

Очерки истории школы и педагогической мысли народов СССР (1941-1961) / под ред. Ф. Г. Паначина, М. Н. Колмаковой, З. И. Равкина. М.: Педагогика, 1988. 272 с.

Плотников И. Ф. Народное образование и культура Урала в период Великой Отечественной войны (1941-1945) / Развитие школы: опыт партийного руководства, проблемы, задачи. Сборник научных трудов / под ред. М. В. Попова. Свердловск: Свердловский государственный педагогический институт, 1989.

Сперанский А. В. В горниле испытания. Культура Урала в годы Великой Отечественной войны (1941-1945). Екатеринбург: УрО РАН, 1996. 351 с.

Черник С. А. Советская общеобразовательная школа в годы Великой Отечественной войны: Историко-педагогическое исследование. М.: Педагогика, 1984. 240 с.

Яркина Т. Ф. Школа РСФСР в период Великой Отечественной войны (1941-1945): автореф. дис. ...канд. ист. наук. М., 1954.

УДК 378.147:070

ББК Ч600.0р

ГСНТИ 19.01.11

ВАК 10.01.10

Н.Я. Макарова

Москва

**ЖУРНАЛИСТИКА И ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ:
ВЫЗОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистская деятельность, журналистское образование, профессиональные компетенции, информационное общество.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются факторы обуславливающие изменения в журналистской деятельности и журналистском образовании. Динамично развивающаяся медиа-система формирует новую модель профессиональных компетенций. В условиях высокой конкуренции и в целях обеспечения качества профессиональное образование должно всецело опираться на данную модель.

N.Y. Makarova

Moscow

**JOURNALISM AND JOURNALISM EDUCATION:
CHALLENGES OF THE INFORMATION SOCIETY**

KEYWORDS: journalism, journalism education, professional competences, information society.

ABSTRACT. The article considers the factors causing changes in journalism activity and journalism education. A dynamically developing media system forms a new model of professional competences. In a highly competitive environment and with a view to ensuring quality, professional education must be fully based on this model.

С конца прошлого века система образования претерпела значительные изменения. Её устойчивое развитие и повышение качества с сохранением построенного в прошлые годы фундамента, возможность отвечать современным мировым тенденциям, внедрение новых технологий – все эти процессы протекали параллельно тому, как трансформировалось само понятие успешного выпускника и специалиста в соответствии с изменениями требований рынка труда. Процессы модернизации отечественной системы образования, к тому же, должны были означать возможность России вернуть себе место на геополитической арене и поставить своих выпускников в один ряд с западными вопреки небезосновательному суждению о том, что российская система образования устарела на несколько десятков лет.

В то время как меняются подходы к обучению и воспитанию студентов вообще, ведутся разговоры и о том, кто такой журналист в частности и нужно ли журналистское образование. В последнее десятилетие остро встаёт вопрос о том, нужно ли учить «чистой» журналистике или по опыту западных коллег нужно расширить понятие «факультета журналистики» до «факультета массовой коммуникации» и помочь студенту стать всесторонне образованным и культурным человеком, вооружив его знаниями, которые помогут ему анализировать и разбираться в политических, экономических и социальных явлениях. Уже более десяти лет назад Андрей Лошак обратил внимание на низкий уровень подготовки журналистов и их ограниченность в профессиональном

плане: узкое понимание жизни, граничащее с полным нежеланием предаваться работе¹. Реформирование системы образования выявило факты, подтверждающие необходимость создания особой модели, ориентированной на универсальные и обобщённые знания, на формирование общей культуры и развитие способности личности к целостному мировосприятию.

Несмотря на то, что понятие журналиста в наше время размывается, можно с уверенностью сказать, что сейчас журналист – это не просто копирайтер, но и человек, который разбирается в других областях информационной деятельности: PR, рекламе, маркетинге, а также в общественно-политической жизни общества, и для воспитания таких специалистов необходимы серьёзные изменения в подходе к образованию, которые будут сообразны времени и технологическим вызовам. Это мнение подтверждает главный редактор радиостанции «Эхо Москвы» Алексей Венедиктов, который выступает не за журналистское образование, а за набор профессиональных качеств, которые выдают в человеке разностороннюю личность: «К сожалению, факультеты журналистики сильно и быстро отстают от развития журналистики вообще. Сейчас гораздо важнее общегуманитарное образование, плюс компьютерная грамотность, плюс умение ориентироваться в информации – вот этому надо учиться»².

Система журналистского образования должна быть современной и отвечать реалиям и технологическим возможностям медиа-индустрии, изменяться по требованию времени и трансформации общества. Нельзя отрицать необходимость практических компетенций, дополняющих гуманитарные знания. Отличие от рекламной и PR-деятельности заключается в том, что воспитание журналиста содержит в себе также этические и моральные принципы. В последнее время также много говорится о сквозном обучении журналиста, то есть начале подготовки в средней школе и последующей переквалификации уже готового специалиста.

Несмотря на споры в профессиональном сообществе, журналистское образование всё же видоизменяется с течением времени в ответ на изменения самой специфики работы СМИ и требований, которые предъявляются к работникам этой сферы. Эти изменения не всегда успевают за действительностью, но они происходят ввиду того, что любые изменения – политические, экономические, общественные – в первую очередь отражаются на сфере медиа, одном из самых ярких индикаторов общества.

Современное российское высшее образование развивается на фундаменте, который был заложен в 1990-х гг. с принятием закона «Об образовании» в 1992 году. Последующее введение государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования по различным направлениям и специальностям означало, что государство заботилось о сохранении достигнутого качества образования на фоне появления частных вузов и потери монополии на образование. За последнее десятилетие были внедрены стандарты трёх поколений, в том числе и по журналистике.

Итак, на основании исторического и современного опыта можно выделить факторы, которые влияют на изменение подходов к профессиональному журналистскому образованию в наши дни: во-первых, экономические и социальные трансформации в стране; во-вторых, развитие и использование информационных технологий.

Все эти причины сыграли большую роль в изменении всей сферы медиа не только на уровне страны, но и в мире в целом, что не могло не сказаться и на институте образования. В связи с этим факторы, влияющие на изменения подходов к профессиональному журналистскому образованию, будут рассмотрены через призму их влияния на сферу медиа.

Университеты являются частью социально-экономической системы страны, поэтому подходы к образованию не могут не поменяться в ответ на новые процессы, которые возникают в этой сфере. После перехода на рыночную экономику информация превратилась в товар, а журналисты стали её продавцами. У журналистов произошла коммерциализация сознания, вследствие чего их

Макарова Наталия Яковлевна, кандидат педагогических наук, Российский государственный гуманитарный университет, декан факультета журналистики; 125993, г. Москва, Миусская пл., 6; e-mail: rsuh.makarova@gmail.com.

Natalia Y. Makarova, candidate of pedagogical Sciences, Russian state University for the Humanities, Dean of the journalism faculty.

© Макарова Н. Я., 2018

¹ Лошак А. Пластмассовые мальчики [Электронный ресурс] // Известия. URL: <http://izvestia.ru/news/299691> (дата обращения: 14.02.2018).

² Венедиктов А. А. Стоит ли учиться на журналиста [Электронный ресурс] // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/p/journalism-education> (дата обращения: 14.02.2018).

работа стала зачастую рассматриваться как бизнес, в котором ради денежной выгоды многие из них закрывали глаза на принципы ради поднятия рейтинга и получения соответствующего вознаграждения. Профессиональное поведение журналистов стало регулироваться не этическими нормами, а собственными интересами, возможностью заработать на чёрном пиаре или получить поддержку от заинтересованного клиента¹.

Влияние экономики на сферу медиа определило путь развития СМИ и изменения в поведении журналистов. Работникам медиа-сферы пришлось научиться выживать в условиях рыночной экономики, развивать в себе коммерческую жилку и работать на износ в надежде на карьерное продвижение. Сложился так называемый «рынок прессы». Коммерциализация формировала прагматическое отношение к профессии, а журналистский труд стал работой с последующим производством товара, который должен быть востребован на рынке медиа.

На фоне этих процессов сформировались новые негативные профессиональные черты журналиста: самостоятельность – стремление к независимости и выживанию в условиях рыночной экономики; коммерциализация сознания – расчётливость, умение лгать, способность менять убеждения в угоду денежной выгоды; продажность – желание и возможность писать рекламные материалы в угоду заказчику; безответственность, присущая, например, работникам жёлтой прессы; стремление к славе любой ценой – поиск новых перспектив через блат и связи.

Эти черты стали естественными для людей, выбирающих журналистское образование. Для большинства абитуриентов профессия журналиста казалась золотой жилой, многие из них представляли эту деятельность не как поиск истины, а как развлечение и получение лёгких денег. Уже позже преподавателям пришлось рассказывать студентам о реалиях профессии с первых курсов обучения, а в учебниках появились целые параграфы о том, что по-настоящему значит журналистская деятельность. Особенно сейчас университетам приходится проводить работу с первокурсниками по изменению образа журналиста в их представлении.

Однако в коммерциализации средств массовой информации были и положительные стороны. Применительно к сфере медиа можно отметить, что отсутствие зависимости от государственной власти привело к разнообразию информационных продуктов, кристаллизации новых тем и направлений. Ввиду переполненности рынка появилась конкуренция за читателя, что диктовало необходимость повышения качества контента, а значит, повышения конкурентоспособности каждого отдельного журналиста (то есть выпускника вуза в том числе).

Но помимо одного и практически единственного положительного итога коммерциализации, возникло много других негативных изменений в сфере медиа, что не лучшим образом отразилось и на институте журналистского образования. Во-первых, пропала необходимость в просветительской журналистике, которую сложно продать рекламодателю, тогда как вся деятельность стала больше заточена под создание рекламных материалов. Во-вторых, на профессиональном сознании журналистов сильно отразилось то, что теперь журналист и редактор перестали решать вопросы первого плана, оставляя для этого власть руководителю. Помимо организационных и политических вопросов, директор стал вникать в творческую составляющую работы, зачастую не оставляя журналисту творческой свободы и превращая своих сотрудников в ремесленников, выполняющих рутинную работу. Журналист стал рабом редакции, который должен был трудиться в угоду заинтересованных лиц. Доверие к журналистам упало.

Вузы в своё время не успели откликнуться на эти вызовы и упустили момент появления коммерческих СМИ. Тогда система образования переживала тяжелые времена, а инновации в обучении стоили слишком дорого. Студенты, заточенные под советский журнализм, просто не были готовы к новым условиям и не отвечали новым требованиям. С другой стороны, в СМИ приходили люди из разных областей, не связанных с медиа, поэтому при приёме на работу всё было более демократично, чем могло бы быть.

Постепенно вызов коммерциализованной медиа-отрасли дошёл и до классических университетов. В учебном плане стали появляться новые курсы, связанные с медиа-экономикой, рекламой и другими реалиями рынка. Журналистское образование стало престижным, появилось обучение на платной основе, а обучение на факультете журналистики в МГУ имени М. В. Ломоносова и СПбГУ стало одним из самых дорогих.

В то же время университетам пришлось снизить требования к абитуриентам, чтобы не лишиться большого числа студентов-контрактников. Отчисляются таких студентов с большой неохотой.

¹ Маркина Ю. В. Современное понимание процессов концентрации в сфере СМИ и формы медийной собственности в России // Вестник ВГУ. 2014. № 2. С. 138.

той, так как университет теряет большую долю внебюджетных средств. Министерство образования и науки Российской Федерации узаконило эти процессы, объявив мерилом университетов в рейтингах количество и значимость научных работ, которые выполняются, как уже было сказано, за счёт такого притока средств.

Что происходит: чтобы не потерять клиентуру, вузы стремятся тратить деньги на научные исследования, которые обеспечивают на государственном уровне статус такому заведению, вместо того чтобы тратить деньги по прямому назначению – на развитие самих студентов. Желание заработать деньги меняет ценностные ориентиры университетов, и сама идея образования теряет своё значение. Вызов нового времени заключается в том, чтобы снова сделать журналистику идейной, которая снова вернёт доверие аудитории. Это важная задача для университетов, и нужно понимать, что внедрение такой практики происходит не один год¹.

Развитие технологической базы стало предпосылкой к стремительной информатизации общества: это значит, что производство и потребление информации достигло критических масштабов. Теперь в считанные секунды любой пользователь может узнать о том, что произошло на другом конце земного шара благодаря своему гаджету и интернету. Телевидение и радио также сильно видоизменились, перейдя на вещание в интернете. Камеры и оборудование нового поколения стали меньше по размерам, но лучше в плане функциональности.

Технологизация – особенность работы современного журналиста. Благодаря наличию огромного числа современных технологий журналист может и должен оперативно отвечать на запросы аудитории, быть мобильным, выполнять разные профессиональные роли в зависимости от задач. От письма с наклеенной маркой общество перешло в электронную почту, которая сейчас кажется более громоздкой и неповоротливой по сравнению с мессенджерами, позволяющими обмениваться информацией мгновенно. По сравнению со своим коллегой, который работал в прошлом веке, журналист нового тысячелетия может похвастаться огромным набором средств, которые помогают ему в выполнении различных видов работ. Это положительное влияние технического прогресса, однако здесь существуют и другие негативные последствия². Этические нормы нивелируются, социально-значимая роль обесценивается ввиду того, что журналист ориентируется теперь не на человека (читателя), а на обезличенного пользователя, скрытого за численным идентификатором. Эти процессы вызывают необходимость в этическом воспитании будущего журналиста и грамотном объяснении социально-значимой роли журналиста в обществе.

Наименьшие трудности в перестройке с учётом новых технических требований испытывает радиовещание. Звуковая речь легко передается через интернет, для приема радиосигнала достаточно иметь компьютер, звуковую плату, колонки или наушники. «Радио России» уже сегодня ведёт свое вещание в значительной степени на базе интернета, используя его в качестве средства доставки сигнала до радиостанций различных стран, а также к индивидуальным пользователям интернета. Сегодня российские радиостанции, размещённые в интернете, можно слышать во всём мире.

Сложнее всего приходится телевидению. К спортивным, музыкальным и многим другим программам интернет открывает отдельный доступ. Аналитики видят будущее в специализированном телевидении, рассчитанном на интересы отдельных сегментов аудитории. Развитию интернет-телевидения темпами, хотя бы приближенными к темпам развития интернет-радиовещания, препятствуют технологические сложности в передаче видеоизображения, неустойчивость каналов связи, высокие системные требования, существенные потери в качестве изображения.

В своей работе Я. Н. Засурский предлагает обратить внимание на три основных аспекта взаимоотношения общества и новых СМИ: возможность передачи информации с помощью современных информационно-коммуникационных технологий и интернета; расширение территории действия традиционных средств массовой информации в условиях интернетизации; создание новых масс-медиа или новых средств массовой информации (3, с. 14).

Открытое пространство, которое стало доступно благодаря интернету, оказывает большие возможности для глобального общения, что не может не сказаться на поведении СМИ и журналистов, в частности. Это пространство развивается и находится в постоянном процессе преобразования. Новые технологии требуют оцифровки текстов, в которые встраиваются гиперссылки, видео,

¹ Ершов Ю. М. Миссия журналиста в эпоху коммерциализации и потребительского общества // Журналистское образование. 2013. № 1. С. 186.

² Симкачева М. В. Журналистика XXI века: портрет профессии: учебно-методическое пособие. Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. С. 48.

анимация и графика. Умение успешно интегрировать все технологические возможности – задача журналиста нового поколения.

Актуальным вопросом является обучение журналиста правильному использованию этих технологических возможностей. Но как это возможно, если технологии устаревают раньше, чем выпускник выходит из стен университета? Одним из решений этого вопроса является внедрение в образовательный процесс практической составляющей, то есть включение в процесс обучения модулей с прохождением реальной практики в современных редакциях, что позволит адаптировать будущих специалистов к работе в современных условиях. Важной задачей также является постоянное поддержание уровня осведомлённости студентов о новинках, используемых в медиа-среде.

Так, например, в России новые информационно-коммуникационные структуры стимулируют такие прогрессивные процессы, как децентрализация общественной жизни, развитие горизонтальных, сетевых связей между её субъектами, контроль общества за деятельностью исполнительной власти, а «интернет и связанные с ним информационные структуры сегодня по существу создают и развивают то информационное пространство, которое разрушено из-за того, что у нас нет общероссийских газет, из-за того, что не всегда доступно телевидение, не всегда оно высокого качества, а сегодня не всегда доступно и радио. Интернет осуществляет связь между глобальным пространством и пространством российским, между общероссийским информационным пространством и местными информационными структурами». В связи с этим на повестку дня поставлены вопросы «интернетизации» и «медиаизации» образования, его содержательной и технологической модернизации.

Новые технологические вызовы дают возможность российскому образованию развиваться в нескольких направлениях: оснащение образовательных учреждений современными средствами информационных и коммуникационных технологий, которые позволят повысить эффективность образовательного процесса; информационная поддержка образовательного процесса в виде использования баз данных, телекоммуникаций и других технологий для возможности удалённой работы с учебно-методической информацией (в том числе зарубежной); распространение открытого образования – расширение границ образовательного пространства и обеспечение массового доступа к образовательным ресурсам всех университетов и библиотек мира без каких-либо ограничений; радикальное изменение подходов в образовании в целях комплексной подготовки специалистов к работе в условиях постиндустриального информационного общества и развития компетенций, которые позволят ориентироваться в этом информационном пространстве.

Появляется необходимость не только внешнего технологического оснащения образовательного процесса, но и содержательного, то есть теперь необходимо обращать внимание на то, какое влияние могут оказать новые технологии и новые каналы коммуникации. Надо признать, что возможности для качественных изменений в области профессионального журналистского образования есть: растёт финансовая поддержка со стороны Министерства образования и науки Российской Федерации, создаются опорные вузы, выделяются гранты, растёт престиж профессии. Те преподаватели и вузы, которые не будут готовы к вызовам новой эры, а главное не будут хотеть принять новые парадигмы, останутся далеко позади. Решение заключается в приверженности к качеству и одновременной готовности к инновациям в образовании, умению найти новые подходы, которые отвечали бы духу времени. Нельзя замыкаться на проверенных годами практике, но вместе с сохранением лучших традиций нужно видоизменять подходы в соответствии с изменениями, которые происходят в глобальном информационном пространстве. Тогда у российской высшей школы в области журналистики и медиа-производства есть все шансы стать конкурентоспособной на мировой арене.

Источники и литература:

Венедиктов А. А. Стоит ли учиться на журналиста [Электронный ресурс] // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/p/journalism-education> (дата обращения: 14.02.2018).

Ершов Ю. М. Миссия журналиста в эпоху коммерциализации и потребительского общества // Журналистское образование. 2013. № 1. С. 182-189.

Засурский Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы элитарного Интернета // Вестн. Моск. Ун-та. Журналистика. 2001. № 6. С. 10-18.

Лошак А. Пластмассовые мальчики [Электронный ресурс] // Известия. URL: <http://izvestia.ru/news/299691> (дата обращения: 14.02.2018).

Маркина Ю. В. Современное понимание процессов концентрации в сфере СМИ и формы медийной собственности в России // Вестник ВГУ. 2014. № 2. С. 134-139.

УДК 94(47).084.8
ББК ТЗ(2)622-2

ГСНТИ 03.23.55

БАК 07.00.02

Н.Н. Мельников

Екатеринбург

МОЛОДЫЕ КАДРЫ ТАНКОСТРОЕНИЯ: МОЛОДЕЖЬ НА ТАНКОВЫХ ЗАВОДАХ СССР В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ¹

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Великая Отечественная война, танковая промышленность, молодые рабочие, дезертирство.

АННОТАЦИЯ. В условиях военного времени в советской промышленности резко обострилась проблема обеспечения производства квалифицированными кадрами. В значительной степени дефицит рабочих покрывался за счет молодежи, вновь пришедшей на предприятия. Тяжелые условия труда и быта заставляли новых работников самовольно уходить с заводов. Что в свою очередь усугубляло кадровую проблему.

N.N. Melnikov

Yekaterinburg

THE YOUNG CADRES OF TANK: YOUNG PEOPLE IN A TANK FACTORY USSR DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

KEYWORD: The Great Patriotic War, tank industry, young workers, desertion.

ABSTRACT. During the great Patriotic war in the Soviet industry, the problem of ensuring the production of qualified personnel. To a large extent, the shortage of workers was covered by young people. Difficult working and living conditions forced new workers to leave the factories without permission. This has contributed to a staffing problem.

Необходимость резкого увеличения численности рабочего класса на предприятиях военпрома в годы войны обусловила серьезные изменения в половозрастном составе работников промышленных предприятий. В связи с уходом мужчин на фронт стал более активно использоваться труд женщин и подростков. В народном хозяйстве СССР в конце 1942 г. удельный вес женщин составил 53% (против 38% в 1940 г.), а молодых рабочих в возрасте до 18 лет на производстве было занято 15% от общей численности рабочих и служащих². Но в то же время доля подростков и женщин на предприятиях НКТП была значительно ниже. По состоянию на 15 декабря 1942 г. в танковой промышленности Свердловской области трудились в основном мужчины в возрасте 18–49 лет (64,4%), а доля подростков составила всего 9,1% (6,3% юношей и 2,8% девушек), женщин – 26,6%. Примерно такое же соотношение половозрастных групп было на челябинских предприятиях Наркомата танковой промышленности (НКТП)³.

На отдельных заводах доля подростков была различной. На свердловском заводе № 76 НКТП в конце войны трудилось 915 подростков, или 13% от всего коллектива. Но если взять всех работников предприятия, стаж которых был менее 6 лет, то таких окажется 77%⁴. Это значит, что доля молодежи в танковой промышленности на самом деле была значительно больше приведенных цифр. Достигнув

Мельников Никита Николаевич, кандидат исторических наук, научный сотрудник Института истории и археологии УрО РАН: г. Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 16; e-mail: meln2011kit@gmail.com.

Melnikov Nikita Nikolaevich, Candidate of Historical Sciences, Researcher, Institute of History and Archeology, Ural Branch of RAS.

© Мельников Н. Н., 2018

¹ Статья подготовлена по Программе фундаментальных исследований УрО РАН «Урал в социальных трансформациях России XX века: специфика и идентичность исторического процесса».

² Батыров У. А. Деятельность КПСС по развитию танковой промышленности на Урале в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.): дисс. на соискание уч. степени канд. ист. наук. Челябинск, 1982. С. 79; Кравченко Г. С. Экономика СССР в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.). М., 1970. С. 28.

³ Антуфьев А. А. Уральская промышленность накануне и в годы Великой Отечественной войны. Екатеринбург, 1992. С. 251, 253.

⁴ История дизелестроения на заводе № 76... Л. 212 // Материалы музея истории Уральского турбинного завода.