

Некоторые вопросы обучения журналистов в условиях современного российского капитализма

“Журналистика - журнальная, срочная словесность.”
В.Даль

“Журналистика - вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации; одна из форм ведения массовой пропаганды и агитации.”
БСЭ

“Журналистика - это, конечно, неприлично, но лучше так, чем работать”
Из иркутского журналистского фольклора

Талант и ремесло

Высшее образование в области журналистики в России претерпело за последние 15 лет настолько разительные перемены, что имеет смысл говорить о принципиально иной профессии, чем та, которая называлась тем же именем до 1991 года. Сравнимые изменения наблюдаются лишь в области истории религии, проделавшей стремительный путь от научного атеизма к полноценному религиоведению.

Сходная революция в профессии журналиста однажды уже имела место, когда на смену литературным изыскам дореволюционной России пришел социальный заказ партии рабочих и крестьян. Изменение общественных запросов к журналистике в те годы привело к массовой эмиграции тех журналистов, которые не приняли новую власть, или к смене профессии - либо, как минимум, стиля и содержания статей - у тех, кто остался.

Поколение журналистов, закончивших профильные вузы до 1991 года (и, по инерции, некоторое время после этого), было четко ориентировано на мощное социальное воздействие на широкие слои населения в соответствии с конкретно формализованной идеологией. Разоблачительный бум конца 80-х отнюдь не изменил эту ориентацию, а лишь вывел на определенный уровень популярности ключевых журналистов того времени.

Оставшись без идеологической направляющей, часть журналистов вздохнула с облегчением и попыталась в полной мере воспользоваться гражданскими свободами, гарантированными капитализмом, другая с удовольствием кинулась в зарождающийся медиа-бизнес и начала "делать деньги", третья же не смогла адаптироваться к новым условиям и была вынуждена оставить профессиональную журналистскую деятельность. Любопытно, что в переходный период факультеты журналистики продолжали работать по советским учебным планам и советским же (за исключением других) учебникам, выпуская значительное число молодых журналистов, либо вообще не способных работать в новых условиях, либо вынужденных на ходу переквалифицироваться.

На ситуацию наложились такие факторы, как массовая безработица начала 90-х, крах практически всех советских СМИ, попытки формирования принципиально новых СМИ и резко возросшая потребность молодого капитализма в рекламе и пиаре. Вследствие этого огромная часть журналистов, особенно региональных, оказалась “на улице”, другая же, быстро уловив тенденции общественного развития, устроилась в рекламные агентства, пресс-службы, “новые” СМИ, усилив тем самым уровень социальной напряженности и неравенства в профессиональном сообществе.

В то же время максимальное упрощение регистрации новых СМИ и повсеместное развитие компьютерных технологий привели к появлению большого числа “самодеятельных” СМИ, в первую очередь газет, которые

начинались, иногда в прямом смысле, в одиночку и на кухне. Часть этих СМИ смогла выжить и превратиться в значительные медиа-предприятия, другая, хотя и прожила сравнительно недолго, однако, как правило, не была убыточной и в конечном итоге повлияла на формирование рынка.

Определенная привлекательность журналистской профессии, в первую очередь как способа выживания, а во вторую - как способа самореализации, привела в нее в 90-е годы представителей других профессий, оказавшихся невостребованными после краха СССР. Прежде всего это относится к выпускникам исторического факультета, в советское время представлявшего собой кузницу идеологических кадров для партийной и советской номенклатуры, а также спецслужб. Оставшись без перспектив развития и обладая при этом значительным интеллектуальным багажом наряду с известным уровнем жизненного цинизма, историки заполнили все пустующие места как в рядовой журналистике, так и в медийном руководстве. "Историческая" экспансия оказала серьезное влияние на формирование современной российской медиа-среды: обладая значительно большими, чем у профессиональных журналистов, деловыми качествами, представители этой профессии, хорошо знакомые с принципами бюрократии и взаимоотношений во властных структурах, легко шли на контакт с представителями власти и бизнеса, создавая в конечном итоге почву для существующего, далеко не радужного, положения дел в этой отрасли.

Именно в этот период возник затянувшийся спор о сущности журналистской профессии в новом российском капитализме. СМИ, превратившиеся в бизнес, практически утратили как объективность, так и социальную направленность. Эти тенденции, которые часто ставятся в вину практически всем СМИ, на самом деле закономерны: по большей части не имея государственной поддержки, медиа-предприятия вынуждены выживать, а для этого они должны всеми доступными им средствами привлекать аудиторию. Наиболее простой и безболезненный способ привлечения аудитории достиг своего апогея в настоящее время: удовлетворяя потребности наиболее широких слоев населения, большинство СМИ опустилось на "желтый" уровень, соответственно, резко снизив и требования к уровню материала. Пресса "для умных", требующая высокого уровня компетенции и мастерства журналиста, привлекает лишь узкий слой образованного населения, которое к тому же в последние годы стремительно "уходит" в пока еще бесцензурный Интернет.

Потребность в аналитике осталась лишь в весьма специфической области финансовой журналистики, и требует, скорее, не журналистского, а фундаментального экономического образования. Политическая же аналитика, как класс, целиком и полностью отдана на откуп пиар-специалистам. От журналиста, пишущего на политическую или экономическую тематику, в первую очередь требуется дословная передача мнения чиновника или бизнесмена, социальная же тематика старательно обходит "запретные" и острые темы, так как любая болезненная социальная проблема так или иначе затрагивает интересы какой-либо ветви власти, что является серьезным риском для современных СМИ, прочно вписанных в структуру взаимоотношений власти и бизнеса.

Таким образом, из профессии журналиста в значительной степени исчезает невостребованная творческая составляющая, а составляющая ремесленная, соответственно, растет. В результате журналистика становится не самостоятельной отраслью деятельности, а инструментом в руках бизнеса, власти и референтных групп общества: по широко распространенному в последнее время мнению, из средства массовой информации российские СМИ превращаются в средство массовой пропаганды.

Вполне вероятно, что описанный процесс является совершенно естественным как минимум на начальном этапе становления капитализма. Мировой опыт, однако, свидетельствует о том, что начальные стадии капитализма в других странах, напротив, отличались значительным расцветом свободы слова и оппозиции к бизнесу и власти, в основном потому, что именно такая позиция позволяла резко увеличивать интерес к изданию и приводить медиа-бизнес к еще большему процветанию. Именно пресловутая погоня за сенсацией, и, как следствие, за прибылями, в США и Западной Европе, привели к расцвету профессии репортера, сформировали высокопрофессиональное журналистское сообщество и дали миру такие имена, как Хэмингуэй, Пулитцер, Херст, Готье, Делеклюз, Люс, Уоллес и др.

Можно предположить, что Россия, как всегда, не подчиняется мировым тенденциям, и в области развития журналистики идет своим, особым путем. Однако более вероятен другой вывод: ремесленническое и асоциальное направление российской журналистики является ошибочным и нуждается в немедленном исправлении.

Школа

Нет никакого сомнения в том, что исправление столь сложной ситуации в узкой профессиональной области необходимо начинать с начала - то есть с образования. При этом, естественно, неизбежно возникают фундаментальные вопросы педагогики: чему учить и как учить.

Ответ на эти вопросы следует из заявленной цели обучения. К сожалению, при попытке формулирования подобной цели руководство большинства профильных факультетов, вероятнее всего, либо традиционно уйдет в привычную идеализацию, выдавая желаемое за действительное, либо вообще затруднится с ответом.

Безусловно, цель обучения журналистов должна соответствовать потребностям и запросам общества. Однако текущие запросы общества, хотелось бы надеяться, не совпадают с его реальными потребностями и, вполне вероятно, в обозримом будущем изменятся, как минимум, в соответствии с некой потенциальной национальной идеей. Поэтому, формируя задачу воспитания кадров для "желтой прессы" и пиар-технологий бизнеса, легко снова попасть в ситуацию, описанную выше, когда целое поколение журналистов, так или иначе, опять окажется "за бортом".

Здесь существующая реальность вступает в жесткий конфликт с заявляемыми целями обучения. Факультеты журналистики, при всем стремлении соответствовать уровню развития общества и сознания, в ближайшей перспективе вряд ли откажутся от декларируемых идеализированных представлений - таких, как формирование массового сознания через СМИ и благотворное воздействие на нравы общества через печатное слово. Находясь в достаточно жестокой реальности, студенты-журналисты, как правило, не воспринимают абстрактную для них, но заявляемую преподавателями идеализацию общественных потребностей, и предпочитают иметь востребованную профессию "здесь и сейчас". Решается этот вопрос, чаще всего, достаточно просто и неблагоприятно для вуза: студенты либо вообще бросают учебу и уходят в практическую журналистику, либо, с разными вариантами успешности, уделяют больше внимания работе, чем учебе.

Описанная проблема уже привела к появлению весьма распространенного тезиса: журналист не нуждается в специальном образовании. Данный тезис во многом подтверждается реструктуризацией журналистских кадров 90-х годов, а также многочисленными примерами успешной карьеры как рядовых журналистов, так и медиа-менеджеров, либо имеющих непрофильное образование, либо вообще не имеющих никакого образования, кроме среднего.

Ситуация существенно усугубляется неизбежным конфликтом поколений. Практически все современные преподаватели факультетов журналистики - это люди, имеющие не только советское воспитание, но и советский педагогический опыт. С профессиональной точки зрения этот опыт бесценен, так как он несет те базовые знания, которые были сформированы путем проб и ошибок, и могут быть переданы будущим поколениям непосредственно в процессе обучения. Однако упомянутое молодое поколение, не ощущая сиюминутной выгоды от этих знаний, подсознательно сопротивляется их получению, предпочитая легкое времяпрепровождение системному образованию.

Большое влияние на уровень подготовки журналистов оказывает мотивация абитуриентов. Если в советское время на факультеты журналистики шли, по большей части, люди, уже пишущие и имеющие четкую цель в будущем работать в практической журналистике, то у современного абитуриента далеко не всегда есть хотя бы минимальный опыт, не говоря уже о принципиальном желании работать по специальности. Крах советской системы юных корреспондентов и жесткая коммерческая направленность подавляющего большинства СМИ заблокировали школьникам возможность публикаций, что, в свою очередь, выбило почву из-под ног у приемных комиссий, крайне затруднив совершенно необходимый для данной профессии творческий конкурс.

Достаточно большая часть абитуриентов приходит на факультет журналистики, привлеченная кажущимся сравнительно легким путем в телевидение. В провинциальной (и не только) среде телевидение считается венцом журналистской карьеры, а факт появления на телеэкране воспринимается как критерий жизненного успеха, особенно у абитуриентов из деревень. Само собой, такая мотивация не ведет к вдумчивому изучению фундаментальных основ журналистики, а заставляет студента все пять лет обучения искать "выходы" на работу в телекомпаниях.

Не менее значительная часть абитуриентов - девушки, пишущие стихи или прозу и не представляющие себе, на каком другом факультете с такими (зачастую неоправданно самозавышенными) способностями они могли бы учиться. Как правило, стимулов для систематического обучения, а тем более для работы по специальности, у таких студентов тоже нет.

Наряду с этим наблюдается значительный дефицит педагогических кадров. Если в области фундаментальных (с точки зрения журналистики) предметов, таких, как общелингвистические дисциплины, этот дефицит еще не так заметен, то в более узкопрофессиональной тематике, требующей привлечения либо действующих, либо еще недавно реально работавших журналистов, имеющих большой практический опыт, ситуация даже близко не напоминает идеальную. В отличие от советского периода, в постсоветской России разница в материальном

положении преподавателей и высокопрофессиональных журналистов может отличаться даже не в разы, а в десятки раз, а потому мотивы перехода таких специалистов к преподаванию представляются весьма условными и ненадежными: это либо искреннее стремление бескорыстно участвовать в воспитании подрастающих журналистов, либо не менее искреннее стремление производить отбор кадров для собственного СМИ еще на этапе их обучения, либо, в редких случаях, научная работа.

Ожидать притока свежих кадров в журналистскую педагогику, при сохранении существующего положения дел, придется только в одном случае - при переизбытке подготовки журналистов и переполнении рынка труда. Однако наблюдающийся "западный дрейф", вымывающий все более-менее серьезные кадры в западные регионы страны, делает возможным возникновение такой ситуации лишь в столице, но никак не в провинции.

Не менее значимую роль в формировании кризиса журналистского образования начинает играть и отставание в техническом обеспечении. К счастью, это отставание наблюдается не на всех факультетах журналистики, однако оно, тем не менее, имеет место. Нередкая картина полного отсутствия на таком факультете компьютеров, современной фото-, аудио- и видеотехники, равно как и соответствующих учебных курсов, приводит к моральному отставанию журналистов еще на этапе обучения; в реальный мир такие журналисты приходят технически полуграмотными, что в XXI веке делает их профнепригодными. Как правило, у более сознательной части студентов эти вопросы решаются приобретением техники за свой счет, либо уже описанным выше "уходом" из жизни вуза в жизнь редакции, однако полностью снять проблему таким образом не удастся никогда.

Кто портит борозду

Как известно, журналистов не критикует только ленивый. Избежать жесткой критики со стороны читателей способны либо анонимные по определению журналисты информационных агентств, либо корифеи с безупречной репутацией и громким именем - и то, в обоих случаях, обязательно найдутся люди, критикующие продукт их деятельности просто из любви к "искусству".

Основные обвинения в адрес журналистов известны - стремление к сенсациям, к "жареным" фактам, легковесность суждений, невысокая компетентность в узкопрофессиональных вопросах. Любопытно, что первые три обвинения обычно высказываются в адрес сотрудников наиболее популярных изданий - "Комсомольской правды", "Пятницы" и "Номер один", то есть газет, имеющих самый широкий круг читателей. Журналисты уже давно заметили своеобразную противоречивую тенденцию российского населения - с удовольствием прочитав о каком-либо ужасном преступлении с самыми кровавыми подробностями (которые, нельзя не заметить, журналист зачастую добывает потом и кровью, иногда и с риском для жизни), читатель откладывает газету в сторону и начинает критиковать автора за публикацию той самой жестокости. Стоит, однако, прекратить публиковать подобные остросюжетные репортажи - как газету попросту перестают читать, так как, положив руку на сердце, отчеты о надоях молока и объемах фуража интересуют разве что Статуправление.

Некоторая некомпетентность журналистов в отношении научных тем, действительно, имеет место. Как правило, высокообразованный человек, прочитав написанную с фактическими ошибками популярную околонуучную статью, не преминет сообщить всему окружающему сообществу, что журналист не имеет представления о том, что пишет, и лучше вообще не писать, чем писать так. Однако проблема, в данном случае, заключается в том, что грамотно и безошибочно на профессиональную тематику способен писать только профессионал - человек, который, владея понятийным аппаратом в предметной области, в то же время совершенно не имеет представления о журналистике, то есть о способах популярного донесения темы до рядового читателя. Какие-либо попытки подобного творчества приводят, как правило, к созданию скучного научного трактата, неинтересного никому, кроме его автора.

Задача журналиста в данном случае - адаптация научной темы именно к уровню рядового читателя. Упрощенно говоря, журналист должен разъяснить суть теории относительности уборщице, выражаясь при этом ее языком и так, чтобы ей это было еще и интересно. Само собой, такая популяризация повышает общий уровень заблуждений в обществе - однако избежать этого невозможно. Кроме того, подобная деятельность журналиста, при всей ее неоднозначности, как минимум расширяет общий кругозор: та же упомянутая уборщица, конечно, все равно мало что поймет из идей Эйнштейна, но как минимум будет знать, что это может быть полезно ее ребенку.

Разговор, впрочем, в данном случае не об уровне компетентности журналиста. В современном обществе наблюдается тенденция проведения жесткой параллели между уровнем "желтой прессы", уровнем образования и очевидным даже для рядового читателя кризисом отрасли. Логика этой тенденции такова:

платное образование привело к тому, что в профессию пришли случайные люди, что, в свою очередь, породило некомпетентных журналистов, пишущих, говоря языком обывателя, "всякую ерунду".

Такое представление является однозначно ошибочным. Само по себе платное образование, хотя и требует особого исследования в приложении к России, однако злом не является. Лучшие вузы мира - такие, как Гарвард и Оксфорд - сформированы именно на принципах платного образования, что не сделало их хуже, к примеру, бесплатного Берлинского университета или условно-бесплатного МГУ.

Кроме того, практика показывает, что стоимость обучения (или его бесплатность) в современной России является незначительным стимулом для получения образования. Количество критически необеспеченных семей с гениальными детьми исчезающее мало: уровень общего образования и эрудиции, к сожалению, тесно связан с уровнем жизни, что позволяет, тем или иным способом, получать высшее образование всем тем людям, которые к этому стремятся.

Если же посмотреть на состав, к примеру, редакций региональных СМИ, нетрудно заметить весьма парадоксальную вещь: подавляющее большинство "пишущих" журналистов принадлежит не к молодому, а к старшему и среднему возрасту. Молодые журналисты, успевшие закончить вузы уже после завершения формирования де-факто платного высшего образования, как правило, работают на радио, телеведущими и сотрудниками информационных агентств, то есть в областях деятельности, подвергающихся минимальной критике. Статьи же в "желтой прессе", являющиеся объектом наиболее жесткой критики, пишутся преимущественно журналистами еще советской закалки.

Речь здесь не идет об уровне общего развития или образования конкретного журналиста. Даже самая "желтая" статья требует весьма высокого профессионального уровня и как минимум понимания потребностей читателя. Вопрос, однако, в том, что уровень современной массовой российской журналистики с уровнем существующего образования связан достаточно слабо.

Свет в конце тоннеля?

Несмотря на все изложенное выше, проблемы в журналистском образовании, во-первых, нужно решать, а, во-вторых, можно решать. Худшее, что можно сделать в этом вопросе - это делать вид, что ничего не происходит.

К сожалению, откровенно бездарные попытки реформы средней школы больно отражаются на состоянии высшей школы: неудачный эксперимент с ЕГЭ выбил почву из-под ног действительно способных потенциальных журналистов.

Значительное влияние на общую ситуацию с журналистикой может оказать повышение популярности профессии, что приведет к увеличению числа абитуриентов, жесткости предварительного конкурсного отбора студентов и, как следствие - повышению качества журналистики. К сожалению, эта ситуация представляет собой типичный замкнутый круг: повышение популярности профессии находится в руках самих журналистов, а мотивы изменения их точки зрения на профессию требуют как минимум осознания ее порочности в сегодняшнем виде, что неизбежно приведет журналиста к внутреннему конфликту.

Существует вероятность изменения ситуации "сверху", к примеру, в форме отмены платного образования (что, как минимум, увеличит конкурс на поступление) и повышения уровня оплаты преподавателей, что приведет к притоку в вузы журналистов-практиков. Однако вероятность этого, в обозримом будущем, крайне мала.

В поисках пути развития журналистского образования имеет смысл обратить взоры на запад. При всей несхожести российского и европейского менталитетов, европейская журналистика на сегодняшний день является лидирующей в мире, и не взять от нее лучшее было бы неразумно. Как известно, в традициях европейского журналистского образования значительная его доля приходится на практику, в том числе и в реальных СМИ, при соответствующем увеличении продолжительности обучения.

В рамках "западных" тенденций существует также весьма спорная, но оригинальная точка зрения - ликвидация факультетов журналистики как самостоятельных структур и специализация студентов, обучающихся на других факультетах, на кафедре журналистики, с дальнейшей ориентацией на работу журналиста в некоей специальной сфере. В США и Европе подобная специализация широко распространена в отношении экономистов и политологов, когда студент, заканчивающий факультет экономики и имеющий углубленные знания именно в экономике, получает дополнительную специализацию по журналистике и является впоследствии экспертом в области экономической журналистики.

При всей очевидной неприемлемости такого подхода в российских условиях, здоровое зерно в нем есть: действительно, в России и в Сибири в частности наблюдается осязаемое "перепроизводство" специалистов отдельных специальностей, и в то же время имеется недостаток журналистов, в этой специальности компетентных. Здесь открывается простор для кафедр повышения квалификации и технологий получения второго высшего образования.

В любом случае, главной задачей журналистского образования на сегодняшний день, представляется реалистичный анализ ситуации и причин, ее породивших, - и последующий поиск оригинальных методов ее разрешения.

(Опубликовано в научном сборнике БГУЭП в мае 2008 г.)

Автор: Дмитрий Таевский © Babr24.com ОБРАЗОВАНИЕ, МИР 👁 8584 10.11.2008, 23:45 📌 665

URL: <https://babr24.com/?ADE=48588> Bytes: 22862 / 22692 Версия для печати Скачать PDF

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com



Автор текста: **Дмитрий Таевский**, независимый журналист.

На сайте опубликовано **140** текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)