von Klaus von Beume. 1987. P. 60.
- Ratzke D. Neue Technologien und die Entwicklung der Medien in Russland und Deutschland. Institut fuer Medienentwicklung und Kommunikation GmbH in der Verlagsgruppe FAZ Gmb H. Frankfurt a.M., 1998. S. 33.
- Toffler Al. Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21st Century. New York; London, 1990. P. 114.
- Wolf G. The Curse of Xanadu. Jun 1995 [www.wired.com/wired/archive/3.06/xanadu\\_pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/3.06/xanadu_pr.html)