

Ю. В. АНДРЕЕВА,

*доцент кафедры журналистики Казанского государственного университета,
кандидат психологических наук*

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОГНОСТИКА ТЕНДЕНЦИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБУЧЕНИЯ И САМОРАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

«Мы и сегодня плохо знаем, что такое журналистика, — более полувека назад писал известный отечественный журналист В. А. Аграновский. — Работы многих авторитетных ученых, посвященные теоретическим проблемам журналистики, при всей их значимости и глубине создают впечатление

противоречия и не дают ответа на поставленные вопросы». С этим утверждением, к сожалению, можно согласиться и сегодня.

Профессиональное журналистское образование в России в течение последних десятилетий столкнулось с неразрешимой проблемой педагогической прогностики, вследствие

которой зачастую выстраивались неверные ориентиры профессионального обучения. Не только в нашей стране, но и в мире до сих пор нет единого ответа на вопрос, каким должен быть современный конкурентоспособный журналист.

Вследствие бурного технического прогресса в области массовых коммуникаций, резкого изменения общественных тенденций, смены идей и нравственных ориентиров сложно определить, какие именно компетенции должен демонстрировать журналист будущего. Сегодня можно выделить несколько взглядов на будущее журналистики. Так, французская школа предлагает делать акцент на развитие общих профессиональных компетенций и базовых элементов профессиональной культуры. Парижский центр подготовки журналистов (Centre de Formation des Journalistes) выдвигает такие требования к журналистам: «Будущие журналисты должны демонстрировать пунктуальность, готовность выйти на работу в неурочное время, умение работать в сложных ситуациях, способность работать в коллективе и иметь очень высокое чувство ответственности»¹. Интересно, что главной целью обучения для студентов является видение современных событий в перспективе их развития, а важнейшими — не технические компетенции, а умение собирать, анализировать, дополнять информацию и рассматривать событие все-сторонне.

А вот немецкая школа в основном придерживается компетентностного подхода, с завидной педантичностью прогнозируя развитие тех или иных журналистских специальностей и определяя набор соответствующих компетенций. Также для Германии характерна тенденция поворота от журналистики просветительской к маркетинговой: журналистика перестает быть общественным явлением, превращаясь в регламентированный бизнес. Залогом успеха журналиста становится знание законов рынка, умение добиваться успеха в конкурентной борьбе. По мнению П. Рауэ, в будущем «главный редактор локальной газеты будет понимать производство газеты как задачу менеджмента». Так, в новом варианте одного из самых популярных учебных пособий в Германии «Практическая журналистика» к главам о журналистском мастерстве добавлены новые главы, посвященные политическим и экономическим аспектам журналистики: о законах функционирования медийных рынков, маркетингу СМИ,

методах исследования эффективности воздействия.

В мире продолжают споры относительно того, что принесет обществу коммерциализация «четвертой власти». Журналистика как высокое служение обществу отходит на второй план, превращаясь в информационный бизнес, где идеи, события и даже проблемы имеют свой денежный эквивалент: журналист занимается поиском «хорошо продаваемой», а не социально важной информации. Во многих западных странах введены регулирующие ограничения шокирующей и негативной информации. Так, в Америке криминальная журналистика, включающая сцены насилия и демонстрации ретроспективы преступлений, транслируется в отдельном блоке и только после полуночи. В то время как в России содержание криминальных новостей в информационных блоках, по данным пресс-центра МВД РФ, в 70 раз превышает реальное соотношение событий.

Тенденции развития журналистики в России имеют свои особенности: в последние годы произошли революционные «информационные» перемены, которым способствовало изменение общественно-политического курса страны, провозглашение свободы слова, создание рынка информации и стремительное развитие информационного бизнеса, создание крупнейших в мире медиа-холдингов и многопартийных СМИ, развитие электронных технологий, переход на цифровой формат и спутниковое вещание.

Российская журналистика сегодня — это сфера профессиональной коммуникации (ее задачей является информирование общества), способствующая саморегуляции социально-политических и иных общественных процессов. Благодаря использованию широких коммуникативных средств, журналистика влияет на массовое сознание и изменяет поведение, оказывает влияние на развитие языка, традиций, национального менталитета и уровень культуры общества. Журналистика — многофункциональная сфера профессиональной деятельности, активно влияющая на социально-политическое развитие страны и мирового сообщества с помощью разнообразных коммуникативных технологий, посредством воздействия на общественное сознание и управление общественным поведением. Журналист — специалист, профессионально владеющий технологиями массовой коммуникации и оказывающий воздействие на массовое сознание с помощью формирования имиджа персон, организаций, государств и событий, влияющих на общественное поведение.

¹ См.: <http://www.cfpj.com/cfj/scolarit2/php>.

С позиции педагогической прогностики журналистского образования в России с уверенностью можно сказать, что при подготовке журналистов мы должны не только развить у студентов определенный набор профессиональных компетенций, но и ориентировать их на саморазвитие конкурентоспособности. Современный информационный рынок — это область жесткой конкуренции. Можно выделить несколько типов конкуренции: международная конкуренция СМИ (доля российской информации в мировом пространстве не превышает нескольких процентов, в то время как, по некоторым оценкам, доля США превышает 50 %); конкуренции между СМИ (борьба за рейтинг); конкуренция на межличностном уровне (между журналистами одной тематики разных СМИ за эксклюзивные материалы, творческая конкуренция в рамках редакции); а также самоконкуренция («газета живет один день» и журналист постоянно должен поднимать планку своих достижений — конкурировать с самим собой). В конкуренции, а особенно в самоконкуренции, на наш взгляд, заложен механизм профессионального саморазвития журналиста.

В данном контексте актуальной становится проблема соответствия конкурентоспособности и нравственной культуры журналиста. Многие полагают, что успеха в про-

фессиональной борьбе может достичь, скорее, безнравственный журналист, для которого все средства достижения цели являются приемлемыми. Опыт журналистской деятельности и практика преподавания на факультете журналистики опровергают данные аргументы. Напротив, конкурентоспособность журналиста базируется на высоком уровне профессионально-творческой культуры и личностных нравственных императивах. В противном случае профессиональный успех будет краток и недолговечен. Такие «звезды» быстро исчезают с информационного небосвода. В принципах конкуренции заложен и механизм развития журналистики как профессионального института. Конструктивная профессиональная конкуренция способствует появлению новых качественных продуктов, в частности новых оригинальных идей и концепций СМИ.

Конкурентоспособного журналиста отличает высокий уровень профессиональной культуры, следовательно, конкурентоспособность работает на повышение рейтинга профессии и в конечном счете — усилению общественного влияния журналистов. Вполне очевидно, что в информационном веке только профессиональные коммуникаторы — российские журналисты — смогут существенно влиять и на уровень конкурентоспособности страны.