

УДК 070.323.3

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Демченко В.Д.

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара, м. Дніпропетровськ

Перетворення інформації на важливий ресурс суспільства висуває нові вимоги до підготовки журналістських кадрів, які й аналізуються у статті.

Ключові слова: інформаційне суспільство, журналістська освіта, інформаційні технології

Актуальність. Інформаційно-комунікаційна революція, яку переживає світова спільнота у глобальному масштабі, не лише означає зростання ролі інформації, знань у сучасному світі, але й висуває нові вимоги по відношенню до журналістики, до якості журналістської продукції, врешті-решт до самої підготовки журналістів. Бо якщо інформація є головним організуючим фактором інформаційного суспільства, то ті, хто збирає, накопичує та розповсюджує інформацію, перетворюються у ключові фігури, які активно впливають на навколишнє життя та його сприйняття. Ось чому у сучасному світі все більше уваги приділяється саме підготовці журналістів. До цієї проблеми все частіше звертаються науковці з дальнього зарубіжжя [3;7], фахівці і практики з України [4;5] та сусідніх з нею країн СНД [1;6]. Однак швидкі зміни в самій структурі розповсюдження інформації, поява нових форм та засобів інформування змушує тих, хто відповідає за підготовку журналістів, оперативно реагувати на ці виклики.

Постановка проблеми. Однією з характерних особливостей сучасної підготовки журналістів стає інтернаціоналізація журналістської освіти. Активне підключення України до Болонського процесу змушує нас все частіше звертатись до досвіду західно-європейських університетів. Разом з тим і вони все частіше об'єднують свої зусилля, бо інформація, яку отримує суспільство, йде багатьма каналами, а відтак вимагає врахування всього їх розмаїття. Адже, крім традиційних засобів масової комунікації – газет, часописів, радіо, телебачення, для яких, власне, і готується більшість журналістських кадрів в університетах, все більшого значення набуває нове інформаційне середовище – Інтернет, мобільна інформація тощо. Мета статті – аналіз нових вимог до підготовки журналістських кадрів, що висуває інформаційне суспільство.

В умовах прискорення і урізноманітнення методів обробки і передачі збільшується швидкість розповсюдження інформації, зростають її об'єми і, звичайно ж, зростає роль та відповідальність журналістики та журналістів у житті та розвитку суспільства. Це накладає на ЗМІ нові зобов'язання, висуває до них нові

вимоги. Якщо розглядати систему медіа максимально широко, включити до неї не лише інформацію, що розповсюджується через ЗМІ, але й книги, фільми, Інтернет-ресурси, то це й буде сучасне медіасередовище. Воно має свою внутрішню структуру, в ній можна виділяти різні типи й види медіа, але все одно це одна система, яка (або з допомогою якої) здійснюються медіакомунікативні функції.

Засоби масової інформації можуть відрізнятися каналами розповсюдження, форматами тощо, але діють при цьому, керуючись спільним принципом: виділенням із навколишньої дійсності інформації, перетворення дійсності в інформацію і включення інформації в комунікацію. Так, наприклад, одні й ті ж герої стають героями в медіасередовищі. Це – відомі політики, бізнесмени, спортсмени, представники шоу-бізнесу. Вони з однаковим успіхом переходять з одного телевізійного каналу на інший, виступають по радіо, знімаються у відеокліпах, мають власні сайти, про них безкінечно пишуть статті в газетах і журналах.

Всі ЗМІ рекламують одну й ту ж продукцію, презентують одні й ті ж книги, фільми, альбоми співаків чи інструменталістів. Потенційні медіагерої, потенційні медіаситуації, потенційні медіатемати – ось що покладено на часі у підгрунтя медіакомунікації. Розподіл же медіа на певні види вже не виглядає таким принциповим, він все більше переходить у суто технологічну площину. Журналіст повинен вміти працювати саме з матеріалом, тобто виділяти з нього інформацію і запускати її у медіапотік. Як і де, через які саме установки це буде здійснюватись, то вже вторинне питання. Прийде повідомлення про косу Юлії Тимошенко на мобільний телефон, з'явиться на чіємось інформаційному сайті чи ж присниться переважній більшості пересічних українців уві сні – питання форматів і технологій. Для журналіста ж сьогодні на перший план виходить вміння розпізнати цей інформаційний привід, знайти матеріал, який можливо перетворити на інформацію, який може стати матеріалом для комунікації. Але ж не треба бути великим теоретиком, щоб зрозуміти, що таким матеріалом може бути все, що завгодно.

Сучасні медіа не можуть говорити про те, що невідомо аудиторії. У останньої просто не знайдеться необхідних релевантних схем, щоб розшифрувати, а значить, і зрозуміти сказане. Саме тому медіасередовище вибудовується доволі гомогенно. Теми та герої циркулюють постійно одні й ті ж, а коли їх міняють, то найчастіше на аналогічні. Ризиковано вводити щось нове: занадто великий ризик відхилення, несприйняття, але, якщо вдається запустити щось таке, що зможе «спалахнути», «прозвучати», «прогриміти», «засвітитись», тобто створити потенційний для комунікації матеріал, ця комунікація почне миттєво розповсюджуватись, розростатись, тиражуватись усіма можливими засобами. При цьому журналісти у масі своїй не продукують комунікацію, а лише обслуговують, підтримують її функціонування. Вони розуміють, як облаштована референція «інформація-неінформація», і допомагають її реалізувати, здійснюють же комунікацію одиниці.

Якість і рівень роботи журналістів стає глобальною проблемою, що сьогодні гостро відчувається чи не у всіх країнах і перетворюється в один з найважливіших аспектів розвитку культури та сучасного суспільства знань. Звідки і певна інтернаціоналізація журналістської освіти.

Ця інтернаціоналізація проявляється в тому, що в сучасному світі все активніше відбувається міжнародний обмін досвідом підготовки журналістів. У Маастріхті (Нідерланди) створено Європейський центр журналізму, який проводить зустрічі та семінари як для практикуючих журналістів, так і викладачів факультетів та відділень журналістики з усіх європейських країн. Активно діють асоціації викладачів журналістики: Європейська асоціація підготовки журналістів, Американська асоціація викладачів журналістики та масової комунікації та інші. В Україні до справи перепідготовки викладачів все активніше підключаються національні центри міжнародних організацій – Академія Української Преси, що створена за сприяння Баварської Академії преси (ФРН), Інтерн`юз – Україна, IREX ПроМедіа – Україна. З їх ініціативи щорічно проводяться наради, семінари, науково-практичні конференції дослідників та викладачів журналістики. Активний обмін досвідом проходить і на відповідних заходах, що їх організує Інститут журналістики Київського національного університету імені Т. Шевченка [див. 2].

Якщо спробувати західну модель університетської освіти спроекувати на журналістику, то виявиться, що там підготовка існує в двох іпостасях. Відомий голандський теоретик Йо Бордуль визначив їх як журналістику орієнтовану та інструментальну.

Перший тип працює на широкий загальний споживачів. Завданням такої преси і журналістів, що в ній працюють, стає орієнтація населення у потоках інформації та забезпечення його безпосередньої уваги до коментарів, аналізу, пояснень тощо.

Інструментальна журналістика орієнтується на вузьке коло, на вибрану та фрагментарну аудиторію. Остання таким чином стає, окрім того, ще й втіленням конвергенції та використанням сучасних технологій, що дозволяє визначити її як «нову» журналістику на відміну від «старої» орієнтованої [7, с.57].

Зрозуміло, що орієнтована журналістика вимагає зовсім інших навичок ніж інструментальна. Вони ж різняться і якістю підготовки журналістів та їх кількістю у виданні. В одній з найсолідніших газет США «Бостон глоб», в редакції якої мені довелося побувати під час стажування, в так званій «ньюзрум» працює майже 350 звичайних репортерів і 24 фотокореспонденти. А ось інструментальну журналістику представляє всього 8 колумністів, тобто тих, хто має постійну власну колонку і чия думка може йти навіть врозріз з редакційною політикою.

І світовий досвід, і наша власна практика ніби вже довели те, що слово літературне і публіцистичне – це не просто різні пласти життя людського і суспільного, але й речі, розведені самим розвитком масової комунікації. Що вже й говорити про наш час цифрових технологій, віртуальної реальності й домінування у комунікації різноманітної техніки. Тому абсолютно логічно виглядає відповідь відомого російського журналіста Л. Парфенова на запитання про творчі плани: «Які плани, яка творчість?! У мене технологічний цикл і програма, що має вийти в ефір щосуботи».

Так не вже ж ера слова в журналістиці закінчилася разом із «галактикою Гутенберга», як нарік її канадський гуру комунікативістики М. Маклюен, тихенько зникла з небосхилу сучасних ЗМК? Але той самий Л. Парфенов цікавий сучасному телеглядачеві тим, що несе слово, оповідь, яку лише супроводжують, ілюструють

картинки-кадри. І Ю. Макаров на «1+1» цікавий цим же. Тим же цікаві колумністи «Дзеркала тижня» В. Портніков та газети «День» К. Гудзик. Остання прийшла в журналістику, коли вийшла на пенсію зі свого будівельного НДІ. А тепер, неначе царівна, яка так довго спала, плете мереживо словесних полотен на теми культури, моралі, релігії...

Колись ще радянській журналістиці закидали не лише за пропагандистський зміст та агітаційну спрямованість, а й за надмірну «літературщину». І справді, з одного боку, «я хочу, чтоб к штыку приравняли перо», а з іншого – «глаголом жечь сердца людей».

Тому, як би не мінялась журналістика і яка б «відеократія» чи «інтернетократія» у ній не утверджувались, слово просто принишло у куточку і чекає нового виходу на глобальну світову сцену.

Проте в підготовці фахівців з масової комунікації (і не лише журналістів, але й рекламистів, піарщиків та інших) ми останнім часом, певно з огляду на Захід, почали обстоювати вузьку спеціалізацію. Вважається, що саме вона, а не фундаментальна підготовка дозволить вийти нам на якісно новий рівень підготовки спеціалістів. Однак західні університети, навпаки, почали відмовлятися від вузької спеціалізації на користь універсального журналіста, бо значна частина ЗМК утворила в своїй структурі мультимедійні відділи, що готують матеріали для медіа всіх типів.

Ось чому доволі консервативні школи журналізму більшості американських університетів, освіта в яких базувалась саме на доконечному знанні однієї спеціалізації, нині вчать газетярів комфортно почувати себе перед камерою, а телевізійників – обробляти тексти своїх сюжетів таким чином, щоб їх можна було розмістити в газеті чи Інтернеті. Важко сказати, які наслідки таїть в собі подібний універсалізм, але він набуває все більшого розповсюдження.

До речі, хоч наш власний досвід підготовки журналістів набагато скромніший – всього 17 років, ми вже давно помітили певну умовність наших спеціалізацій. Ті, кого готували як тележурналістів, успішно працюють в газетах і журналах, вчорашні редактори стали репортерами або ньюзмейкерами у прес-службах, а дехто взагалі від журналізму перейшов до менеджерської роботи чи діяльності у сфері маркетингу. Звичайно, подібні «міграції» у вітчизняній масовій комунікації можна пояснити і неусталеністю системи українських ЗМК і невпинним їх реформуванням, але, як бачимо, вона загалом вписується у світову тенденцію.

В умовах переходу до інформаційного суспільства та «буму» навколо Інтернету виникає ще й небезпека перетворення журналіста лише в постачальника інформаційного товару. Обсяги інформації та швидкість, з якою вона розходить у суспільстві, настільки зросли, що прийшов час запитати про її якість. Інформаційне суспільство доволі часто називають суспільством знань. Проте збільшення інформаційних потоків ще не прямо пропорційне збільшенню знань. Знання якраз напряду залежать від якості інформації, тобто її різноманітності, достовірності, багатозначності, а також доступності.

Зрозуміло, що якісна журналістика здатна відігравати надзвичайно позитивну роль у становленні по-справжньому демократичного та відкритого суспільства. Проте визначення критеріїв якості журналістики – все ще справа доволі

проблематична. Йдеться і про ґрунтовну підготовку у загально-гуманітарній, культурологічній, суспільній, правовій сферах, і про активну діяльність журналіста під час підготовки матеріалу: збору інформації (відвідування заходів, прес-конференцій, організація інтерв'ю, робота з друкованими джерелами) та її осмислення і розуміння. Наскільки вищим є рівень освіти та активності журналіста, настільки вищим є шанси створити справді якісний матеріал. Додамо до цього і проблему достовірності інформації та методів її перевірки.

Висновки. Зазначимо, що і в новому суспільстві журналістика не може бути зведена ні до просто товару, ні до звичайних послуг. Професіоналізм, етичні кодекси, громадська позиція журналіста – ось запорука того, що і в час Інтернету ми будемо мати журналістику, яка за своєю сутністю стане продовженням класичного розуміння професії, хоч і в новому техніко-технологічному контексті.

І дуже хотілося б, щоб при всіх змінах та реформаціях нашої освітянської системи взагалі та університетів зокрема ми б не забували, що університетська освіта – це не лише викладання студентам певної суми знань. Це ще і процес інтелектуальної освіти (так конче необхідної нашим журналістам), де важливою є не лише освіта професора, але й його особистість. І тому ніякі інтерактивні форми (у всякому разі у недалекому майбутньому) не замінять спілкування з викладачем, котрий може передати учням істини тисячоліть. Кожна особистість є виразником своєї власної внутрішньої ідеології. Ось чому так важко замінити безпосереднє спілкування. Вчителя і учня, бо саме воно, на думку видатного іспанського філософа та мислителя Х. Ортега-і-Гассета, є «процесом, що дає можливість студентам відчувати потребу в науці, а не викладати їм науку, безрезультатно примушуючи відчувати потребу в ній» [8, с. 94].

Список літератури

1. Алексеева М.И. Университетское журналистское образование в России // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. – М., 2006. – № 4.
2. Журналистика – 2005 в контексті сучасних професійних стандартів та трансформації журналістської освіти. Міжнародна науково-практична конференція. Матеріали. – К., 2006.
3. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. Теоретические концепции, проблемы, прогнозы. – М., 1995.
4. Михайлин І. Хто повинен викладати журналістику? (з історії гіркого досвіду) // In medias res. Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ, 2007.
5. Різун В. Про нові перспективи журналістської освіти в Україні // Актуальні проблеми журналістики. Збірник наукових праць. – Ужгород, 2001.
6. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Проблема подготовки журналистов (итоги социологического исследования) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – М., 2004. – № 2-3.
7. Bardoel Jo. Beyond journalism: a profession between Information Society and Civil Society European Journal of Communication. – 1996.
8. Ortega y Jasset J. Mission of the University. – Norton – New York, 1966.

Демченко В.Д. Журналистское образование в условиях информационного общества

Преобразование информации в важнейший ресурс общества выдвигает новые условия к подготовке журналистских кадров, которые и анализируются в статье.

Ключевые слова: информационное общество, журналистское образование, информационные технологии

Demchenko V.D. Journalistic formation in the conditions of an information society

The process of transforming information into essential society resource needs new demands for gournalistic staff, which is under study in the thesis.

Key words: informative society, gournalistic education, tehнологies of informations

Пост упила до редакції 21.08.2008 р.