

ЖУРНАЛИСТИКА И СОЦИУМ

Л.Я. Дятченко
ректор Белгородского государственного университета

В наши дни значение периодической печати, радио, телевидения и интернет-прессы, выступающих в роли массмедиа – ключевого опосредующего звена в масштабных социальных коммуникациях – настолько велико, что сам современный социум характеризуется как медиатизированный или же как «информационное общество». Массовая коммуникация в медиатизированном социуме является не только важнейшим экономическим, политическим и культурным ресурсом, но и образом жизни самого этого общества. Изменения характера и содержания взаимодействия печатной и электронной прессы с социумом, произошедшие в новейшую историческую эпоху, так значительны и стремительны, что наука не поспевает в осмыслении их проявлений и последствий – особенно на региональном и локальном уровнях массовых коммуникаций.

В центр внимания Международной научно-практической конференции «Журналистика и медиаобразование в XXI веке» поставлены принципиальные вопросы развития информационной политики и журналистики в российских регионах, и в первую очередь, на Белгородчине. Названная проблематика имеет большое значение в современных условиях, когда идёт процесс «перераспределения обязанностей» между центром и регионами в информационном обслуживании россиян.

Зарубежные исследования свидетельствуют о том, что во многих странах мира региональные и местные СМИ гораздо более привлекательны для аудитории, чем общенациональные. И это не удивительно, учитывая специфику их содержания, отражающего состояние ближней социальной среды, с которой каждодневно взаимодействует человек. Постоянный приток актуальной информации об изменениях этой среды жизненно важен для непосредственной ориентации граждан в социальной действительности: для участия в местном самоуправлении, для принятия адекватных решений в производственной деятельности, в повседневной жизни.

В постсоветский период региональная и местная пресса, ставшая более разнообразной по составу, заметно повысила своё значение на фоне общероссийских СМИ, традиционно наиболее авторитетных и привлекательных в глазах большинства россиян. В то время как газеты федерального распространения в постсоветский период потеряли существенную часть своей былой аудитории, региональная и местная газетная периодика в целом продолжает пользоваться читательским спросом. Этому объективно способствуют процессы, связанные с развитием самостоятельности регионов, местного самоуправления.

Региональные и местные СМИ, территориально и по содержанию наиболее близкие населению, а потому способные теснее взаимодействовать с гражданами, должны приобрести более достойное место в современной медиасистеме России. Это требует концептуального пересмотра их роли,

поиска новых формул организации деятельности и переопределения содержательных приоритетов с учётом насущных потребностей населения российских регионов в полноценной и разнообразной актуальной социальной информации.

Первоочередной, жизненно важной является проблема радикального повышения конкурентоспособности региональных и местных СМИ. В условиях информационной и экономической открытости современной России, её включённости в глобализационные процессы, необходимость соответствовать жёстким требованиям общемировой конкурентной борьбы неизбежно распространяется и на региональные субъекты, не исключая и медийные организации в российских регионах. По недавнему признанию президента В.В. Путина, около половины российских периодических изданий имеет сегодня иностранных владельцев. Собственниками ряда крупных вещательных организаций, например телеканала СТС, являются транснациональные компании, экспортировавшие из-за рубежа определённую философию, форматы вещания и создавшие в России обширные сети с вовлечением в них региональных и местных вещателей.

В наши дни региональные СМИ во всё большей степени конкурируют не только и не столько с зарубежными издательскими и вещательными концернами, но прежде всего с экономически могущественными столичными компаниями, которые осуществляют активную экспансию в регионах, зачастую при поддержке олигархического капитала. Экспансия ведёт к перепрофилированию, маргинализации, а то и исчезновению региональных и местных периодических изданий, радиостанций и телекомпаний. А ведь именно они призваны обеспечивать в регионах реальное разнообразие источников массовой информации, гарантирующее осуществление права граждан на информационный выбор и систематическое получение сведений о жизни и проблемах своих региональных и местных сообществ.

Устоять на рынке перед натиском извне, уберечь информационное пространство регионов от рыночных деформаций, от вытеснения необходимых населению региональных и местных СМИ, безусловно, сложная задача для регионов с их ограниченными финансовыми и кадровыми ресурсами. Необходимо уделить повышенное внимание развитию в регионах медийной инфраструктуры, улучшению массовых коммуникаций, созданию и поддержке социально значимых средств массовой информации.

На Белгородчине наглядным примером целенаправленных действий такого рода стала разработка Программы развития информационного пространства Белгородской области. Программа нацелена на системное совершенствование информационного обслуживания жителей области, на улучшение общения через СМИ между властью и гражданами с учётом особенностей нашего региона, где наряду с национальными проектами осуществляется ряд масштабных областных программ по улучшению качества жизни населения. Информационная составляющая превратилась в один из важнейших индикаторов качества жизни современного человека. Поэтому большое внимание в Программе уделяется формированию новых звеньев

медиасистемы на региональном уровне. Среди таких важнейших звеньев – недавно созданная областная телерадиокомпания «Мир Белогорья». Эта вещательная организация нового типа с элементами общественного участия в управлении её вещательной политикой нацелена на создание полноценной информационной картины региона, на заинтересованное и добросовестное освещение и обсуждение жизни и проблем жителей всей области, включая события и заботы населения отдалённых районов Белгородчины.

Дальнейшее повышение роли региональных и местных СМИ немыслимо без качественного скачка в профессиональной культуре журналистов, в работе редакционных коллективов. Сегодня непрофессионализм, провинциальная расслабленность в журналистике – это прямой путь к утрате конкурентоспособности, потере доверия аудитории, что чревато не только моральными и финансовыми потерями, но и девальвацией социально-управленческого потенциала СМИ. Остаться провинциалами в журналистике сегодня стало непозволительной роскошью. Осознавая это, власти Белгородской области и руководство БелГУ приняли меры для ускоренного развития профессионального журналистского образования в области. В 2000 г. в Белгородском госуниверситете была начата обучение студентов по специальности «журналистика», а в 2005 г. в новейшем университетском корпусе открыт первый в области факультет журналистики, укомплектованный высококвалифицированными преподавательскими кадрами и оснащенный современным учебным оборудованием. Редакции СМИ Белгородчины уже пополнились первыми группами выпускников БелГУ, развивается многообразное сотрудничество факультета с журналистским сообществом.

Перед коллективом нового факультета поставлена задача выйти в предельно сжатые сроки на российский и международный уровень конкурентоспособности в журналистском образовании и научной деятельности. Реальные предпосылки для этого уже созданы. Костяк преподавательского состава журфака составляют профессора, доктора наук, имеющие значительный опыт преподавательской и научной деятельности в ближнем и дальнем зарубежье, включая университеты стран ЕС и США, другие зарубежные центры высшей школы. Налаживаются и поддерживаются связи факультета с зарубежными исследователями, подтверждением чему служит содержание данного сборника, где кроме работ российских авторов публикуются статьи учёных из Испании, Италии, Польши, Украины. В преподавании на факультете помимо штатных преподавателей участвуют ведущие представители отечественной журналистской науки, зарубежные профессора, известные московские и белгородские журналисты-практики.

В БелГУ, стремительно превращающемся в передовой университет XXI века, поощряется развитие научно-исследовательской деятельности. В изучении журналистского творчества, многообразных аспектов функционирования СМИ большие надежды возлагаются на исследования учёных факультета журналистики с его большим научным потенциалом, на междисциплинарные разработки, которые могли бы выполняться совместно с

социологами, психологами, культурологами, экономистами и представителями других отраслей научного знания.

Особого внимания исследователей заслуживают некоторые современные негативные тенденции в развитии печатной и электронной прессы. Некоторые средства массовой информации, превратившиеся в условиях рынка в коммерческие предприятия, в погоне за прибылью становятся трансляторами убогой и искажённой информации, рассадниками бездуховности и аморализма, сугубо потребительских либо девиантных моделей личного и общественного поведения – вплоть до культивирования социальной деструктивности и самоубийственных пристрастий наподобие наркомании и алкоголизма. Доминирующая в некоторых СМИ бездумная развлекательность индуцирует эскапистские поведенческие тенденции аудитории, её социальную пассивность. И это в то самое время, когда современной России нужны активные граждане, настроенные на созидание и творчество, способные воплотить в жизнь масштабные национальные проекты и окончательно вывести страну из исторического тупика на путь устойчивого развития.

Сегодня очевидно обеднение медийного содержания вследствие вытеснения из него значимых просветительских, развивающих элементов, произведений высокой культуры, народного творчества и их подмены коммерческим масскультом. Средства массовой информации с присущим им огромным потенциалом распространения знаний и культуры не только не используют этот потенциал, но фактически лишают аудиторию, особенно детскую и молодёжную её часть, контакта с важной и актуальной социальной информацией, с действительными сокровищами научных знаний и культуры. Это ведёт к обеднению социального дискурса и культурной жизни россиян, что чревато в перспективе общественной деградацией и торжеством примитивизма – «нового средневековья», по выражению У.Эко.

Необходимы социологические исследования долгосрочных медийных воздействий на социум, в особенности на те категории аудитории, которые наиболее подвержены подобным воздействиям, включая детей и юношество, людей с низким образовательно-культурным уровнем. Социодинамика культурных изменений, привносимых средствами массовой информации в современное общество, пока что изучена недостаточно.

К исследованиям такого рода должны привлекаться как представители журналистской науки, так и специалисты из смежных областей науки – социальной психологии, педагогики и других. Международная научно-практическая конференция «Журналистика и медиаобразование в XXI веке» призвана способствовать консолидации усилий учёных разных отраслей в познании столь сложного и многоаспектного явления, как печатная и электронная пресса и её взаимодействия с социумом. Состав участников данного сборника отличается широтой и представительностью. В нем публикуются работы авторов из более чем двадцати отечественных и зарубежных вузов – в том числе труды видных учёных из университетов Москвы и Санкт-Петербурга, региональных центров российского журналист-

ского образования. Внимание учёных и практиков журналистики, представителей других наук свидетельствуют о признании молодого белгородского факультета журналистики российским и международным научным сообществом.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ЖУРНАЛИСТСКАЯ НАУКА: МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ

А.П. Короченский
декан факультета журналистики
Белгородского государственного университета

Постсоветская наука о журналистике, освобождающаяся от груза идеологической догматики, по сей день находится в поисках своего нового «лица». Объективная потребность в решительном обновлении при сохранении всего ценного, чтобы было наработано в предыдущий период, пока не привела к консолидации научного знания на новой теоретико-методологической основе. Отражением этого является, в частности, неопределённость, зыбкость используемого отечественной журналистской наукой понятийного и терминологического аппарата – хотя именно единство в понимании и трактовке ключевых понятий является одним из главных условий стабильного и плодотворного развития любой науки.

Яркой иллюстрацией сложившегося положения служит наличная избыточная многозначность самого термина «журналистика». Сегодня журналистика определяется как:

- 1) особый род творческой деятельности,
- 2) профессия,
- 3) первоначально – «совокупность журналов», а затем совокупность средств массовой информации (которую во избежание смысловой избыточности термина «журналистика» следовало бы однозначно обозначать термином «медиасистема»),
- 4) особый социальный институт (на наш взгляд, в этом случае лучше применять термин «пресса»);
- 5) журналистские произведения; совокупность текстов, подготовленных журналистами и опубликованных в СМИ (здесь более уместен термин «журналистские тексты»);
- 6) вид информационного бизнеса, индустрии информационного обслуживания потребителей;
- 7) публицистика (несмотря на многолетние научные дискуссии, итогом которых стало теоретическое разграничение журналистики и публицистики, некоторые авторы по сей день фактически отождествляют оба явления);
- 8) институт социального контроля исполнительной, законодательной и судебной властей (иначе – «четвёртая власть»).

Этот список можно продолжить, поскольку журналистика характеризуется также и как особый феномен массовой коммуникации, и вид информационного производства, и специфическая когнитивная деятельность