

**Федеральное государственное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования  
ИНСТИТУТ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОТНИКОВ  
ТЕЛЕВИДЕНИЯ И РАДИОВЕЩАНИЯ**

**А.А.КАЛМЫКОВ**

**ПРОФЕССИЯ ЖУРНАЛИСТА В ЭПОХУ  
ИНТЕРНЕТА**

**(Учебно-методическое пособие)**

**Москва 2012**

## **ПРОФЕССИЯ ЖУРНАЛИСТА В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТА**

### **Предисловие. Неизбежность медиаобразования в силовом поле конвергентных СМИ**

Актуальность проблематики медиаобразования является следствием быстро и кардинально меняющегося медиаландшафта. Мир XXI века все в большей степени презентуется в коммуникативной и медиа форме, и все меньше формирующаяся у личности картина мира зависит от личного опыта. Например, наблюдаемый и широко обсуждаемый феномен так называемого клипового мышления, брендируемое визуальное пространство города, мелькающее телевидение и путешествия по окнам операционной системы виндус – это все то, из чего и складывается картина мира у современного человека.

Эпистема обыденности сегодня - набор не связанных друг с другом знаниевых фреймов-клипов, в точности иллюстрирующих бодрийеровское понятие «симулякр.»

Вооруженные новейшими технологиями информационно-коммуникативные практики (СМИ, реклама, политтехнологии, PR, а также система образования) рассказывают нам о реальности, не оставляя возможности осваивать ее самостоятельно и непосредственно. Речь идет о том, что М.Фуко называл тотализирующим дискурсом.

Следовательно, возникает социальная потребность выработки культурных норм восприятия посланий различных информационно-коммуникативных практик – журналистики, PR, рекламы, политики, образования, а медиакультура становится императивным качеством современника, поскольку только обладая ею, личность сможет противостоять формирующему действию СМИ с одной стороны, а с другой, обеспечит качество производимого медиапродукта.

Нет сомнения и в том, что когда мы говорим о профессионализации интернет-журналистики и, шире, конвергентной журналистики, импера-

тивность медиаобразования лишь усиливается. В частности, из-за того, что новые каналы доставки информации и новые конвергентные формы упаковки информации оказывают неизмеримо более мощное воздействие на аудитории. Эти аудитории, как правило, не успевают самостоятельно выработать культурные нормы восприятия информации представленной в гипертекстовой интерактивной форме, что делает их беззащитными перед манипулирующим потенциалом медиа. Характерным примером является популярный ресурс «Википедия». Размещенные в нем сведения принципиально предполагают проверку их достоверности юзером, но используются, как правило, некритично. Иными словами, фолксономичная википедия приравнивается пользователями к таксономичным традиционным энциклопедиям. Вместо культурного прорыва, который следует ожидать от этого замечательного креативного проекта, нацеленного на актуализацию работы со знанием, мы получаем механизм массовой дебилизации, размывающий знание. Нечто аналогичное происходит и вообще со всем тем, что публикуется в интернете. Причем, как отмечают некоторые исследователи, доверие к интернет-публикациям постоянно растет.

Опросы общественного мнения показывают, что традиционные СМИ имеют рейтинг доверия, не превышающий 10%, в то время как рейтинг Facebook и Twitter достигают 20%, а гипермедийных машин типа Google, - 50%. Также неуклонно растет доверие и к тематизированным интернет-СМИ. Поскольку качество информации интернет-СМИ вряд ли существенно выше качества информации в традиционных СМИ, то рост доверия к ним объясняется удобством ее восприятия и получения, то есть от факторов никак не связанных с ее репрезентативностью, достоверностью, надежностью, логичностью и т.п.

Учитывая, что интернет-издания в значительно меньшей степени могут быть подвергнуты социальному контролю и коррекции, то есть гораздо в большей степени, чем традиционные СМИ, допускают произволь-

ность и не критичность, то становится понятным первостепенное значение тех качеств личности, которые позволяют отделять информационные плевны от зерен, то есть наличие медиакультуры и информационно-коммуникативно-технологической грамотности.

Под этим понимается особый тип культуры информационной эпохи, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью. Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств и практик, опосредованных ими материальных и интеллектуальных ценностей, а также эпистемологических медиаобразований (эпистем масс-медиа). Медиакультура подразумевает нормы передачи информации и ее восприятия; то есть способность личности воспринимать, анализировать, оценивать, а также заниматься медиатворчеством и адаптироваться к меняющейся медиасреде

Мануэль Кастеллс в предисловии к русскому изданию своей книги «Галактика Интернет» пишет о том, что одним из самых значимых переходных процессов, происходящих в России, является – технологический и организационный переход к информациональному 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». Поскольку современность характеризуется гипертрофированным влиянием медиа, то есть расширяющейся системой массовых коммуникаций и информационно-коммуникативного взрыва с присущими ему хаотичностью и избыточностью. Это трансформирует социальные связи и модели идентичности. Не только социальная реальность, социальное время и пространство, но и собственная онтология становится медиапродуктом или медиаконструкцией.

Особенностью и одновременно сложностью проблематики медиакультуры является то, что это комплексный феномен, лежащий в предмет-

ной области не только теории журналистики и педагогики, но и культурологии, искусствоведения, информатики, политологии, социологии, психологии и т.п. Кроме того, этот феномен трансформируется по мере ускоряющегося развития конвергентных процессов, что требует учета появления в информационно-коммуникативном пространстве все новых «упаковок» и новых каналов распространения информации и форматов информационного взаимодействия.

Ясно, что все это динамично видоизменяет социальный заказ и журналистике, и журналистскому образованию, чему и посвящена настоящая монография.

## ***1. Зона ответственности интернет-журналистики***

### *1.1. Что такое информационно-коммуникативное пространство*

Нет необходимости доказывать, что деятельность журналиста осуществляется в информационно-коммуникативном пространстве и заключается во вселении в него новых объектов, то есть в конечном счете сводится к управлению им. Однако, что это такое “информационно-коммуникативное пространство” и что такое “коммуникация” в современном смысле этих понятий?

Коммуникация как фактор общественной связности сегодня представляется в виде сложного процесса, организующего социокультурное пространство. С ее помощью общество создает окружающую среду – информационно-коммуникативное пространство.

По мнению Никласа Лумана, общество является примером самовоспроизводящейся и самореферентной системы. Формой существования и самоописания общества является социальная коммуникация. Жан-Франсуа Лиотар рассматривал общество как систему дискурсивных практик. Современные развитые общества он определяет как «постмодерн». Здесь со-

циальность приобретает характер дискурсивной разнородности, в основании которой лежат языковые игры — «минимальные отношения для существования общества». В работах Пьера Бурдьё общество представляет собой уже совокупность отношений, складывающихся в различные коммуникативные поля, каждое из которых имеет специфические типы власти (политика, образование, наука, философия, журналистика и т.д.).

Общим в этом разнородном дискурсе вокруг коммуникации является ее понимание как фактора формирования окружающей среды современной цивилизации – информационно-коммуникативного пространства. Этим как бы устанавливаются границы между коммуникациями, с одной стороны, и человечеством – с другой.

Осознание этого нетривиального факта начало складываться лишь во второй половине XX века, когда произошла революция в характере информационных воздействий, придавшая им глобальный планетарный характер. СМИ, системы обработки информации, информационно-коммуникационные технологии превращают каждое событие, попавшее в «повестку дня», в глобальный фактор человеческих отношений. Современное состояние информационной среды в человеческом обществе качественно отличается от ее состояния еще в XIX веке и даже в первой половине XX века, и эта специфика требует соответствующего отражения на понятийном уровне, поскольку сегодня потенциальную глобальность приобретает любая информационная единица, попадающая в мировую телекоммуникационную и компьютерную сеть.

Очевидно, что свойство глобальности событий, превращенных в информационную форму, нельзя приписать ни самим этим событиям, ни их интерпретациям (фактам). Это качество приобретается за счет механизмов как их первичной презентации, так и позиционирования в информационно-коммуникативном пространстве. Собственно именно это и оправдывает допущение пространственности информации и коммуникации. Действи-

тельно и коммуникация, и информация приобретают фундаментальный характер, который заставляет придавать этим понятиям онтологический (бытийный) статус. В связи с этим необходимо обсудить варианты использования понятия «информационно-коммуникативное пространство», которое часто применяется скорее в качестве фигуры речи. Иными словами, оно представляет собой скорее метафору, чем строгий логически выверенный термин. Определенное и точное содержание могут иметь только частные его трактовки, построенные на идеализированных моделях. Их применимость и эффективность зависят от конкретных условий и корректности формулировки научно-практических задач. Модели — инструменты, но отнюдь не универсальные. Кроме того, в равной степени оказываются употребимы понятия: «информационное», «коммуникативное» («коммуникационное») и собственно «информационно-коммуникативное». Следует отметить, что введению и дифференциации понятия «информационное пространство» посвящен ряд работ М. Ю. Казаринова, подход которого частично использовался и в настоящей работе.

Наиболее распространенным остается редуцирование к физическому пространственно-временному универсуму, между точками которого возникают обменные информационные отношения и коммуникации. Социокультурная реальность, разворачивающаяся в историческом времени, предстает совокупностью коммуницирующих объектов, каждый из которых привязан к географическим координатам, и может быть охарактеризован набором необязательных параметров: политических, экономических, этнокультурных и т.п. В этом же ключе понимаются такие образования, как «глобальное пространство телекоммуникаций», «информационное пространство России» и т. п. Подобный подход обеспечивает уникальность события, хотя его связь с проинтерпретированным фактом остается множественной. Кроме того, пространственная (в физическом смысле) локализация информационно-коммуникативных объектов вообще остается про-

блематичной, поскольку здесь не определяются качества пространственности самих коммуникации и информации.

Бытует также «полевое» представление информационно-коммуникативных практик. Суть его в том, что действительность интерпретируется в качестве некоего множества практик, каждая из которых контролирует определенные фрагменты социальной жизни (поля практики по П.Бурдьё ). Существуют поля журналистики, политики и т.п. Можно, вероятно, говорить и о поле интернет-журналистики. Поля формируются так называемыми агентами поля, своего рода центрами влияния, зарядами. Аналогом здесь являются физические поля, образуемые электрическими зарядами, гравитационными массами и т.п. Человек оказывается в поле под воздействием «агентов поля», производящих информационно-коммуникативный образ какого-либо события. В результате он соответствующим образом меняет свое поведение и сознание. Это изменение является индикатором информационного эффекта, аналогичное «пробному заряду», с помощью которого определяется напряженность поля в электростатике. Следует отметить, что подобная аналогия может быть сведена к измеримым показателям: рейтингам, репутационному капиталу, капиталу бренда и так далее. Перспективность подобной модели связана, прежде всего, с возможностью применения уже наработанных в физике и математике подходов к исследованию и исчислению полевых явлений. Кроме того, понятие «поле» непосредственно учитывает в своем содержании как пространственную определенность, так и качественную специфику создающих его и взаимодействующих в нем систем, что выводит на системное рассмотрение информационной реальности и формализацию возникающих в ней отношений.

В защиту «полевой» интерпретации информационно-коммуникативного пространства приведем развернутую цитату из лекции Пьера Бур-

дье в курсе Коллеж де Франс, прочитанной им на факультете антропологии Лионского университета Lumière 14 ноября 1995.

*«В социальном универсуме сегодня существуют журналисты, политики, телевизионные журналисты, интервьюирующие политиков, социологи, дающие интервью в газетах или интервьюирующие политиков и журналистов и т.д. То есть существуют видимые и непосредственно воспринимаемые агенты, встречающие друг друга, которые могут бороться друг с другом, конкурировать и т.д., и т.п. Что можно получить, если на место наблюдаемых феноменов и совокупности единичных агентов, обозначенных именами собственными, поставить пространство невидимых отношений, составляющих то, что я называю полем социальных наук, юридическим полем или полем политики? Что дает подстановка этих невидимых отношений на место воспринимаемых непосредственно агентов и взаимодействий между ними? <...> Я предполагаю, что в тот момент, когда господин Рене Реймон обращается к господину Полю Амару, то это не просто историк говорит с журналистом — вот мы уже и начали конструировать объект! — а историк, занимающий определенную позицию в поле социальных наук, который говорит с журналистом, занимающим определенную позицию в журналистском поле, и, в конце концов, это поле журналистики говорит с полем социальных наук. Тогда характеристики взаимодействия между Полем Амаром и Рене Реймоном (например, тот факт, что Поль Амар обращается к Рене Реймону за окончательным вердиктом как к некоторому арбитру, внешнему по отношению к сугубо политическому спору, как к тому, кто может сказать последнее слово, сослаться на предыдущие выборы, вспомнить прецеденты) или между Полем Амаром и каким-либо выступавшим до него политиком — выражают структуру отношений между полем журналистики и полем социальных наук. Например, статусная объективность, приписываемая господину Рене Реймону, связана не с внутренними свойствами лич-*

*ности этого господина, а с полем, частью которого он является. С определенной точки зрения это поле находится в объективном отношении символического доминирования с полем журналистики (последнее также может осуществлять символическое доминирование над первым, но при других условиях: например, владея условиями доступа к широкой публике и т. д.). Одним словом, взгляд на телестудию в свете предлагаемых мною средств позволяет увидеть множество характеристик, которые не воспринимаются интуицией. Итак, поле, которое я предлагаю проанализировать, представляет собой расширенную форму так называемого мира или микрокосма политики. <...> Слово микрокосм точно указывает на то, что политический универсум, со всеми своими институтами и партиями, правилами функционирования и агентами, отобранными в соответствии с определенными процедурами (электоральными) и т. д., является автономным миром, микрокосмом, встроенным в социальный макрокосм. Политический микрокосм является своего рода маленьким универсумом, погруженным в законы функционирования большого универсума, который тем не менее наделен относительной автономией внутри этого универсума и подчиняется своим собственным законам, своему собственному *nomos*'у, одним словом своему автономному закону. Необходимо учитывать эту относительную автономию, чтобы понять практики и производства, возникающие в этих универсумах».*

Информационно-коммуникативное пространство может быть также определено в качестве части (подпространства) пространства социокультурного. В этом случае полагается «матрешечная» схема, то есть включение в социальную реальность и действительность областей, в которых действуют преимущественно информационно-коммуникативные факторы. В самом информационно-коммуникативном пространстве также могут быть выделены подпространства: научно-технической, экономической, политической, управленческой, культурной и других видов социальной

информации. Их объединяет единство форм коммуникативной деятельности и ее информациональный характер. Например, понятие «единое экономическое пространство» обусловлено не только наличием мирового рынка финансов, но и тем фактом, что финансы являются, с современной точки зрения, информационно-коммуникативными образованиями, знаками некоторых ценностей и потенциями рыночных коммуникаций.

Достаточно распространен также взгляд, опирающийся на абстрактные математические модели факторных пространств. Эти пространства задаются системой детерминант информационно-коммуникационных процессов, которые в свою очередь определяют систему координат. С её помощью определяется местоположения того или иного процесса. Например, для интернета можно построить двухмерную систему координат, по оси  $X$  которой будет URL-соответствующего информационного блока, а по оси  $Y$  – время его последнего обновления. Таким образом, все, что размещено в интернете, может быть идентифицировано однозначно, однако при этом трудно ввести понятия «расстояния» между объектами, а значит, и их «протяженности». А именно эти качества непосредственно связаны со свойством пространственности. Нивелирование понятия расстояния между двумя ресурсами в интернете связано также с тем, что для пользователя не имеет значения, где физически находится информация, с которой он коммуницирует, поскольку связь осуществляется со скоростью света, то есть практически мгновенно. Весь интернет находится как бы в одной точке – в компьютере пользователя. Тот же эффект дает телевидение и радио. Эта особенность современных коммуникаций называется симультанность (единомоментность события и его отражения).

Частным случаем факторных информационных пространств являются упорядоченные (классифицированные) информационные массивы, например каталоги, книжные фонды библиотек, базы данных и знаний, т.е. разнообразные упорядоченные хранилища информационных единиц. Их

отличительной особенностью служит наличие уникального кода или шифра, классификационной матрицы и средств поиска и доступа. Очевидно, что не все информационно-коммуникационные объекты подвергаются каталогизации и систематизации, то есть вся совокупность подобных массивов не покрывает собой все информационно-коммуникативное пространство. Это вряд ли возможно в принципе, хотя подобная тенденция явно просматривается.

Впрочем, помимо чисто информационных таксономических смыслов, за которыми скрывается упорядоченное человеческое знание, информационно-коммуникативное пространство или киберпространство приобретает вполне ощутимые социальные черты настолько, что начинает составлять конкуренцию сосюстороннему от экрана социуму.

Убеждение в том, что интернет это не просто источник информации и средство общения, а именно жизненная среда авангардной части общества, достаточно популярное сегодня, приводит к специфическим протестным явлениям. Прежде всего население сети активно сопротивляется коммерциализации и приватизации киберпространства. Так, Д. П. Барлоу – автор известного манифеста «Декларация независимости киберпространства», с целью сопротивления влиянию государств и корпораций на жизнь в интернете основал «Фонд электронного фронта» (EFF), который также расшифровывается как «Фонд электронной свободы». EFF это хорошо финансируемая адвокатская коллегия, занятая сопротивлением цензуре, защитой цифровых прав и проблемой сетевой криптографии.

Приведем характерный фрагмент упомянутой декларации:

*«Правительства Индустриального Мира, усталые гиганты из плоти и стали! Я явился из Киберпространства, нового дома Сознания. Ради будущего я прошу вас, принадлежащих прошлому, оставить нас в покое. Вас здесь не ждут. Вы не имеете власти над местом, где мы обретаемся. У нас нет избранного правительства, и мы не собираемся терпеть его и в*

*будущем, так что я обращаюсь к вам с уважением, не большим, чем то, с которым к вам обращалась бы сама Свобода. Я провозглашаю, что мировое социальное пространство, которое мы строим, от рождения независимо от бремени тирании, которое вы хотите возложить на нас... Киберпространство лежит вне ваших границ. Не думайте, что это вы строите его, ибо это общественный проект. Вы не можете сделать этого. Это акт самой природы, и киберпространство произрастает в результате коллективного действия.»*

Комментируя эту декларацию, Эрих Дэвис автор недавно вышедшей книги «Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху», посвященной, как видно из ее названия, духовным аспектам внедрения и развития «техногностической культуры» современности, отмечает, что У Барлоу киберпространство становится одновременно и территорией, и «актом природы». Эта мифологическая концепция позволяет ему видеть интернет как технологическое возвращение к безграничному (но населенному) континенту, который встретил первых колонистов. «Утвердив эту виртуальную почву в качестве основания, Барлоу затем убеждает надутых плохих парней из правительства в том, насколько неестественной в действительности является цифровая среда». «Наш мир – мир, который находится в одно и то же время всюду и нигде, но тела живут не в нем... Ваши правовые концепции собственности, самовыражения, идентичности, передвижения и контекста неприменимы к нам. Они основаны на материи. А здесь нет материи».

Подобное противоречие, тем не менее, не мешает противопоставлять материальный мир государств и бизнеса миру виртуальных отношений, причем настолько, что последний и в самом деле приобретает свойства пространственности, то есть качества, позволяющего пребывать в нем, перемещаться по нему, заниматься какой-либо деятельностью, что-то строить или производить вполне осязаемые объекты. Интернет приобретает

образ активно калонизируемого вновь открытого жизненного пространства цивилизации, и события последнего времени (например, известный процесс над сайтом «пиратская бухта») только усиливают это впечатление.

Иной подход основан на отождествлении информационно-коммуникативного пространства с языком в целом, а точнее, с семиотической и семантической реальностью. Наиболее уместным здесь будет применить термин «семиосфера», разработанный в семиотической культурологии Ю. М. Лотмана.

Семиосфера это одновременно и семиотическое пространство, что почти тождественно культуре, и комплекс условий, делающих возможной коммуникацию. Ю. М. Лотман поясняет это следующим образом:

*«Представим себе в качестве некоего единого мира, взятого в синхронном срезе, зал музея, где в разных витринах выставлены экспонаты разных эпох, надписи на известных и неизвестных языках, инструкции по дешифровке, составленные методистами пояснительные тексты к выставке, схемы маршрутов экскурсий и правила поведения посетителей, и представим все это как единый механизм. [...] Мы получим образ семиосферы. При этом не следует упускать из виду, что все элементы семиосферы находятся не в статическом, а подвижном состоянии, постоянно меняя формулы отношения друг к другу».*

Если сопоставить сказанное с идеей сведения интернета к соглашению, то есть к определенной системе правил взаимодействия в сети, высказанной в знаменитой статье Дока Серлза и Дэвида Вайнбергера «О том, что такое интернет и с чем его путают», то получится, что семиосфера интернета это совокупность протоколов передачи данных и правил взаимодействия в сети пользователей. Семиосфера интернета может быть понята как тождественная, а точнее, структурно подобная информационно-коммуникативному пространству, а это означает, что между социальными отношениями внутри и вне сети существует взаимно однозначное соответ-

стве. То есть все возникающее в сети есть отражение складывающихся в обществе отношений. Интернет не изобретает, а проявляет то, что было не так заметно.

Возвращаясь к обсуждению понятия «информационно-коммуникативное пространство», следует сказать, что на сегодня не существует однозначного его понимания. Вкладываемый в него смысл определяется языковой интуицией и контекстом словоупотребления. Последнее подчеркнем особо, поскольку значение этого понятия и возможность работы с ним полностью зависят от задачи и от того контекста, в котором эта задача решается, т.е. этот термин может быть использован и в понимании информационной среды, и в понимании семиосферы, и в понимании пространственно распределенных источников информации и коммуникации. В некоторых случаях оказывается продуктивным соотносить его также с понятием «виртуальная реальность».

## *1.2. Образ профессиональной деятельности*

Журналистика является профессиональной сферой деятельности. Профессия (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. В профессии выделяются специальности и специализации. Причем по мере расширения спектра массово-информационной деятельности количество специальностей и специализаций растет. Вместе с тем «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>.

Не исключение здесь и интернет-журналистика, которая как уже отмечалась, с одной стороны, быстро вооружается новейшими информационно-коммуникативными технологиями, с другой стороны, работает в виртуализированной среде с неопределенными пространственно-временными ориентирами.

Необходимо выявить эти общие свойства профессии журналиста и структуру его личности. 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 журналистское 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. 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? Или тот, кто пребывает в соответствующей должности или просто получает за свою работу деньги? А возможно, только тот, кто хорошо де-

---

<sup>1</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учеб. пособие. М., 2000.

лает эту 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 вышеперечисленным стали в одночасье.

Особенно обостряется эта проблема из-за широких возможностей, которые предоставляет всем желающим интернет. Фактически создать собственное СМИ может сегодня каждый. Как при этом отличить профессиональную журналистскую работу от откровенного дилетантства, каким сетевым источникам доверять и в какой степени? В той ситуации, что все большее число пользователей признаются, что сеть становится для них основным источником информации, то есть выигрывает конкуренцию у газет, радио и телевидения, – эти вопросы затрагивают не только аудитории СМИ, но и положение отрасли в целом. Простых ответов на них пока не найдено, но очевидно, что ни цензура, ни процедуры государственной сертификации и/или регистрации тут не помогут.

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 и влечет за собой непереносимое уважение к его носителю, независимо от области профессиональной деятельности. Признание за свойством профессионализма абсолютной ценности – явление достаточно новое и является порождением технической цивилизации, окончательно оформившееся в основном в двадцатом веке, когда человек стал презентовать себя с позиции специализации, то есть 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, накладываемый на человека. Этот образ начинает доминировать и прикрывать собой уникальные личностные качества. Иными словами, профессионализм выступает в том числе и в роли карнавального костюма, диктующего и формы поведения, и тексты роли.

Вместе с тем интуитивная ясность понимания «профессионализма» обманчива. На деле оценка степени профессионализма редко связана с четко обозначенными критериями, описаниями и оценками, а также сопряжена с подменой (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>2</sup>. Возможно, мотив отделенности профессионала от мира и превращение мира в материал для рационального преобразования методологически полезен. Он позволяет различать работу и служение. 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 этого понятия заключается 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».

Происходят качественные изменения отношений к профессионализму как со стороны его носителей, так и со стороны работодателей. Относительно новое явление – 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.

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 описаны связи и отношения как внутри системы, так

---

<sup>2</sup> Батыгин Г. Профессионалы в расколдованном мире // Этика успеха. Тюмень, М., 1994. С. 15.

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<sup>3</sup>.

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;

---

<sup>3</sup> См.: Прохоров Е.П. Указ. соч.

- постоянно наращивать интеллектуальные компоненты личного человеческого капитала;
- уметь работать в команде, то есть быть коммуникационно и коммуни-тарно 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 известного 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<sup>4</sup>.

Необходимо добавить, что транспрофессионализм подобно многим другим постнеклассическим<sup>5</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.

### *1.3. Этапы становления профессии журналиста*

Развитие журналистики как профессиональной области деятельности и как социального института можно представить по следующим этапам<sup>6</sup>:

<sup>4</sup> Управление персоналом: учеб. для вузов/ Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. М., 2001. С. 11.

<sup>5</sup> 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, как к «Ты» – личности, другу. «Я – Ты» является новой ментально-культурной доктриной, которая носит название «диалогической» в противоположность «монологической».

<sup>6</sup> Впервые эта схема предложена в работе: Калмыков А.А. Профессиональные корни журнализма. // Relga № 11 [113] 27.07.2005.

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, можно увидеть во всех формах информационно-коммуникативной деятельности присутствие трех базовых компонентов, одновременно являющихся основными детерминантами ее развития<sup>7</sup>:

1) художественного компонента, задающего эстетические и креативные критерии информационно-коммуникационных продуктов (АРТ-журналистика);

2) технологического компонента, определяющего ограничения и возможности производства продукции, то есть все те материальные и идеальные средства и технологии, которые использует журналистика. (ТЕХНО-журналистика);

3) эпистемологического компонента, определяющего те форматы знаний и дискурсов, которые вместе с ценностями, смыслами, критериями истинности и достоверности и т. п. журналистика передает реципиентам (Эпистема-журналистика).

На первом этапе (палеожурналистика) не существовало различие 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. То есть: всё присутствует во всем.

---

<sup>7</sup> Их также можно назвать слоями или тканями журналистской деятельности.

На втором этапе (пражурналистика) происходит профессионализация и институализация отдельных видов человеческой деятельности, в том числе и интеллектуальных. Но пока еще нет журналистики, которая остается составной частью (в качестве информационно-коммуникативного компонента) других видов деятельности.

Третий этап – это журналистика в современном понимании. Она становится самостоятельным и профессиональным институтом. Связь журналистики с другими институтами остается столь же значимой. Специфичным для данного этапа является усиливающееся межслойное взаимодействие<sup>8</sup>, то есть 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 и диалоговые отношения с аудиториями; интеграцией отдельных средств СМИ в единую систему СМИ и сближение системы СМИ с СМК; интеграцией с другими социально-коммуникативными профессиональными сферами деятельности (PR, рекламой, менеджментом, образованием и т. п.)<sup>9</sup>.

Последнее не означает возвращения к древней синкретичной схеме, в которой отдельные виды деятельности просто неразличимы. Профессиональная журналистская деятельность на данном этапе потребует освоения профессионалом знаний, лежащих в многообразных профессиональных средах. Кроме того, для постжурналистики будет характерен синтез всех

---

<sup>8</sup> Так, например, появление радиосвязи (техно-журналистики) 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 интернет, например, постоянное совершенствование программ по управлению контентом или программного обеспечения для блогов.

<sup>9</sup> Этот момент отражен в новой информационной парадигме: см. Коханова Л.А., Калмыков А.А., Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики): монография / под ред. проф. В.Л.Цвика. М., 2008.

трех слоев, при котором творчество будет раскрываться в технологии, смысл и знание – в творчестве, технология – в знании.

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. Это обстоятельство заставляет некоторых исследователей отрицать самостоятельность журналистики как профессии. Ее называют субпрофессией, квази-профессией, занятием, ремеслом, призванием, не нуждающимся в образовании и особых знаниях. Это мнение подкрепляется еще и тем, что существует достаточное количество успешных журналистов, не получивших специального журналистского 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, то есть системой профессиональной сертификации и критериями профессиональной пригодности; профессиональным сообществом, то есть референтной группой коллег, способной оценить успешность и качество деятельности; параметрами предлагаемой рынку продукции, то есть задаваемыми обществом критериями качества; собственными технологиями производства, то есть основанными на научных достижениях способами производства и вывода на рынок информационно-коммуникативного продукта.

Причем все вышперечисленное родилось не в одночасье, а имеет глубокие исторические корни и в целом является продуктом общемирового культурного и цивилизационного процессов. Предпринятая нами далее

инвентаризация наследства современной журналистики показала: в современной журналистике легко отыскать черты самых древних форм информационно-коммуникативной деятельности.

#### *1.4. Генезис журналистского профессионализма*

Дописьменной культуре было свойственно мифологическое мышление и соответствующие ему способы сообщающей коммуникации. Синкретизм<sup>10</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 первобытное искусство: 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 верований), 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.

*Это этап дописьменной палеожурналистики, он предшествовал формированию пражурналистики, которая характеризовалась постепенным*

---

<sup>10</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.

выделением из синкретичной деятельности информационно-коммуникативных функций. В работах по истории журналистики достаточно распространен термин «пражурналистика»<sup>11</sup>. Он, как правило, применяется и к периоду, который обозначен здесь как палеожурналистика, несмотря на то, что демаркация этапов «палеожурналистика» и «пражурналистика» легко просматривается. На этапе палеожурналистики информационно-коммуникативную деятельность невозможно выделить из других видов деятельности (синкретизм), а на этапе пражурналистики уже очевидна функциональная дифференциация и формирование зачатков различных видов именно информационно-коммуникативной деятельности с соответствующими атрибутами профессионализма.

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.

Понимание и чувствование коннотативных подложек изображенных фактов является важнейшим профессиональным качеством журналиста. Журналистика 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.

Экскурс в историю демонстрирует фундаментальный характер журналистской деятельности и ее связанность с базовыми мировоззренческими категориями и философскими концепциями. Подобный анализ осу-

---

<sup>11</sup> См.: Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. М., 2001; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. М., 2000. (Практическая журналистика); Свитич, Л.Г. Профессия: журналист. Учебное пособие. М., 2003.; Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». Учебное пособие. М., 2009.

ществлен в работе «Искусство и коммуникация»<sup>12</sup>. Он свидетельствует, что существует еще одно требование к профессиональному журналисту: владение философской культурой, умение читать философские тексты и знание основных концепций современной философии и философского наследия. Несмотря на то, что возникновение письменного текста действительно имело исключительное значение, так как текст выступал посредником на разных этапах становления информационно-коммуникационной деятельности<sup>13</sup> и являлся системообразующим элементом культуры, к наиболее развитым формам пражурналистики следует отнести все же устные речевые сообщения.

Вот почему одной из предшественниц журналистики по праву считается риторика (ораторское искусство). Фундаментальное исследование риторики мы находим в одноименном сочинении Аристотеля<sup>14</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, которые приводят к завоеванию умов.

Рассмотрение ораторского искусства как формы пражурналистики позволяет современной журналистике воспользоваться его богатейшим наследием. Важно отметить постулирование риторикой авторского харак-

---

<sup>12</sup> Басин Е.Я. Искусство и коммуникация. М., 1999.

<sup>13</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». – С. М. Виноградова. Слагаемые журналистской профессии / под ред. С. Г. Корконосенко // Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000.

<sup>14</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 стили в их историко-эстетической значимости // Античные риторики. М., 1978; Миллер Т.А. Аристотель и античная литературная теория // Аристотель и античная литературная теория. М., 1978.

тера устных и письменных текстов. Именно через риторику письмена открыли своих авторов. Фиксация авторства стало нормой творческой деятельности.

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 журналистским публикациям новостей, аналитических обзоров и т. п. Фиксация реальных событий сводится к выделению 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 мемуаров, 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 риториками, 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.

Присутствие публицистического компонента журналистской деятельности предъявляет особые требования к профессионализации. Прежде всего журналист должен уметь отстаивать свою позицию, представляя ее в конкурентном информационно-коммуникативном пространстве, то есть уметь вести и выигрывать информационную борьбу и быть готовым к тому, что соперники могут применить в этой борьбе не только информационные средства. То есть 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.

Общеизвестным стало утверждение о том, что изобретение печатного станка Гутенбергом вызвало широкомасштабную культурную (добавим, и информационно-коммуникативную) революцию в той степени, как и ранее изобретение письменности. Аналогичные масштабные изменения мы переживаем и сейчас в связи с изобретением интернет.

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>15</sup>. В журналистский цех, таким образом, входили все те, кто

---

<sup>15</sup> В 1540 г. венскому типографу Гансу Зингринеру была дана привилегия «оглашения всех новостей, касающихся города», а в 1615 г. его соотечественник Грегор Гельгбаар 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 Фуггеров (Германия, г. Аугсбург), пользовавшийся сетью агентов, собиравших деловую информацию.

принимал участие в производстве информационных продуктов: собиратели информации, литераторы, издатели, торговцы печатной продукцией.

Уже на ранних этапах развития журналистики стали выработываться формальные требования к подобной профессиональной деятельности, приобретая юридически закрепленные формы. Так, 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), умение 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 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.

*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. Производство информационной продукции отвоевывало свое 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, то есть политические предпочтения и интересы. Представители официальной идеологии видели в развитии словесности лишь результат благотворной деятельности государства. Иными словами, либо на журналиста возлагалась задача поддерживать *status quo*, содействуя сохранению стабильности социальной системы, либо, напротив, он должен был раскачивать существующее положение вещей, способствуя изменениям. Подобные профессиональные задачи невозможно описать без применения таких терминов, как «долг», «честь», «призвание», «подвижничество».

Вместе с тем понимание журналистики как формы бизнеса сформировало и принципиально другой подход. Так, Поль Джулиус Рейтер, давший имя мировому агентству новостей (1851) был в большей степени успешным бизнесменом, чем журналистом. «Живи Рейтер двумя поколениями раньше, в Англии XVIII века, он стал бы продавать хлопок – самый главный товар индустриальной революции. Он отдал предпочтение новостям, потому что рыночный спрос возрос на них как никогда раньше»<sup>16</sup>.

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

---

<sup>16</sup> Read, *The Power of News. The History of Reuters. 1849 — 1984*. Oxford University Press, 1992. P. 5.

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.

Внутриредакционная специализация породила ряд новых журналистских направлений, таких, например, как аналитическая журналистика, ориентированная на глубокий, исследовательский подход к фактам и явлениям.

### *1.5. Профессиограмма журналистики и модель специалиста*

Профессиональная деятельность журналиста включена в систему профессионального образования, профессиональных сообществ, медиaprостранства 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.

В этой связи полезно привести цитату из документа, разработанного Министерством труда России 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>17</sup>.

Работодателю важно не то, что знает выпускник вуза или курсов повышения квалификации, а насколько успешно он сможет работать на конкретном участке, исполняя конкретные функции. Профессионализм в значительной степени определяется профессиональной образованностью, то есть 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<sup>18</sup>. 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, 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 типо-

---

<sup>17</sup> Каталог стандартов перспективных работ на российском рынке труда. М., 1997. С. 230.

<sup>18</sup> Подробнее см. Калмыков А.А. Программно-методическое обеспечение переподготовки преподавателей вуза (на примере преподавания в Интернет): дис. ... канд. пед. наук. М., 2002.

вые действия, интегрирующие в себе и знания, и умения, и определенные качества личности»<sup>19</sup>.

В профессиографии известен общеметодологический подход Н.Ф. Талызиной, основанный на предположении, что можно выделить некоторые общие требования, предъявляемые к специалисту его деятельностью<sup>20</sup>.

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, то есть 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 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.

---

<sup>19</sup> Орчаков О.А. Основы образовательной технологии. М., 1998. С. 67.

<sup>20</sup> Талызина Н.Ф. Теоретические проблемы разработки модели специалиста // Современная высшая школа. 1986. № 2(54). С. 75-86.

Первая составная часть описывает виды деятельности, отвечающей 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 общецивилизационном, 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 конкретный состав умений. Однако в соответствии с типами задач, решаемых специалистами с высшим образованием, все умения можно объединить 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.

Трехблочная модель журналистской деятельности представлена в таблице № 1.

I	<p><b>ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ЦИВИЛИЗАЦИОННЫМ И ОБЩЕКУЛЬТУРНЫМ НОРМАМ СПЕЦИАЛИСТА СООТВЕТСТВУЮЩЕГО УРОВНЯ</b></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 (интернет), в том числе: навигирование, 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 личностной самоидентификацией. Сформированность медиакультуры и ИКТ-культуры, а также готовность быть автором медиаобразования.</p>
II	<p><b>ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СВЯЗАННЫЕ С РЕШЕНИЕМ НАВСТВЕННЫХ И МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ, НАЦИОНАЛЬНОЙ, КУЛЬТУРНОЙ, РЕЛИГИОЗНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИЕЙ, А ТАКЖЕ ЛИЧНОСТНОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИЕЙ</b></p>

	<p>Противодействие негативным нивелирующим интеркультурным воздействиям, с которыми могут быть сопряжены некоторые информационно-коммуникативные технологии, разрушающие национальную, культурную и религиозную идентичность.</p> <p>Представительство 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.</p> <p>Универсионализм (транспрофессиональность).</p>
III	<p><b>ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СПЕЦИФИЧНЫЕ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ</b></p> <p>Сбор, обработка и представление (публикация) информации с целью достижения максимального эффекта в решении задач, соответствующих политике издания или личных задач журналиста.</p>

Подобное представление, подчеркнем, 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>21</sup>. Социальная среда не просто формирует личность благодаря деятельности в процессе деятельности, но сама предметность как конституирующее свойство деятельности имеет социальную

<sup>21</sup> Боева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М., 1968. С. 61.

природу. Поэтому социальная функция журнализма выступает, по мнению Л.Г. Свитич, как «идеальная модель и ориентир для целевых установок журналиста»<sup>22</sup>. Для правильного понимания проблемы социальности личности необходимо включить в анализ категории общественных отношений и деятельности людей, в которой реализуются и актуализируются эти общественные отношения. Личность есть совокупность (или „ансамбль“) общественных отношений; но она является таковой постольку, поскольку выступает как деятельная личность.

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 профессионала.

Следует обратить внимание на тот факт, что эта «социальная природа» деятельности журналиста не носит универсально-абстрактного характера. Она коренится в исторически конкретной форме журналистской науки и практике: в удовлетворении при помощи средств массовой информации потребностей в оперативной, актуальной информации, необходимой для оптимального 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

---

<sup>22</sup> Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 2003. С. 22.

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>23</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>24</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:

- внешние относительно профессиональной среды детерминанты – требования государства, требования социума, требования рынка;
- внутренние – требования профессиональной среды, профессионального сообщества, профессиональной школы;

---

<sup>23</sup> Климов Е.А. Путь в профессию. Л., 1974. С.17.

<sup>24</sup> Суходольский Г.В. О требованиях к психологическому изучению деятельности // Личность и деятельность. Экспериментальная и прикладная психология. Л., 1982. Вып. II. С. 17.

– 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 приведены на рисунке 1.

Рисунок № 1



## ***2. Журналистское образование в эпоху интернета***

### ***2.1. Слои конвергенции – расширение профессиональных сред***

Развитие нового явления часто сопровождается своего рода болезнями «левизны». Не исключение и модный процесс медиа-конвергенции порождающий формирование конвергентных редакций, сплошь состоящих из универсальных журналистов. Дегитализация, а точнее расширение компьютерного парка, действительно потенциально способствует возможности совмещения в одной персоналии функций: репортера; фотографа; художественного редактора; метранпажа и т.п., что и провоцирует собственников издания на сокращение штата редакции.

Вместе с тем наличие конвергентных процессов детерминирует требования, которые предъявляют к журналистам работодатели, и стало быть

должны учитываться при определении параметров профессионализации при подготовке специалистов.

Нет сомнения в том, что формирование универсального журналиста, способного писать заметки, брать интервью, фотографировать, снимать видео, а затем осуществлять профессиональную предпечатную и предэфирную подготовку, необходимо. К этим традиционным журналистским компетенциям необходимо также добавить широкий спектр умений и навыков технического характера, связанных с необходимостью развития математического и инженерного мышления. Что особенно важно для изданий использующих интернет. Таким образом, медиа-конвергенция процесс существенно трансформирующий, кроме всего прочего, традиционные «модели специалиста» в сфере информационно-коммуникационной деятельности. Речь идет не только о журналистах, но и о пиарщиках, рекламистах, политтехнологах и т.п. Вместе с тем этот самый универсализм, а точнее, транспрофессионализм подразумевает, прежде всего, высокую степень освоения чего-нибудь одного. Универсальный журналист в основе – специалист в какой-либо конкретной области. Только это позволяет быстро осваивать смежные специальности. Ознакомительное и поверхностное всего-знание и всё-умение явно недостаточно для профессиональной работы. Это первый аргумент в пользу тезиса о том, что универсализация сопровождается равномошным процессом специализации. Поэтому с созданием конвергентных редакций спешить не следует.

Термин «конвергенция» происходит от лат. *convergo* – «сближаю». Это сближение (взаимопроникновение, взаимодействие, согласование и т.п.) происходит сразу в нескольких плоскостях (слоях).

Укрупнено можно выделить следующие, сгруппированные по степени общности:

1. Слой конвергенции технических устройств, стационарных и мобильных, объединяющих в себе: средства связи; средства отображения ин-

формации; средства агрегации информации; средства редактирования информации; средства записи фото-, видео- и аудиоконтента. Причем очевидна тенденция повышения качества этих устройств как бытовых так и профессиональных. Это означает что современный журналист, вооруженный, например, смартфоном, в состоянии оперативно снять видеоролик, взять интервью с места события и т.п., и отправить все это непосредственно в свое издание. Тем не менее все эти технические возможности не исключают необходимости существования высокого профессионализма фотографа, режиссера, оператора и т.п. Напротив, значительно повышают планку их профессиональной работы, дополняя ее компетенциями по цифровой мобильной обработке контента. Так что здесь универсализация сопровождается усилением специализации.

2. Слой конвергенции профессионализма. В этом слое происходит взаимопроникновение компетенций, присущих различным видам профессиональной журналисткой деятельности. «Пишущие» журналисты приобретают компетенции «снимающих» и так далее, по всему профессиональному полю. Но, повторимся, это должно происходить на фоне усиления профессионализма в «своей» зоне.

3. Слой конвергенции компонентов системы СМИ, то есть прессы, радио, телевидения, интернет. В этом слое происходит соединение и объединение в одном издании различных способов донесения контента до потребителя. Но было бы ошибкой объединять форматы. Текстовые (газетно-журнальные), визуальные (телевидение), аудиальные(радио) и интерактивные гипертекстовые(интернет) форматы, напротив, на фоне конвергенции становятся все более дивергентными. Вот почему при создании, например, интернет-версии газеты необходимо действовать по принципу «одно издание – две редакции», даже в том случае, если в этих редакциях будут работать одни и те же люди.

4. Слой конвергенции медиа, то есть сближение различных отраслей информационно-коммуникативной деятельности: журналистики, пиара, рекламы, маркетинга и т.п. Речь идет и о том, что журналист может на практике участвовать в решении задач, более свойственных пиару, рекламе, маркетингу и т.п. чем журналистике, и о том, что эти задачи решаются в рамках отдельных изданий. Подобное сближение различных медиа-практик, как и в предыдущих случаях, требует еще более четкого профессионального разграничения. Журналист, готовящий пиаровскую статью, чем-то все-таки должен отличаться от пиарщика, использующего журналистику для своих задач. И это отличие будет только усиливаться.

Итак, можно считать доказанным, что во всех слоях конвергентные процессы сопровождаются не менее мощными дивергентными, то есть универсализация стимулирует специализацию.

Откуда следует: во-первых, конвергенция не является поводом увольнения специалистов; во-вторых, более сложным и требующим большего внимания становится менеджмент конвергентных СМИ; в-третьих, появляется социальный заказ системе образования на подготовку «универсальных» журналистов, которые при всей своей универсальности должны оставаться высокопрофессиональными специалистами.

Впрочем, приведенный обзор конвергентных и дивергентных процессов в медиа-отрасли был бы неполным без упоминания о трансформациях медиаландшафта в целом. 4-х компонентная система СМИ может быть рассмотрена несколько в другом ракурсе – по степени интеграции медиа и коммуникативных технологий.

Если ограничиться журналисткой подсистемой медиа, то можно выделить следующие типы современных СМИ:

1. Медиа – это достаточно локализованные издания, работающие в зоне одного из компонентов системы СМИ – печати, радио, телевидения, интернета. Это, примерно то, что подразумевается под термином «тради-

ционные СМИ». Конвергентные процессы здесь проходят в пределах 1-го и 2-го слоев.

2. Гипермедиа – издания, использующие одновременно различные средства доставки контента. Например, оффлайновая и онлайновая газеты. Именно их чаще всего называют конвергентными. Соответственно, конвергентные процессы здесь реализуются в первом, втором, и в третьем слоях.

3. Трансмедиа – новые медиа, относительно которых не утихают споры: можно ли их считать СМИ или нет. Например: социальные сети, контент которых: во-первых, не информативный, а коммуникативный, во-вторых, формируется не редакцией, а пользователями. Выход трансмедиа-ресурсов из ограниченного поля профессиональной журналистики обусловлен также расширением их функций за счет решения спектра немедийных задач. Имеется в виду прямое участие социальных сетей в бизнесе, в политике, в образовании и т.п. Трансмедиа выводят не только журналистику, но и медиа в целом, за свои границы. Соответственно, конвергентные процессы здесь активно разворачиваются на всех слоях.

Таким образом, мы являемся свидетелями глобальной системной перестройки информационно-коммуникативной сферы общественной деятельности. Этот процесс противоречив, сложен и многослоен. Теоретическое осмысление его в целом, вероятно, пока проблематично, хотя бы по той причине, что скорость изменений превышает сегодня скорость их теоретико-методологической рефлексии. Очевидно также, что эта скорость будет только возрастать. В этой ситуации исследователям остается фиксировать происходящие фрагментарные трансформации и пытаться их прогнозировать, а практикам – научиться быстро приспосабливаться к меняющимся условиям на основании научных фиксаций и прогностики.

## *2.2. Состояние и перспективы развития системы подготовки журналистских кадров*

Система университетской подготовки журналистов сложилась значительно позже институирования данной сферы профессиональной деятельности. «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»<sup>25</sup>. Первый факультет журналистики в парижской Высшей школе социальных наук был открыт 1901 году. В 1902 – 1903 гг., журналистские школы начали создаваться на юридических факультетах США – в Вашингтоне, Филадельфии, Чикаго. В 1903 г. создается «газетный факультет» 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.<sup>26</sup>

По данным В.В. Ворошилова, в 1953 году в 42 странах кадры журналистики готовили 645 факультетов, отделений, секций, школ, причем 555 из них находились в США<sup>27</sup>.

Причем в Европе и Америке с самого начала спорили о том, нужно ли журналисту специальное образование, а если нужно, то какое – фундаментальное университетское или узкопрактическое. Университетский статус журналистского образования отстаивали в Европе, узкопрактический – в Америке. Позже эта ситуация повторилась по отношению к социально-коммуникативной практике PR. «Но к концу 1920-х годов даже в Америке,

---

<sup>25</sup> См.: Есин Б.И. Из истории высшего журналистского образования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1969. № 2. С. 82.

<sup>26</sup> См.: Таловов В.П. Журналистское образование в СССР. Л., 1990.

<sup>27</sup> Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2004. С. 18-19.

где было уже несколько десятков учебных заведений, победили сторонники фундаментальной подготовки»<sup>28</sup>. Исследователи объясняют это тем, что «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»<sup>29</sup>.

В России в 1902 г. активно обсуждался проект создания высшей школы журналистики. Возглавить ее должен был известный в ту пору писатель Петр Дмитриевич Боборыкин, весьма образованный человек, имеющий юридическое образование. Но этому проекту не суждено было сбыться<sup>30</sup>. Первые практические курсы по журналистике под руководством профессора Леонида Евстафьевича Владимирова были открыты в России в 1905 году и просуществовали всего несколько месяцев. Учеба началась 1 февраля 1905 г. и была прервана через 9 месяцев в связи с декабрьским вооруженным восстанием<sup>31</sup>.

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>32</sup>. В советский период в 1919 г. открылась 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.

---

<sup>28</sup> См.: Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 2003. С. 109.

<sup>29</sup> Там же.

<sup>30</sup> Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналистское образование: взгляд социолога. М., 1997. С. 7.

<sup>31</sup> См.: Таловов В. П. Журналистское образование в СССР. Л., 1990.

<sup>32</sup> Есин Б.И. Путешествие в прошлое. М., 1983. С.158.

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 40-е 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. Факультет журналистики Московского университета также «вырос» из отделения филфака, организованного в 1947 г.

Сегодня, по данным декана факультета журналистики СПбГУ Марины Шишкиной, в России ежегодно выпускается около 2000 журналистов с высшим образованием. Региональное распределение центров в разрезе федеральных округов и отдельно в Москве и Санкт-Петербурге ситуация выглядит следующим образом:

*Москва* – 28 вузов, 17 – негосударственные общеобразовательные учреждения. 11 факультетов журналистики. Ведущим является факультет журналистики МГУ, где обучается 2942 студента, преподают 223 преподавателя и научных сотрудника, включая 30 профессоров и докторов наук и 81 доцента.

*Санкт-Петербург* – ведущим считается факультет журналистики Санкт-Петербургского государственного университета. В городе есть еще 3 негосударственных высших школы, имеющие в своем реестре специальность журналистика, и государственный – СПбГУ.

*Центральный федеральный округ* – 14 высших учебных заведений, ведущих подготовку журналистов, все государственные. 4 факультета

журналистики. В округе особо выделяется факультет журналистики Воронежского государственного университета.

*Северо-Западный федеральный округ* – имеется 13 вузов, 9 из которых прошли аккредитацию на обучение специальности «журналистика». Четыре вуза негосударственные. Одним из крупнейших вузов является Поморский государственный университет в г. Архангельске.

*Южный федеральный округ* – 13 государственных вузов и 3 негосударственных. Следует отметить Ростовский государственный университет (факультет филологии и журналистики) и факультет филологии и журналистики Ставропольского государственного университета.

*Приволжский федеральный округ* – 20 вузов, из них два негосударственных. Всего факультетов журналистики на весь регион – три. Стоит выделить Нижегородский государственный университет и НОУ «Восточный институт экономики, гуманитарных наук управления и права». Одним из крупнейших вузов является Саратовский государственный университет.

*Уральский федеральный округ* – 10 государственных вузов. Лидерами считаются: Уральский государственный университет, Южно-Уральский государственный университет и факультет журналистики Уральского государственного университета.

*Сибирский федеральный округ* – 14 государственных вузов и 1 негосударственный – Омский гуманитарный университет. Следует выделить Институт филологии Хакасского государственного университета (г. Абакан), факультет филологии Иркутского государственного университета, факультет филологии и журналистики Кемеровского государственного университета, факультет журналистики Новосибирского государственного университета.

*Дальневосточный федеральный округ* – шесть государственных вузов, которые в той или иной форме обучают специальности журналистика.

Ведущий вуз региона – Амурский государственный университет г. Благовещенска.

Такова ситуация с подготовкой специалистов (021400 – журналист; 520600 – бакалавр; 520600 – магистр; 520600 – бакалавр журналистики; 520600 – магистр журналистики).<sup>33</sup>

Анализ Государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования журналистской специализации относительно задач настоящего исследования позволяет констатировать, что специфика интернет-журналистики присутствует лишь в магистерской программе.

#### «1.5.1.8. Функционирование сетевых СМИ

Программа включает следующие разделы: история возникновения и развития сетевых СМИ; функции и специфика сетевых СМИ; их отношения с традиционными средствами массовой информации; типология сетевых СМИ; изобразительно-выразительные средства сетевых СМИ; способы поиска, получения, производства, организации и распространения информации в сетевых СМИ; социология и психология сетевых СМИ; аудитория, способы ее взаимодействия с авторами текстов в сетевых СМИ; экономические и организационные основы функционирования сетевых СМИ; правовое и этическое регулирование сетевых СМИ; реклама в сетевых СМИ; опыт исследования сетевых СМИ в России и других странах»<sup>34</sup>.

В этой части общей магистерской программы профессиональной подготовки журналистов достаточно широко охватывается проблематика сетевых (интернет) СМИ, однако то место, которое она занимает в общем списке дисциплин, позволяет констатировать недостаточность раскрытия этой темы.

---

<sup>33</sup> См. описание ГОС ВПО (021400, 520600, 520600, 520600, 520600) на сайте Министерства образования РФ. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.edu.ru/db/portal/spe/index.htm> (дата обращения: 27.03.2009).

<sup>34</sup> Там же.

### *2.3. Медиаобразованность как общекультурная норма и база профессионального журналистского образования*

Система высшего образования пока еще недостаточно оперативно отреагировала на изменения структуры медиапространства. С другой стороны, следует напомнить, что лишь в двадцатом веке сфера журналистской деятельности пополнилось таким важнейшим критерием профессиональности, как наличие высшей школы.

До этого времени кадры профессиональных журналистов собирались из самых различных специалистов и доводились до профессионального уровня уже в процессе практической работы. 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 делам... 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>35</sup>.

Эта ситуация последовательно менялась до самого последнего времени. Совершенствовалась система журналистской профессиональной подготовки, развивалась теория и методология журналистики, возникали школы подготовки специалистов высшей научной квалификации. Еще недавно могло показаться, что непрофессиональный любительский журнализм занял подобающее ему место. Однако в связи с открывшимся новым и практически неограниченным медиаполем в интернете и цифровых элек-

---

<sup>35</sup> Кривенко С. Газетное дело и газетные люди // Русская мысль, 1906. № 10. С. 10.

тронных СМИ а также с расширением зоны ответственности медиа за счет интеграции с другими информационно-коммуникативными практиками (PR, реклама, маркетинг, политтехнологии и т.п.) ситуация вернулась к исходной точке.

Сегодня волонтеры и фрилансеры (freelance), как правило, не имеющие профессионального образования, активно заполняют образовавшуюся и быстро растущую нишу в области журналистской деятельности. Напомним, что фриланс – это свободный рынок найма на выполнение отдельных работ, в той же степени свободно выбираемых на фриланс-биржах. Основной импульс к развитию фриланс-индустрии (фриланс действительно можно рассматривать как индустрию) привнес интернет, существенно облегчивший и ускоривший поиск как заданий, так и исполнителей. Например, в рунете существует около сотни специализированных и общих фриланс-ресурсов. Среди них есть и такие, которые специализируются на поиске копирайтеров для сайтов и блогов. Возникла даже определенная специализация копирайтеров, приобретших навыки писать на различные заданные темы определенным стилем, задаваемым типом интернет-ресурса (интернет-СМИ, промосайта, форума, блога и т. п.). Фрилансерами становятся как специалисты высокого уровня, способные самостоятельно организовать свое рабочее время наиболее эффективным образом, так и любители. Работодатели и рекрутинговые агентства видят во фрилансерах рабочий ресурс, обладающий широкими возможностями, перспективами дальнейшего развития.

Вот как, например, выглядит типичная заявка от работодателя: «Интернет-ресурсу требуется опытный практикующий копирайтер (фриланс) для написания статей, обзоров, тест-драйвов, др. тематических материалов. Тематика – надувные лодки. Язык – русский. Условия, объем работ: разовый заказ с возможностью для долговременного сотрудничества; дистанционная работа, без привязки к Вашему географическому нахождению;

Требования: практикующий копирайтер/PR-менеджер/журналист; яркий журналистский талант; умение писать тексты, которые заставляют покупать; знание/ готовность писать в тематике "надувные лодки"; портфолио написанных ранее текстов письмом и ссылки на сайты, где они были опубликованы»<sup>36</sup>.

Таким образом, появляется новая сфера приложения сил журналистов как опытных, так и начинающих.

Очевидно, что в этих условиях наблюдается рост потребности в журналистах, которая не может быть удовлетворена только за счет системы высшего образования. 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>37</sup>. Сложившуюся ситуацию характеризуют следующие цифры: по состоянию на конец 2005 года всего в России было зарегистрировано 62971 средство массовой информации. Из них 50621 – печатные, остальные – электронные. Только в этом же 2005 году 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.

Не менее существенный рост наблюдается в интернете. По данным службы «Яндекс.Новости»<sup>38</sup> на январь 2009 г., каждый будний день в российском интернете появляется как минимум 36 тыс. сообщений СМИ, каждый выходной – как минимум 9 тыс. Среднее интернет-СМИ выпуска-

---

<sup>36</sup> Запись на форуме: <http://forum.searchengines.ru/showthread.php?t=58975>.

<sup>37</sup> Иваницкий В.Л. Ответ МГУ на скандальную статью «Факультет ненужных вещей» в журнале «Эксперт» // Media-online.ru, 20 декабря 2005 г.

<sup>38</sup> Медиафера Рунета // Информационные бюллетени Яндекса и другие исследования. [Электронный ресурс] // URL: <http://company.yandex.ru/researches/> (дата обращения: 11.08.2009).

ет 16 новостей в будний день и 4 новости в выходной. Среднестатистическое сообщение интернет-издания состоит из 210 слов, собранных в 13 – 14 предложений. Его заголовок содержит 7 – 8 слов. Около 8% сообщений содержат ссылки на другие источники – названия других СМИ или прямые гиперссылки на их страницы.

Есть и характерные особенности, так объем «копипейста» – новостей, перепечатанных новостными изданиями друг у друга в неизменном виде, – не меняется последние несколько лет и составляет 20%. Осенью 2008 года 80% изданий хотя бы раз перепечатали чужой материал без изменений. Новости, о которых написали более 20 изданий, составляют лишь 5% от всего объема новостей. Эта цифра даже меньше, поскольку чтобы выделить оригинальные статьи, необходимо отсечь статьи подвергшиеся переписыванию (рерайтингу) в такой степени, чтобы факт дублирования не мог быть отслежен поисковыми системами. Процент подобных статей подсчитать не представляется возможным. В целом подобное явление существенно не влияет на состояние информационного поля, так как нет ничего удивительного в том, что наиболее популярные новости появляются во многих местах, тем более что 56% посетителей интернет-СМИ целенаправленно ищут информацию о последних событиях и знакомятся с ними там, где их встретят в первый раз. Однако подобный почти легальный плагиат безусловно оказывает негативное влияние на профессионализм авторов публикаций. Все это означает наличие острого дефицита оригинального контента и, соответственно, потребность в авторах.

В целом же следует говорить о том, что складываются условия, при которых появляется необходимость медиавсеобуча, то есть массового медиаобразования, являющегося частью журналистского образования и его базой. Предпосылки этого социально-культурного явления – развитие новых технологий и, прежде всего, компьютерных, коренным образом меняющих все и вся в жизни каждого отдельного человека и общества в целом.

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>39</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>40</sup>.

С понятием медиаобразования тесно связано понятие медиакультуры. Более того, само по себе медиаобразование можно считать способом формирования медиакультуры. Поскольку современность, как уже отмечалось, характеризуется гипертрофированным влиянием медиа, то есть расширяющейся системы массовых коммуникаций и информационно-коммуникативного взрыва с присущими ему хаотичностью и избыточностью. Это трансформирует социальные связи и модели идентичности. Не только социальная реальность, социальное время и пространство, но и собственная онтология становятся медиапродуктом или медиаконструкцией.

Медиакультура, таким образом, может считаться императивным качеством современника, поскольку только обладая ею, личность в состоянии противостоять форматирующему действию СМИ, с одной стороны, а с другой – обеспечит качество производимого медиапродукта. Медиакультура также необходима обывателям и профессионалам в области социально-коммуникативной деятельности.

Медиакультура – особый тип культуры информационной эпохи, посредник между обществом и государством, социумом и властью. Медиакультура – совокупность информационно-коммуникативных средств и

---

<sup>39</sup> См.: Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004.

<sup>40</sup> Медиаобразование в информационном обществе. Специальный выпуск // Информационное общество. 2003, №3.

практик, и опосредованных материальных и интеллектуальных ценностей, а также эпистемологических медиаобразований (эпистем масс-медиа). «Медиакультура включает культуру передачи информации, культуру ее восприятия; она может выступать и показателем уровня развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа»<sup>41</sup>.

Учет не только преимуществ, но и очевидных угроз переживаемого цивилизационного сдвига заставляет рассматривать медиакультуру как особую знаковую систему, «код», с помощью которого передается информация об окружающем человека мире и формируется мышление. Это делает задачу медиаобразования (как фактора социализации личности) первоочередной.

Российское педагогическое и научное сообщество активно включилось в обсуждение содержаний и форм медиаобразования. Была создана Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России (президент – доктор педагогических наук, профессор А.В. Федоров), проводятся научные исследования, с января 2005 года выходит специальный журнал «Медиаобразование». Идею медиаобразования активно поддерживает ЮНЕСКО через Российскую программу «Информация для всех».

Особенностью и одновременно сложностью ее проблематики является то, что это комплексный феномен, лежащий в предметной области не только теории журналистики и педагогики, но и культурологии, искусствоведения, информатики, политологии, социологии, психологии и т. п. «С учетом того, что ЮНЕСКО определило медиаобразование как приоритетную область культурно-педагогического развития XXI века, медиапедагогика имеет большие перспективы. Медиаобразование с его богатой историей и обширной географией оказывается все более востребованным, а

---

<sup>41</sup> Кирилова Н. Что такое медиакультура? // ТелеЦЕНТР №4(12) август-сентябрь 2005; см. также Кирилова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2005.

главное – необходимым в современной российской социокультурной ситуации»<sup>42</sup>.

В медиаобразовании сегодня можно выделить следующие основные компоненты:

- в рамках общего среднего образования, а также дополнительного образования школьников;
- в рамках непрофильного профессионального образования (высшего и среднего уровня) и дополнительного образования студентов;
- в рамках образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в области социальных коммуникаций (журналистов, пиарщиков, рекламистов, кинематографистов, медиакритиков, редакторов, менеджеров, продюсеров и т. д.);
- в рамках образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации педагогов;
- непрерывное самостоятельное медиаобразование для всех аудиторий с использованием дистанционных технологий обучения.

К этому следует добавить формирование информационной культуры или ИКТ-культуры (информационно-коммуникативная технологическая культура)<sup>43</sup>, которая вследствие «цифровой революции» медиа становится частью медиакультуры личности. «На медиарынке грядет большой телекоммуникационный взрыв, в преддверии которого мы хотим создать единую всероссийскую сеть доставки телевидения и радио до региональных центров»<sup>44</sup>, что требует в том числе широкой компетентности в компью-

---

<sup>42</sup> Там же.

<sup>43</sup> Антонова С.Г. Информационная культура личности. Вопросы формирования // Высшее образование в России. 1994. № 1. С. 82-87.

<sup>44</sup> Варшавчик С. Цифровой шок для телевизионщиков // Независимая газета. 16.12.2005.

терных и телекоммуникационных технологиях от любого обывателя и тем более от специалиста.

Под ИКТ-культурой подразумевается не только элементарная пользовательская грамотность, но и способность ориентироваться в медиа- и киберпространстве, способность различать качественную правдивую информацию от некачественной, знать и соблюдать этические правила поведения в киберсреде. Конечно, все это зависит от общей культуры личности, интуиции и интеллекта, однако всему этому можно учиться посредством педагогической трансляции критериев качества информации и алгоритмов применения. Впрочем, прежде их необходимо выработать, что является отдельной актуальной научной проблемой, имеющей прямое отношение к содержанию медиаобразования на всех уровнях и для всех аудиторий.

Во всех указанных выше направлениях формирования медиакультуры в теории делается много. Например, только в 2008 году вышли в свет десятки книг и монографий<sup>45</sup> и было защищено несколько кандидатских и докторских диссертаций в области педагогических и филологических наук<sup>46</sup>. Однако в педагогическую практику, в рамках официальной школьной и вузовской системы, эти новые содержания внедряются не так быстро

---

<sup>45</sup> См. например: Fedorov A. On Media Education. Moscow: ICOS UNESCO 'Information for All', 2008.156 p.; Журналистика и медиаобразование – 2008. Т.1/ ред. А.П. Короченский. Белгород, 2008; Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. СПб., 2008; Леван Т.Н. Медиаобразование в школе (на материале рекламы). М., 2008; Медиафилософия / под ред. В.В. Савчука. СПб., 2008; Мuryюкина Е.В. Развитие критического мышления и медиакомпетентности студентов в процессе анализа прессы: Учеб. пособие. Таганрог, 2008; Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы взаимодействия. СПб., 2008; Рыжих Н.П. Развитие медиакомпетентности студентов педагогического вуза на материале экранных искусств: учеб. пособие. Таганрог, 2008; Чельшева И.В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности. Научно-популярное издание. Таганрог, 2008; Чичерина Н.В. Медиаобразование в контексте изменяющейся социальной реальности. Архангельск, 2008.

<sup>46</sup> См. например, Григорова Д.Е. Особенности влияния медиатекстов молодежных телепередач на развитие критического мышления старшеклассников: автореф. дис. ... канд. педаг. наук. Ростов, 2008; Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008; Печинкина О.В. Школьное медиаобразование в североевропейских странах: автореф. дис. ... канд. педаг. наук. Архангельск, 2008; Фатеева И.А. Журналистское образование в России: теория, история, современная практика: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. Екатеринбург, 2008; Хижняк И.М. Профессиональная подготовка будущих учителей иностранного языка на основе использования технологии медиаобразования: автореф. дис. ... канд. педаг. наук. Пенза, 2008; Чичерина Н.В. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов: автореф. дис. ... д-ра. педаг. наук. СПб., 2008.

и не так полно, как следовало бы ожидать в связи со скоростью изменения медиаландшафта.

#### *2.4. Уровни и аудитории медиаобразования и профессионального журналистского образования*

При описании моделей, форм и педагогических технологий профессионального журналистского образования следует учитывать присутствие в журналистике эпистемологической (эпистема журналистики), художественной (арт-журналистики) и технологической (техно-журналистики) компонент, а также модель деятельности журналиста.

Журналистика как сложная социально-продуктивная и информационно-коммуникативная деятельность представима в виде системы, в состав которой, прежде всего, входит деятельность, связанная со знанием: освоение, накопление и трансляции знания; выработка отношения к знанию с присущими этому процессу нравственным, этическим и идеологическим аспектами; рефлексия продуцируемых знаниевых конструкций; языковая деятельность, сводящаяся в предельном случае к формированию общекультурных кодов. Этот элемент обозначен как эпистема журналистики. Другой элемент – художественный и эстетический аспект журналистской деятельности (Арт-журналистики) – определяет эстетические параметры конструируемого медиaprостранства, а вместе с ним и актуальной социальной реальности, а также творческие основы производства медиапродуктов. Третий элемент – технологические основы журналистики – включает не только способы доведение журналистских посланий до аудитории (печать, каналы связи, электронные средства, интернет и т. п.), но и гуманитарные технологии обеспечения эффективности информационно-коммуникативного воздействия.

Профессиональную интернет-журналистскую образованность можно представить как пирамиду, в основании которой лежит общая культура,

следующая ступень – общая медиакультура, затем ИКТ-культура и общая журналистская компетентность со специальной интернет-журналистской компетентностью на вершине. Эпистема, арт- и техно-журналистики представлены на всех ступенях пирамиды: для основания – декодирование медиопосланий и восприятие содержащихся в них эстетических ценностей с помощью освоенных технических средств; для вершины – специальные аспекты.

Выше было показано, что современный этап развития журналистики можно обозначить как постжурналистику. Характерным для этого этапа является взаимовлияние, до неразличимости, всех трех компонент. Технологии детерминируют содержание, содержание задает условия эстетического решения, эстетическое решение требует технологических инноваций, технологические инновации расширяют рамки содержания и эстетического решения и т. д.

Контуры специфики постжурналистики можно обозначить на основании схемы, описанной в коллективной монографии Л.А. Кохановой, А.А. Калмыкова, В.И. Штепы «Информационно–коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики)». В этой работе доказывается, что современная журналистская деятельность управляется новым концептом, точнее, новой информационной парадигмой: «Суть новой парадигмы заключается в том, что область ответственности современной журналистики постепенно расширяется за счет усиления коммуникативной функции. Это сближает ее с другими социально-коммуникативными практиками: PR, рекламой, политтехнологиями. Это обстоятельство приводит к выводу о расширении медиасферы и необходимости вооружения журналистов новыми технологиями. Одновременно более отчетливо проявляются прагматические задачи информирования и коммуницирования, решение которых в рамках научно-производственных тематик можно рассматривать в каче-

стве составных элементов основных бизнес-процессов»<sup>47</sup>. Данный результат был получен на основании анализа научной журналистики, однако его вполне можно распространить и на журналистику в целом.

Не менее важна интеграция журналистики с другими коммуникативными практиками и одновременно интеграция различных медиа (мегамедийные СМИ, то есть объединяющие прессу, радио, телевидение и интернет).

Все сказанное выше нужно иметь в виду, концептуализируя профессиональное образование в области интернет-журналистики.

### *2.3.1. Медиаобразование в рамках среднего образования и дополнительного образования школьников*

В сегодняшней общеобразовательной школьной программе практически отсутствуют содержания, связанные с медиасферой, несмотря на то, что через медиа (телевидение, радио, интернет, мультимедийные игры) современный школьник получает большую часть информации об окружающем мире. Несколько лучше обстоит дело с информационной культурой, хотя курсы информатики в школе, как правило, ограничиваются ликвидацией компьютерной безграмотности и элементами программирования. Более широкая задача – формирование ИКТ-культуры – даже не ставится.

Эпистема журналистики частично, но не фиксированно реализуется в программах: гуманитарного цикла (литература, история и т. п.), техножурналистики; через дисциплины естественнонаучного цикла, арт-журналистики – через дополнительное образование.

Современная оргтехника – компьютеры, принтеры, видео- и фотокамеры – позволяет моделировать журналистскую деятельность, т. е. выпускать газеты и журналы и даже делать телепередачи, что реально происходит во многих школах. Однако все это скорее можно отнести к внекласс-

---

<sup>47</sup> Коханова Л.А., Калмыков А.А., Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография / под ред. проф. В.Л. Цвига. М., 2008. С. 11-12.

ным занятиям, а не к элементам основной образовательной программы. В будущем хотелось бы надеяться на перестройку содержания общего образования, в частности на то, что курс информатики будет заменен на курс ИКТ-культуры, этим была бы преодолена жесткая дисциплинарная демаркация гуманитарной и естественнонаучной сфер знания, характерная для школьной системы в целом. Следует отметить, что в последнее время появилось множество коммуникативных площадок<sup>48</sup>, на которых школьные учителя активно обсуждают эти вопросы, приобретая одновременно опыт взаимодействия в интернет-пространстве. Этот опыт и есть содержание курса ИКТ-культуры и в целом курса медиакультура.

Относительно программ дополнительного образования, реализуемых через кружки, клубы, разовые внеклассные мероприятия и т. п., можно сказать, что ситуация с внедрением концепций медиакультуры намного лучше. Более того, имеет место тенденция развития именно журналистских содержаний в программы дополнительного профильного образования.

Например, в московской школе №179 уже на протяжении нескольких лет при участии автора монографии организованы классы журналистики при поддержке факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Целью образовательной программы 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; реали-

---

<sup>48</sup> См. Всероссийский августовский педсовет: <http://pedsovet.kob.ru/>; [pedsovet.org](http://pedsovet.org) (живое пространство образования): <http://pedsovet.org/> и др.

зацию творческого потенциала через создание текстов для средств массовой информации.

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.

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».

Годы сотрудничества школы и факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова показали, насколько востребовано медиаобразование школьниками, оно становится обязательной составляющей частью знаний каждого в век информационных технологий. Но более того, они обозначили еще одну проблему, которая требует дополнительного обсуждения. Реализация этой образовательной программы фактически являлась педагогическим экспериментом, в результате которого доказана перспективность ранней профессиональной ориентации школьников и эффективность профильной подготовки в сфере медиатехнологий.

Практика школы №179 показала, например, что в рамках этой программы вполне реально вести подготовку на среднем специальном профессиональном уровне. Так, часть учащихся медиаклассов параллельно обучались в издательском центре, который по форме представлял собой профессионально-техническое училище. Выполнившие его программы получали соответствующие свидетельства, приобретая специальность вер-

стальщика. Очевидно, перечень подобных профессиональных специализаций может быть определен реальными запросами отрасли и расширен по мере их роста. Так, по опросам специалистов, сегодня появилась потребность в специалистах среднего звена, которые могут полученную на разных носителях информацию переводить в «цифру». В редакциях нужны веб-дизайнеры. Новые технологии почти ежедневно привносят в быт редакции новые виды деятельности, за которыми система журналистского образования, даже при всей гибкости, угнаться не в состоянии. Подготовку таких специалистов вполне реально осуществлять по программам дополнительного школьного образования.

Другой педагогический эксперимент был поставлен в МУК Гагаринского района г. Москвы, где была подготовлена и частично реализована программа дополнительного образования школьников по направлению «ВЕБЖУРНАЛИСТИКА И КОММУНИКАТОЛОГИЯ».

Миссия проекта заключалась в следующем: формирование государственно и национально ориентированной информационной элиты, начиная со школьной скамьи как ядра отечественного интернет-сообщества, специалистов в области социальных коммуникаций (журналистов, рекламистов, политтехнологов и политологов, PR, переводчиков, социологов, психологов и т. п.), равно хорошо подготовленных как в области гуманитарного, так и в области естественнонаучного знания.

Выбор направлений «вебжурналистика и коммуникатология» был продиктован: во-первых, потребностью отрасли в специалистах по интернет-журналистике; во-вторых, тем, что обучение по новому научному направлению «коммуникатология» – науке, изучающей социально-коммуникативные феномены и практики современного общества, – позволяла решить задачу подготовки специалистов, в равной степени владеющих гуманитарными и техническими знаниями, нужными для обеспечения эффективной коммуникативной деятельности. Необходимость подобного

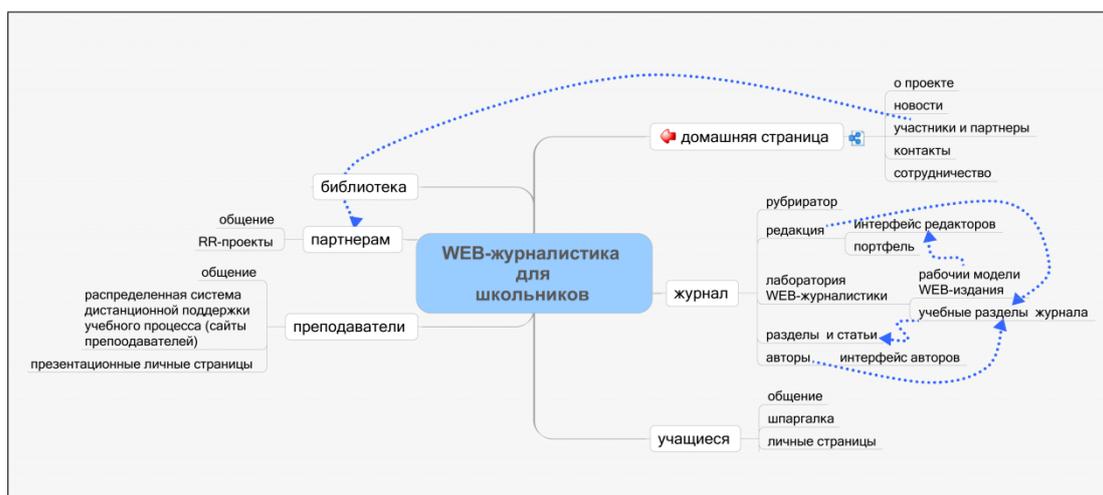
совмещения – следствие системных свойств интернета, который является не только интегратором высоких информационных технологий, но и коммуникативным социокультурным пространством современной цивилизации. Следует отметить универсальность интернета как средства и среды распространения информации и порождения коммуникаций, вобравшего в себя не только все лучшие технологии масс-медиа, но и формирующего новые формы профессиональной информационно-коммуникативной деятельности. Предпосылкой для развития этой области знания является расширение исследований в сфере теории коммуникаций, перемещающейся сегодня в фокус внимания научного сообщества.

Проект предполагал осуществление трех уровней обучения.

Первый уровень предполагал дополнительное обучение школьников по направлению «вебжурналистика и коммуникатология» в рамках среднего специального образования по программам дополнительного образования. На втором уровне осуществляется дополнительное образование студентов профильных вузов. На третьем – профессиональная переподготовка и повышение квалификации специалистов.

В рамках эксперимента был реализован первый уровень образовательной программы. Было создано сетевое средство массовой информации, ориентированное на учащуюся молодежь, которое одновременно рассматривалось и как инструмент обучения. Обучение и журналистскому мастерству, и основам интернет-технологий осуществлялось на действующей модели сетевого издания, то есть реализовывался педагогический принцип «обучение в действии». Схема работы подобного учебно-практического издания приведена на рисунке 2.

Рисунок № 2



Модель ресурса была реализована при непосредственном участии школьников на сайте: «Космос России» [wp.jariki.ru] с использованием образовательной системы Moodle, развернутой на специально созданном ресурсе [do.jariki.ru]. В качестве дополнительного элемента учебного процесса планировалось осуществлять циклическую смену ролей участников процесса. Например, ученик Иванов сегодня выполняет функцию корреспондента, завтра функцию редактора, а послезавтра функцию автора аналитического обзора. Успешность этой деятельности оценивается остальными учениками, которые обязаны занять критическую позицию и давать свои суждения в комментариях к публикациям. Через неделю место Иванова занимает ученик Петров. Теперь уже Иванов публично относится к работе Петрова. Таким образом, ученики могут почувствовать на себе особенности редакционных функционалов и связанных с ними производственных отношений. Подобная деловая игра была промоделирована при подготовке материалов для «Космоса России».

Космическая тематика ресурса была выбрана из тех соображений, что недостаточно просто создать очередной сайт, а необходимо вернуть внимание молодого поколения к отечественным достижениям, «большим» проектам, престижным и перспективным идеям. Кроме того, способствовали выбору тематики связи МУК Гагаринского района с ЦУП и личные

отношения с некоторыми космонавтами, в частности, с Сергеем Крикалевым и Александром Баландиным.

В итоге при участии школьников был создан онлайн-журнал, рубрикатор которого выглядит следующим образом: артобъект, звездный тракт, Земля людей, коммуникативный астрал, космос духовный, космос информационный, ментальный космос, новости, техносфера. Перечень рубрик показывает, что в тематике удалось объединить и тему освоения космоса, и понимание космоса как духовной ценности, и более частные, технические и коммуникатологические, вопросы.

Общей стратегией этих экспериментов было объединение в учебном процессе всех трех компонент журналистской деятельности: знаниевой, творческой, технологической.

### *2.3.2. Медиаобразование в рамках непрофильного профессионального образования (высшего и среднего уровня) и дополнительного образования студентов*

Как и в основной программе средней школы, так и в основных программах профессиональной подготовки специалистов сегодня медиакомпонент отсутствует за исключением родственных журналистике областей, например, «Связи с общественностью». Помимо вышесказанного в защиту необходимости всеобщего медиаобразования можно привести еще ряд аргументов.

Во-первых, многие из успешных журналистов приходят в профессию из других областей. Причем их успешность в журналистике оказывается следствием того, что они хорошо знают то, о чем пишут. Имеет место кадровый резерв журналистики, состоящий из специалистов других сфер деятельности, который был бы тем востребованнее, чем более подготовленными оказались бы они и в журналистике.

Во-вторых, тот факт, что бизнес-среда постепенно начинает осознавать, что социально-коммуникативная продукция является составной частью любой продукции выводимой на рынок, заставляет предпринимателей<sup>49</sup> создавать или участвовать в создании собственных СМИ. В самом простом случае это презентационные интернет-ресурсы (промсайты). Однако далеко не всегда есть возможность привлекать для этого профессиональные журналистские кадры. Чаще всего для этой работы используют своих сотрудников. Иными словами, растет потребность в подготовке по интернет-журналистике специалистов из других областей деятельности. Например, на химическом факультете МГУ готовится открытие магистратуры для подготовки инженеров-химиков по специальности «связи с общественностью».

В-третьих, навыки по общению и публикациям в интернете многие люди самых разных профессий и образовательных уровней приобретают автоматически, участвуя в популярных социальных сетях и переписываясь с коллегами и друзьями. Прав автор «Независимой газеты» (10.02.2006) Анна Павлова, утверждая, что «E-mail вернул человечеству эпистолярный жанр»<sup>50</sup>. Писать стали намного больше. Достаточно придать эпистолярной форме современного препровождения времени профессиональную направленность, чтобы получить почти готовых интернет-журналистов. Конечно, не все так просто, но вполне можно констатировать наличие расширяющегося и самообразовывающегося человеческого ресурса для журналистской индустрии.

В целом трудно рассчитывать на то, что в ближайшее время в основные программы профессиональной подготовки инженеров, экономистов, врачей, агрономов и т. п. будут внесены модули, отвечающие за медиаобразование. Но подобные изменения вполне вероятны в рамках про-

---

<sup>49</sup> См.: Коханова Л.А., Калмыков А.А., Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография / под ред. проф. В.Л. Цвиги. М., 2008.

<sup>50</sup> Павлова А. Хроника электронной почты // Независимая газета. 10.02.2006.

грамм дополнительного образования студентов, переподготовки и повышения квалификации. Здесь инициатива должна исходить от представителей журналистской индустрии и близких ей областей.

Имеет место противоречие достаточно общего характера, заключающееся в том, что журналист хорошо знает как писать для массовой аудитории, но далеко не всегда компетентен в теме. Напротив, специалист компетентен в теме, но далеко не всегда знает, как представить ее аудитории. Компетентность в теме – проблема самообразования журналиста. Компетентность в журналистике специалиста – ответственность системы образования и отрасли. Результатом медиаобразования специалистов различных областей знания будет формирование кадрового ресурса информационно-коммуникативной деятельности и одновременно снятие барьеров между эпистемой, арт- и техно-журналистики.

### *2.3.3. Медиаобразование в рамках образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации педагогов*

Педагогическая общественность России в последнее время значительно активизировала свое присутствие в сетевых коммуникациях. Можно назвать такие ресурсы, как: *pedsovet.org* (живое пространство образования) (<http://pedsovet.org>), *pedsovet.info* (методическое объединение преподавателей) (<http://www.pedsovet.info>); *сеть творческих учителей* (<http://www.it-n.ru>) и многие другие. Интернет используется педагогами не только как источник методических материалов, но и как площадка для дискуссий по поводу наболевших вопросов отечественной системы образования. Отчасти повышение сетевой активности учителей обусловлено тем, что в школах действительно появился интернет и соответствующая техника, а как все это использовать для учебного процесса пока остается неясным. Поскольку компьютерные классы, как правило, находятся в рас-

порядке учителей информатики, именно они и составляют основной процент активных участников педагогических дискуссий, и именно проблемы преподавания информатики оказываются чаще всего обсуждаемыми.

Сами учителя актуализируют вопрос об ИКТ-культуре и медиакультуре. Активно обсуждаются проблемы, связанные с дистанционными технологиями обучения, которые напрямую корреспондируются с информационной и медиакультурой. Можно утверждать, что учителя уже сегодня готовы рассматривать задачу предмета «информатика» в контексте формирования ИКТ-культуры в частности и медиакультуры в целом. Этот школьный предмет становится своеобразным «троянским конем», способным разрушить жесткие междисциплинарные границы, прежде всего, между дисциплинами гуманитарного и естественнонаучного цикла.

Эти тенденции пока слабо проявляются в программах педагогических вузов. Преподавателя информатики готовят в течение пяти лет по программам, разработанным еще ранее. Это срок полного обновления парка вычислительной техники, включая концептуальные изменения в идеологии программирования. Получается, что выпускник, если он не занимается самообразованием, обречен остаться специалистом по уже не существующей технике. Вместе с тем «научным сообществом и общественностью осознается острая необходимость в создании условий для повышения уровня информационной культуры преподавателя, в разработке моделей и технологий непрерывной подготовки педагогов, нацеленной на сохранение наличного и приобретение ими нового опыта информационной деятельности»<sup>51</sup>, то есть направленного на формирование информационной и медиакультуры и на стимулирование личной информационной деятельности

---

<sup>51</sup> Гулякин Д.В., Горохова И.Ю. О формировании информационной культуры преподавателей и студентов // Материалы XII региональной научно-технической конференции «Вузовская наука – Северо-Кавказскому региону». Т. 2. Общественные науки. Ставрополь, 2008.

#### *2.3.4. Профессиональное журналистское образование и медиаобразование в рамках образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации журналистов*

Профессиональное журналистское образование и медиаобразование собственно и составляют содержание программ подготовки журналистов на вузовском и поствузовском уровнях. Анализ образовательных программ высшего образования и особенно государственных стандартов показывает, что в них отсутствуют дисциплины, непосредственно связанные с формированием медиакультуры. Считается, вероятно, что за формирование медиакультуры отвечает весь комплекс дисциплин профессиональной подготовки журналистов. Аналогичная ситуация со специализацией в области интернет-журналистики, упоминание о которой (в качестве отдельной дисциплины) появляется только в программах магистерского уровня.

Более динамично на изменения структуры медиаполя реагирует система профессиональной переподготовки. Во многих образовательных центрах появляются программы переподготовки по интернет-журналистике. Например, на факультете журналистики МГУ такая программа включает: информационные ресурсы и поисковые системы интернета; методы работы интернет-журналиста; аудитория интернета; социология интернет-СМИ; интернет и право; реклама и PR-технологии в интернете; методика разработки и продвижения интернет-сайта; основы вебдизайна; технологии мультимедиа, а также дисциплины, относящиеся к «базовой» части подготовки: информационная и аналитическая журналистика; основы экономики и менеджмента отечественных и зарубежных СМИ; литературное редактирование.

Программа переподготовки рассчитана не только для людей, имеющих специальное журналистское образование, но и на более широкий круг специалистов, возможно, уже работающих в отрасли. Необходимость введения подобной программы объясняется в ее преамбуле появлением на ме-

диарынке новых групп периодических изданий и электронных версий «старых» СМИ, распространяемых по каналам интернета. Задача программы – подготовка специалистов по созданию и редактированию контента для интернет-сайтов разного профиля. Причем в программе обучения предусматриваются практические и лекционные занятия, посвященные специфике работы новых СМИ, условиям и факторам создания успешных информационных проектов в сети, методам работы интернет-журналистов и редакторов.

Относительно ИКТ-культуры журналиста как компонента медиакультуры в узком плане можно ориентироваться на требования, сформулированные для подготовки специалистов по компьютерным технологиям, с соответствующей коррекцией в направлении уменьшения значения программистских и технических компетенций (выделено курсивом):

«Обобщенными показателями сформированности информационной культуры мы считаем наличие следующих качеств личности: а) интерес к проблемам становления информационного общества, мотивационная направленность на познание себя как его объекта, осознанная установка на использование информационных технологий в своей учебной и будущей профессиональной деятельности; б) умение мыслить формализованными структурами, умение моделировать ситуации, компьютерный эксперимент, *свободное знание нескольких языков программирования, умение в случае необходимости быстро и эффективно переходить от одного языка программирования к другому*; умение создавать компьютерные разработки в виде (*простых. – А.К.*) программных продуктов; в) обладание перцептивными способностями к компьютерной графике; способностями включения в виртуальные ситуации; развитыми способностями к моделированию объектов с помощью компьютерных средств; д) свободное пользование информацией, предоставленной в сети интернет: доступ к информации, ее оценка, использование систем связи; е) умение грамотно интерпретировать

результаты решения практических задач с использованием компьютера и применять эти результаты в практической деятельности; f) соблюдение этикета электронного общения и усвоения оптимального диалогового режима общения с помощью компьютера»<sup>52</sup>.

В целом можно констатировать имеющийся пробел в вузовской подготовке по интернет-журналистике и медиаобразованию. Вместе с тем следует отметить инициативные сетевые проекты, способные, на наш взгляд, компенсировать инертность традиционной образовательной системы.

Так, например, на базе Казанского государственного университета создана мощная социальная сеть MediArt (<http://mediart.ru>) специально для студентов, аспирантов и преподавателей факультета журналистики КГУ. Рубрикатор блога сети выглядит следующим образом: журналистика, связи с общественностью, реклама, маркетинг, бойцовский клуб, медиа/спец/вакансии, кино-литература, фестивали-конкурсы-конференции, курсы-тренинги-УМК, студия В.В.С., исследования.

Приведем примеры заголовков публикаций на этом ресурсе: «Фото-репортаж как жанр интернет-журналистики (на материалах сайта [e-kazan.ru](http://e-kazan.ru))» – курсовая в виде доклада; «Алгоритм поведения журналиста, обеспечивающий его информационную безопасность в блогосфере (Савва Терентьев, Виктория Маковская, Дмитрий Соловьев, Ольга Лысова – все они были привлечены к ответственности за свои записи в ЖЖ)» – курсовая; «Мобильная газета как разновидность электронных СМИ» – курсовая в виде доклада; «В Нижнекамске сегодня не принято писать об экологии» – курсовая; «Как зомбируют и программируют нас, простых граждан. Создание конвергентной редакции в региональном медиа-холдинге» – дипломная работа; «История кино: курс для тележурналистики» – методическое пособие.

---

<sup>52</sup> Нурмеева Н.Р. Формирование информационной культуры как отражение современных требований информационного общества // *Educational Technology & Society*. 2008. 11(4).

Иными словами, в публикациях блога этой сети присутствуют и качественные журналистские статьи на актуальные темы, и результаты учебных работ (курсовые и дипломные), и учебно-методические материалы, и объявления о предстоящих событиях – конкурсах, олимпиадах и т. п. Публикации активно комментируются и обсуждаются. Организаторам ресурса удалось объединить учебный процесс с работой в сети, что особенно важно для студентов, которые приобретают практический опыт журналистской работы.

Сам же MediArt можно рассматривать как профессиональное интернет-СМИ современного типа, поскольку он основан на технологиях WEB 2.0. В этой связи сошлемся на мнение одного из его организаторов (В.В. Сыченко). *Вопрос:* «Стал ли сайт практической площадкой для студентов, обучающихся по специализации интернет-журналистика?» *Ответ:* «Конечно. Мы пробуем делать некий канал коммуникации, на базе которого студенты учились бы не просто размещать материалы, но и пытаться работать со специализированными аудиториями, как, например, журналисты. Сейчас в университете нет телетрансляторов, как это было раньше, а у нас на сайте студенты и преподаватели могут получить отклики на свои материалы. Кроме трех изначально запланированных рубрик, был запущен механизм четырех форумов, касающихся карьеры и работы, общения, корпорации и критического разбора творчества СМИ РТ. Все они популярны. Здесь можно узнать, интересен ли твой материал, какова его оценка читателями»<sup>53</sup>.

### *2.3.5. Непрерывное самостоятельное медиаобразование для всех аудиторий*

Пример, рассмотренный выше, показывает, как можно осуществлять дополнительную журналистскую подготовку средствами сети. Приобрете-

---

<sup>53</sup> Медийный ART-обстрел // «Казанский университет» №16, октябрь 2005.

ние навыков журналистской деятельности начинается с освоения электронной переписки, затем публикаций на форумах, чатах, блогах, участия в дискуссиях, а также создания своих фотогалерей, фото и видеорепортажей и т. п. В конечном счете – ведение собственных интернет-ресурсов и активное участие в коллективных сетевых новостных ресурсах типа СМИ2. Все вышеперечисленное сегодня стало особенно популярно из-за того, что в сети появилось множество бесплатных ресурсов. Достаточно упомянуть такие популярные социальные сети, как: одноклассники (<http://odnoklassniki.ru>), мой мир (<http://my.mail.ru>), мой круг (<http://moikrug.ru>), в контакте (<http://vkontakte.ru>) и многие другие.

Кроме сетей общего назначения, появилось большое количество ресурсов, обладающих определенной специализацией. Так, в сети профессионалов – профессионалы.ру (<http://professional.ru>) – конференции создаются для специалистов различных областей, но прежде всего, конечно, СМИ, PR, маркетинг и вебмастеринг. Аналогично организованы такие сети, как: SciPeople (научная сеть) (<http://scipeople.ru>), предназначенная для ученых, аспирантов, студентов и являющаяся средой научного общения и распространения знаний и данных; политическое экспертное сообщество STRATEGiUM (<http://strateger.net>) и многие другие.

Отдельно следует сказать о новых возможностях некоторых глобальных ресурсов. Например, система гугл (<http://google.ru>). Предлагает всем зарегистрированным пользователям самостоятельно сформировать личный журнал, определив содержательное наполнение, включив в страницу виджеты на интересующие их темы. Возникает уникальная ситуация, когда читатель сам и под себя создает журнал или газету, в которой не будет ничего лишнего. Такого рода «издание» иногда называют индивидуальным или персональным журнализмом, хотя персональным журнализмом в теории журналистики называется нечто иное, а именно, журнал од-

ного автора, а тут мы имеем дело с журналом одного читателя. Возможно, более корректно называть это явление *аутожурнализмом*.

Подобная тенденция, очевидно, будет развиваться и дальше. В частности, гугл постоянно совершенствует методы предложения пользователям информации на основании круга его интересов, выявленных посредством семантического анализа переписки и поисковых запросов. Это уже другой тип журнала – журнал, подстраивающийся под конкретного читателя. Подобную журналистику можно назвать *семантической*.

Кроме того, следует упомянуть приложения для мобильных устройств, открывающие эру «мобильной» журналистики со своими правилами, своим языком, своими тематикой и стилистикой. Впрочем, называть ее мобильной тоже некорректно, поскольку вся журналистика, по определению, должна быть мобильной. Можно предложить термин «*трансфер-журналистика*», смысл которого раскрывается через понимание трансфера как переноса информации на мобильное устройство, а также через специфику ее восприятия в процессе передвижения на общественном транспорте, в автомобиле, поезде, самолете. Трансфер-издания будут читать так же, как читали в метро утренние газеты. Не лишним будет упомянуть и такое значение термина «трансфер» как одного из способов нанесения изображений на текстиль при температуре от 120°C до 190°C. Технология подразумевает нанесение изображения с промежуточного носителя (специальной бумаги или пленки) при помощи термопресса. Метафора термопресса здесь интерпретируется как признак горячего медиа, по Маклюэну.

Следует отметить, что наша попытка введения новых терминов не снимает проблему именования этих новейших журналистских продуктов: «журнал одного читателя», «самонастраивающийся на индивидуального читателя журнал», «газета на мобильнике». Проблема терминологии является свидетельством ускорения изменения медиаландшафта и запаздыва-

ния не только научной рефлексии этих явлений, но и маркетинга: новые функции уже присутствуют, но вне какого-либо бренда. Ни у журналистов, ни у философов, ни у маркетологов не хватает фантазии, чтобы именовать это явление и этим приватизировать его. Возможно, здесь еще один неожиданный феномен сетевой культуры – порождение неименуемых вещей.

В связи с развитием новых форм журналистской деятельности и новых каналов распространения информации плотность медиаприсутствия в обычной жизни резко увеличивается. Это, с одной стороны, является фактором и стимулом формирования медиакультуры, а с другой – новым цивилизационным вызовом, на который нужно учиться отвечать.

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.

### ***3. Модели, формы и технологии обучения интернет-журналистике***

Можно констатировать как усложнение образовательных задач, так и их расширение, что неудивительно, поскольку существенно усложняются профессиональные задачи специалистов в области информационно-коммуникативных практик и одновременно медиакультура (вместе с ИКТ-культурой) становится неотъемлемой частью общей культуры личности. Поэтому наблюдаемое проникновение медиасодержаний в учебные процессы разного уровня, разных профессиональных сред и для разных аудиторий можно считать вполне закономерным.

Профессиональная подготовка журналистов и медиаобразование являются органическими элементами социального института образования. Следовательно, к обучению журналистики и медиаобразованию применимы все известные педагогические модели, формы и технологии.

Действительно, профессиональная подготовка журналистов в России реализуется и в очной, и в заочной, и в вечерней формах обучения с использованием технологий контактных лекционно-семинарских занятий, мастер-классов, практических занятий и т. п. Особо следует отметить технологии дистанционного обучения, на которой подробнее остановимся ниже.

Используются модели одноуровневой подготовки специалистов, двухуровневой (бакалавриат и магистратура), профессиональной переподготовки по специальности «журналистика» лиц, получивших высшее образование по другим специальностям, и т. д., а также подготовка кадров высшей научной квалификации в аспирантуре и докторантуре. Медиаобразование осуществляется на базе школьного образования, на базе дополнительного школьного образования и дополнительного образования студентов – и далее в рамках непрерывного самообразования.

На первый взгляд может показаться, что обучение в сфере журналистики вполне вписывается в традиционную систему образования. Однако нельзя утверждать, что система медиаобразования и профессионального образования особенно для интернет-журналистики вполне соответствует требованиям времени. Специфика предмета, в частности, беспрецедентная скорость изменений его содержания, а также органичное объединение в нем знаний гуманитарного, естественнонаучного и инженерно-технического типа препятствуют его адаптации к традиционной образовательной системе. Это и является основным источником трудностей в сфере подготовки интернет-журналистов.

Санкт-Петербургский ученый С.Г. Корконосенко отмечает, 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>54</sup>.

Журналистскую образованность имеет смысл понимать не только как наличие необходимых компетентностей, и тем более знаний, умений и навыков, но и как адаптивность к профессиональной среде.

### *3.1. Образование журналиста как адаптация к профессиональной среде*

Профессиональная среда – это совокупность, а точнее, система объектов и отношений, возникающих в результате осуществления профессиональной деятельности. Для интернет-журналиста профессиональная среда достаточно сложное образование, далеко не ограниченное редакционными коллективами, источниками информации, а также «средствами производства». Особенностью интернет-журналиста и журналиста вообще является то, что для его эффективной работы ему приходится внедряться в различные профессиональные и социальные среды как с целью получения информации, так и для того, чтобы освоить язык своих потенциальных ауди-

---

<sup>54</sup> Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб., 2004. С. 7.

торий. 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.

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, своего рода «грибницы». Вовсе не обязательно эти люди будут являться героями журналистских материалов. Чаще они выступают в роли экспертов и консультантов, а также позволяют журналисту почувствовать атмосферу деятельности, особенности языка и отношений, то есть всего того, что невозможно узнать из учебников и справочников и что открывается при непосредственном общении.

Анализ профессиональной среды деятельности журналиста, использующего интернет и как средство поиска информации, и как средство 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 психологии виртуальных реальностей.

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 привяз-

ка публикации (актуальность) не столь очевидна и требует отдельных усилий читателя для восстановления временных меток.

Отмечаются следующие свойства процесса контакта с виртуальным текстом:

а) имеет место предварительная неопределенность установления контакта и произвольность выбора субъектов взаимодействия;

б) акт взаимодействия, даже повторный, всегда остается уникальным;

в) контакт существует только на протяжении самого взаимодействия.

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.Д. Выгодского, Ж. Пиаже, Дж. Брунера, подробно исследовано явление интериоризации<sup>55</sup>, в процессе которой человек строит внутренние эквиваленты внешних объектов в форме концептуальных моделей, используемых в целях конструирования различных версий своих внутренних реальностей и реальностей, переживаемых виртуально.

Виртуальная по своей природе среда интернета реализует обратный процесс – экстериоризацию, воплощая в кибернетическом пространстве сформировавшиеся в человеческой психике модели реальности. Именно за это всегда, но фрагментарно, отвечали социальные информационно-

---

<sup>55</sup> См. например: Выготский Л.С. Собр. соч. в 6-ти т. М., 1982-1984; Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка. М., 1994; Брунер Дж. Психология познания. М., 1977.

коммуникативные институты, переводя вещи и чувства в смыслы и знаки. В интернете этот процесс приобрел технологические черты. Интернет не открывал интериоризацию, а лишь материализовал и генерализировал этот психический механизм.

Интернет-журналистика таким образом 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.

Профессиональная среда интернет-журналиста – это не только условие деятельности, но и предмет деятельности. Следовательно, существует ряд профессиональных журналистских задач, возникающих при взаимодействии субъекта деятельности (журналиста) и профессиональной среды – информационно-коммуникативного пространства (см. таблицу 2).

Таблица № 2

<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ</b>	<b>НЕОБХОДИМЫЕ ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ</b>	<b>ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА</b>
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

<p>Выделение наиболее значимого, систематизация, фиксация смыслового ядра</p>	<p>Основы системного подхода, навыки анализа и синтеза, типологии и классификации</p>	<p>Рефлексивность и критичность мышления, интеллектуальная культура, владение письменной речью, высокий IQ, умение концентрировать внимание, высокая работоспособность</p>
<p>Контроль над 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</p>	<p>Основы психологии безопасности, информационной безопасности, экологии информационных пространств, виртуалистики, умение средствами текста убеждать и заражать своим эмоциональным состоянием</p>	<p>Среднезависимость, толерантность, этичность, эмпатия, сензитивность, эмоциональная чувствительность (чуткость), внимательность, авторитетность, способность вызывать доверие</p>

Развиваемое здесь понимание профессионализма как свойства адаптивности к профессиональной среде и образования как процесса адаптации

к ней требует, чтобы и среда обучения была системно подобна как образовательной задаче, так и будущего профессионального поприща. Иными словами, обучать интернет-журналистике нужно средствами интернета и в самом интернете.

В этой связи в качестве перспективного решения задачи интенсификации подготовки интернет-журналистов можно предложить расширение использования интернет-технологий обучения в рамках дистанционного образования.

### *3.2. Дистанционные технологии журналистского образования*

С позиции феноменологического подхода идеальная модель журналистской деятельности на этапе постжурнализма сводится к установлению тождественности, точнее конгруэнтности, между содержанием журналистских посланий (эпистема-журналистики), их художественным представлением (арт-журналистики) и инженерно-техническими и гуманитарно-технологическими способами и средствами транспортировки информации и ее освоения (техно-журналистики).

Соответственно в идеальной модели журналистского образования, вследствие тождественности образовательной среды, профессиональной среды и образовательных коммуникаций, в той же степени требуется системное подобие содержания, оформления и технологических условий педагогического процесса.

Действительно, между методами обучения, актуальными формами представления, производства и трансляции знания, а также технологическими инновациями в сфере информатизации существует достаточно сильная связь. Прогресс в информационных и коммуникационных технологиях рано или поздно сказывается на формах педагогической деятельности.

Этот факт наиболее полно проявляется в системах дистанционного образования, где новые технические инструменты порождают возникновение новых дидактических методов, а появление последних актуализирует вопрос о новых формах представления знания.

Поскольку интернет-журналистика формирует в интернете области, наполненные актуальным фактографическим контентом, она ответственна за часть знаниевого информационно-коммуникативного пространства. Следовательно, генезис форм организации знания также лежит в зоне ее ответственности, равно как и в зоне ответственности образования и науки. Новые свойства интернет-журналистики выводимы из свойств технологических инноваций в сфере организации знания, то есть современной коммуникатологии, информатики и образования, прежде всего, дистанционного образования как наиболее технологичного.

Следует обратить внимание на характер *социальности*, формирующейся в педагогическом процессе, осуществляемом в интернете. Образцом могут служить форматы общения в социальных сетях. Причем сами социальные сети наследуют форматы общения и формы социальности, выработанные еще в ньюсах – телеконференциях юзенета, а впоследствии в чатах, форумах, блогах. Этому процессу без малого тридцать лет, так что можно говорить об устоявшихся тенденциях.

Социальные сети можно рассматривать как форму отражения или рефлексии индивидуума (виртуального «Я», или соби) в форме узла связи сети, а саму сеть как плацдарм реализации коммуникативных компетенций соби. Соби это – «виртуальная реальность, посредством которой человек самоидентифицируется. Виртуал порождается как разворачивание одного образа в целую реальность <...> Соби – как естественное качество человека: тело, сознание, личность и т. п. Понятие виртуала фиксирует акт не-

обычного функционирования образа, понятие *соби* – результат генезиса реальности»<sup>56</sup>.

Сетевая *соби* транслируется в посюсторонний от экрана мир, приводя к появлению уже в нем гиперсоциальных и транссоциальных конструкций.

В сети усиливается процесс формирования автономных норм, ценностей и отношений и присвоение их внесетевым социумом. Следовательно, сеть демонстрирует качество социогенности, то есть формирование новых *социальных субъектов*, которые, напомним, можно рассматривать как медиапродукт, то есть как результат журналистской деятельности.

В этой связи важно констатировать значимость прежде всего коммуникативных компетенций как в сети, так и вне ее, и, с другой стороны, устойчивость личности к стереотипам сетевых отношений. Иными словами, обучающийся (как и обучающий) или *соби* обучающегося это суперпозиция сетевых связей и отношений, а группа, в которой он учится, это социальный субъект, с которым в идеале выстраиваются диалоговые отношения. И группа, и обучающийся, и преподаватель – все они субъекты образовательного процесса, то есть классическая педагогическая модель «ведущий учитель – ведомый ученик» тут работать не будет. Как следствие преподавателю необходимо не только стимулировать активность обучающихся, но и осуществлять специальные действия по командообразованию.

В применении к интернет-журналистике и журналист, и его читатель это уже не отдельные индивиды, а суперпозиции сетевых отношений, узлы связи, «сервера», а не клиенты.

Следующее важное свойство – интерактивность образовательного процесса, под которой в данном случае подразумевается совместнотворческое участие вышеупомянутых субъектов: преподавателя, слушате-

---

<sup>56</sup> Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов // Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 7. Труды Центра профориентации. М., 2000.

ля и группы в его организации и протекании, разумеется, в определенных сценарием или правилами рамках. Сам образовательный процесс в этом случае есть результат коллективной образовательной коммуникации и создается интерактивностью ее участников. То есть предмет обучения становится предметом изучения и конструирования, что в результате приводит к наращиванию как знаниевой, так и методической составляющей курса. Более того, интерактивность распространяется также на субъектов: обучающихся, преподавателей, группу, которые также превращаются в объект исследования и конструирования и выходят из процесса с новым содержанием. Иными словами, сам образовательный процесс и его участники приобретают свойства подвижности, гибкости, версильности.

Важно также фиксировать важнейшее качество – гипертекстовость как знаниевой, так и методической составляющей. Вопрос сводится к тому, насколько исходные и порождаемые в результате образовательного процесса тексты в действительности уходят от линейного представления в гипертекст, то есть насколько образовательный контент соответствует современным форматам знания и работе с ним. Это, пожалуй, самый сложный вопрос современной дидактики, гипертекстовость напрямую противоречит традиционным линейным дидактическим приемам, воспитанным многовековой образовательной практикой. Речь в первую очередь идет об образовательных алгоритмах, заложенных в основу тех или иных программных оболочек для дистанционного образования.

И, наконец, тип *эпистемы образовательного общения*. Иными словами, моделирует ли учебный класс и в самом деле эпистемологическое сообщество, в котором происходит не только трансляция, но и порождение знания, причем таким образом, что следующий цикл обучения разворачивается на новом знаниевом плацдарме (эпистеме). В частности, принцип фолксономии, привнесенный WEB 2.0-технологиями, весьма удобно использовать в этих целях. Получается так, что современная образовательная

эпистема предполагает мышление самопроизводящимися структурами. Здесь проявляется свойство образовательной эпистемы, которое Н. Луман назвал «аутопойезис».

К перечисленным качествам современного сетевого образовательного процесса следует добавить и целый ряд свойств, диктуемых технологиями WEB 2.0, а впоследствии и WEBX.X.

Напомним, что WEB 2.0 можно понимать как методику проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются, иначе говоря, особенностью WEB 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента.

К основным свойствам WEB 2.0 относятся:

*Вечная бета* – версияльность всех продуктов и сервисов. Это свойство накладывает на обучающие средства требования их постоянного обновления, причем с участием самих обучающихся. В применении к обучению интернет-журналистики этот принцип предполагает наполнение дидактического материала «живым» изменяющимся содержанием, что является гарантом неустаревания приобретаемых в процессе обучения компетентностей.

*Вебсиндикация* – возможность одновременной публикации одного и того же материала на различных страницах или вебсайтах. Иными словами, дидактический материал должен рассматриваться как свободно распространяемый распределенный набор дидактических единиц, которые на основании другого свойства – *пользовательского управления контентом* – позволит обучающимся (и обучающим) персонализировать свое образование, вплоть до самостоятельного конструирования образовательной траектории. В этой связи следует еще раз упомянуть концепцию компонентного

авторинга<sup>57</sup>. Ее смысл заключается в том, что элементом контента становится не документ и не вебстраница, а топик – автономная тематическая категория. «Поскольку топики не только пригодны для многократного использования, но и автономны, их можно комбинировать и вставлять в самые разные публикации»<sup>58</sup>.

Если эта система распространится в интернете, а соответствующие программное обеспечение и стандарты уже созданы, то подготовка текстов станет напоминать сборку конструктора из автономных топиков, и основной задачей копирайтеров будет достижение автономности этих топиков.

*Mash-up – Веб mash-up* (дословный перевод – «смешение») – возможность создания новой функциональности для работы, возникающую в результате умножения функциональностей исходных сервисов. Здесь подразумевается и привязка к различного рода картам, справочникам, симуляторам различных процессов и т. п. Mash-up существенно расширяет возможности подготовки мультимедийных текстов, которые могут быть снабжены и видео очевидцев, и привязкой к местности на карте, библиографическими, архивными и справочными материалами и даже аналитическими инструментами, позволяющими пользователю провести собственное экспресс-исследование события.

*Метки (теги) и фолксономия.* Теги – это ключевые слова, описывающие рассматриваемый объект либо относящие его к какой-либо категории. Подобная маркировка позволяет отображать место объекта среди других объектов и строить так называемое облако тегов. Фолксономия (англ. folksonomy, от folk – народный + taxonomy – таксономия) – совместная категоризация информации (ссылок, фото, видеоклипов) с помощью произвольно назначаемых тегов. Фолксономия создает принципиально новую форму представления знания, более зависящую от образа знания актуали-

---

<sup>57</sup> Сиверсон Э. Как работает компонентный авторинга // PC Week/RE №7 (661) 3 — 9 марта 2009.

<sup>58</sup> Там же.

зированной в представлениях «народа», чем от теоретико-методологических построений науки. Фолксномия, на основе которой построена, например, известная сетевая библиотека википедия, является серьезным вызовом не только научному сообществу, но и традиционным формам рационального мышления. Сегодня пока нет оценки этого явления со стороны науки и образования, но можно надеяться, что в будущем будет найдено адекватное разрешение противоречия между фолксномическим и традиционным таксономическим принципом категоризации знания.

*Система горизонтальных связей* – идеология WEB 2.0 принципиально ориентирована на горизонтальную систему связей, а это означает принципиальную неиерархичность отношений в образовательном процессе. Иными словами, необходимо установление коллегиальных субъект-субъектных отношений. Субъект-субъектный характер отношений характерен также для интернет-журналистики.

Все вышеизложенное свидетельствует о том, что мы стоим на пороге новой педагогической революции, которая может в корне изменить наше отношение к образованию и к знанию. Новую педагогику можно назвать нелинейной, подчеркнув таким образом, что образовательный процесс уже нельзя представить в форме последовательности педагогических действий, заключающихся в освоении отдельных дидактических единиц.

Можно отметить, что дистанционные технологии в России достаточно быстро развиваются. Уже появились специализированные журналы<sup>59</sup>. Причем можно считать преодолеваемыми два препятствия, из-за которых развитие дистанционного обучения осуществлялось не так быстро, как предполагалось вначале. Первое препятствие – это отставание России в телекоммуникационных технологиях (проблема цифрового разрыва) сегодня почти решена. Второе препятствие – неподготовленность педагогических кадров, несформированность достаточной ИКТ-культуры и медиакульту-

---

<sup>59</sup> Например: «Мир электронного обучения»; «Открытое образование».

ры, а также недоработанность методологической базы ДО – сегодня усилиями многих отечественных специалистов<sup>60</sup> постепенно преодолевается. Важно отметить здесь сущностную связь специалистов в области педагогических коммуникаций (педагогов), специалистов по телекоммуникациям и интернета (программистов и математиков) и, конечно, интернет-журналистов, призванных уметь эффективно представлять информацию и знания в интернет.

Результат обучения в нелинейной педагогике это конструкция, включающая множество слоев: эпистемологического, праксиологического, аксиологического и т. п., находящихся друг с другом в интерактивном гипертекстовом взаимодействии.

### ***Выводы***

Параметры профессионализации в сфере интернет-журналистики определяются на основании описания зоны ее ответственности. Образ профессиональной деятельности как определенный тип отношения профессионала к своей профессии и ее продукту строится на основании анализа сущности профессионализма как такового и специфики журналистского профессионализма.

Для выявления специфики журналистского профессионализма необходимо проследить генезис становления профессии, которая прошла следующие этапы: 1) палеожурналистика, 2) пражурналистика, 3) журналистика, 4) постжурналистика.

---

<sup>60</sup> См., например: Андреев А.А., Кинелев В.Г., Краснова Г.А. и др. Преподавание в сети Интернет: Учеб. пособие. М., 2004; Введение в сетевые технологии обучения / Под ред. Л.Г. Титарева и Ю.Б. Рубина. М., 2003; Калмыков А.А., Орчаков О.А., Попов В.В. Дистанционное обучение. Введение в педагогическую технологию: Учебное пособие. М., 2005; Креативная педагогика: методология, теория, практика / Под ред. Ю.Г. Круглова. М., 2002; Моисеева М.В. и др. Интернет-обучение: технологии педагогического дизайна. М., 2004; Овсянников В.И., Калмыков А.А., Орчаков О.А., Либин В.А. Учебно-методический комплекс для системы дистанционного образования. М., 2003; Солдаткин В.И. Российский портал открытого образования: обучение, опыт, организация. М., 2003; Теория и практика дистанционного обучения: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е.С. Полат и др. М., 2004; Щенников С.А. Открытое дистанционное образование. М., 2002.

В основу представленной периодизации положен принцип профессиональной институализации журналистики. При этом на всех этапах в журналистском профессионализме оказалось возможным выделить три базовых компонента, являющихся основными детерминантами ее развития: 1) художественного (АРТ-журналистика); 2) технологического (ТЕХНО-журналистика); 3) эпистемологического (Эпистема-журналистика).

На основании анализа генезиса журналистского профессионализма разработана модель деятельности специалиста. Она определяет необходимые компетенции на основании внешних относительно профессиональной среды детерминант (государства, социума, рынка), внутренних (профсреды, профсообщества, профшколы) и личностных (удовлетворение потребностей в образовании, самореализации, статусе).

Модель позволяет конкретизировать задачи подготовки специалистов в области интернет-образования. Отмечается, что система профессиональной подготовки достаточно слабо учитывает реалии быстроменяющейся медиасреды. С другой стороны, нужно отметить внимание научного и педагогического сообщества к вопросам медиа- и ИКТ-культуре личности, формирование которых является актуальной задачей медиаобразования для школьников, непрофильного профессионального образования, профессионального образования журналистов и профессиональной переподготовки по коммуникативным наукам. Каждому из этих уровней соответствует своя специфика содержания в области интернет-медиа.

Можно констатировать как усложнение образовательных задач, так и их расширение, поскольку существенно усложняются профессиональные задачи специалистов в области информационно-коммуникативных практик и одновременно медиакультура (вместе с ИКТ-культурой) становится неотъемлемой частью общей культуры личности. Поэтому наблюдаемое проникновение медиасодержаний в учебные процессы разного уровня,

разных профессиональных сред и для разных аудиторий можно считать вполне закономерным.

Профессионализацию журналистов необходимо считать отдельной задачей. Для ее решение предлагается понимание журналистской образованности как качества адаптивности к профессиональной среде. Отсюда вытекают особые требования к подготовке интернет-журналистов.

Предметом и результатом журналистской деятельности, осуществляемой в виртуальной среде, является сама виртуальная среда, которая и выступает в роли профессиональной среды журналиста. Понимание профессионализма как свойства адаптивности к профессиональной среде и образования как процесса адаптации к ней требует, чтобы и среда обучения была системно подобна как образовательной задаче, так и будущего профессионального поприща.

Эффективной технологией обучения будет дистанционное интернет-обучение, характеризующееся: включением фактора социальности и социогенности, субъективацией коммуникативных функций, интерактивностью, гипертекстовостью и т.п.

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие (Неизбежность медиаобразования в силовом поле конвергентных СМИ.....	3
I. Зона ответственности интернет-журналистики.....	6
1.1. Что такое информационно–коммуникативное пространство... 6	6
1.2. Образ профессиональной деятельности.....	16
1.3. Этапы становления профессии журналиста.....	22
1.4. Генезис журналистского профессионализма.....	26
1.5. Профессиограмма журналистики и модель специалиста.....	33
II. Журналистское образование в эпоху интернета.....	42

2.1. Слои конвергенции – расширения профессиональных сред.....	42
2.2. Состояние и перспективы развития системы подготовки журналистских кадров.....	46
2.3. Медиаобразованность как общекультурная форма и база профессионального журналистского образования.....	51
2.4. Уровни и аудитории медиаобразования и профессионального журналистского образования.....	59
Медиаобразование в рамках среднего образования и дополнительного образования.....	61
Медиаобразование в рамках непрофессионального образования (высшего и среднего уровня) и дополнительного образования студентов.....	67
Медиаобразование в рамках образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации.....	70
Профессиональное журналистское образование и медиаобразование в рамках образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации.....	71
Непрерывное самостоятельное медиаобразование для всех аудиторий.....	75
III. Модели, формы и технологии обучения интернет-журналистике.....	78
3.1. Образование журналиста как адаптация к профессиональной среде.....	80
3.2. Дистанционные технологии журналистского образования.....	84
Выводы.....	92
Литература.....	94

