

## **АКСИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ: К ВОПРОСУ КОРРЕЛЯЦИИ**

***Н. В. Долгова***

*Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,  
ул. Свободы, 46, 390000, г. Рязань, Россия,  
n.dolgova@rsu-rzn.ru*

Статья посвящена анализу взаимосвязи аксиологии журналистики и аксиосферы будущих журналистов. Указываются ценности, которые создаются СМИ; изучаются особенности медиапотребления студентов в ценностном аспекте; приводятся виды деятельности, формирующие ценностную парадигму носителей профессионального журналистского сознания.

***Ключевые слова:*** журналистика; аксиология журналистики; ценность; профессиональное сознание.

## **АКСІЯЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТЫКІ І КАШТОЎНАСНЫЯ АРЫЕНТАЦЫІ СТУДЭНТАЎ-ЖУРНАЛІСТАЎ: ДА ПЫТАННЯ КАРЭЛЯЦЫІ**

***Н. У. Далгова***

*Разанскі дзяржаўны ўніверсітэт імя С. А. Ясеніна,  
вул. Свабоды, 46, 390000, г. Разань, Расія,  
n.dolgova@rsu-rzn.ru*

Артыкул прысвечаны аналізу ўзаемасувязі аксіялогіі журналістыкі і аксіясферы будучых журналістаў. Указваюцца каштоўнасці, якія ствараюцца СМИ; вывучаюцца асаблівасці медыяспажывання студэнтаў у каштоўнасным аспекте; прыводзяцца віды дзейнасці, якія фарміруюць каштоўнасную парадигму носьбітаў прафесійнай журналісцкай свядомасці.

***Ключавыя слова:*** журналістыка; аксіялогія журналістыкі; каштоўнасць; прафесійная свядомасць.

Аксиология как учение о системе и роли ценностей в человеческой жизни осмысливает их происхождение и корреляцию с политическими, экономическими, социальными, научными, религиозными, культурными и прочими факторами. Ценности – это система человеческих мнений или отношений, которые служат ориентиром при осуществлении нравственного выбора. Эти образцы, идеалы, ориентиры социально детерминированы, а следовательно, иногда являются результатом масштабных ценностных конфликтов, которые происходят при столкновении жизненных парадигм.

Интенсивное осмысление феномена ценности пришло на XX в. (теории М. Вебера, Г. Риккerta, А. Мейнонга и т. д.), когда не только философы, но и социологи, историки, политологи, психологи, культурологи стали выявлять происхождение ценностей, их системы и модели формирования. Все это оказало влияние и на определение ценностных оснований профессиональной деятельности, в связи с чем мы стали свидетелями возникновения таких отраслей, как аксиология образования, аксиология науки, аксиология права, а также аксиологии журналистики. Под последней понимается «научная дисциплина, изучающая журналистику как источник и ретранслятор ценностей общества во всем их предметно-смысловом многообразии, а также собственно журналистику как социальную ценность, исследующая принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, эффективность и методы их презентации аудитории СМИ» [1, с. 12]. Как отмечают исследователи, журналистика, будучи сама очевидной ценностью, включает в свою «область определения» политические, социальные, культурные и духовные ценности.

Процесс создания и трансформации политических ценностей происходит во многом благодаря развитию системы СМИ. Именно журналистика трактует политический идеал как образ желаемого социально-политического устройства, универсальной, совершенной формы организации власти, что приводит к эволюционно новому уровню развития политического сознания, включая политическую активность избирателей и политическую социализацию, в процессе которой создаются предпосылки для политического выбора.

Журналистика затрагивает социально значимые проблемы, создает общественно-политические идеалы, которые способны из умозрительных построений превратиться в факты. СМИ помогают гражданам освоить социальные нормы, что делает журналистику агентом социали-

зации и актором интеграции населения. Журналисты определяют общественную повестку дня и становятся проводником социальных стандартов. Массмедиийная работа предполагает оперативное, ценностно окрашенное реагирование на социальные запросы населения. В то же время деятельность СМИ является индикатором ценностных противоречий, конфликтов и кризисов.

Ориентирами и идеалами общественного сознания выступают и духовные ценности, являющиеся во многом результатом просветительской работы: патриотизм, уважение к истории и к историческим артефактам, справедливость, долг и т. д. Именно массовая коммуникация в состоянии превратить целевую аудиторию в активного потребителя духовной аксиосферы. Журналистика участвует в передаче духовного наследия последующим поколениям, создает позитивные презентации культурных ценностей (образования, науки, искусства и т. д.). В повседневной деятельности журналист руководствуется профессионально-этическими ценностями, в корпус которых входит социальная ответственность, адекватное отражение реальности, уважение к национальным и этнокультурным различиям, недопустимость плагиата и бережное отношение к родному языку.

Однако следование указанным ценностям не обретает у журналистов, как показывает практика, системный характер, что приводит к устоявшемуся мнению, будто они не имеют каких-либо ценностей вообще. Безусловно, это не так.

Формы, модели, содержание аксиологии журналистики непосредственно коррелируют с результатами функционирования профессионального сознания, которое «выступает в единстве трех составляющих – самопознание и познание мира в ходе профессиональной деятельности, эмоционально-ценостное отношение к себе и миру и саморегулирование профессиональной деятельности» [2, с. 122]. Профессиональное сознание, будучи в том числе формой общественного сознания, является не только системой идеалов в профессии, но и общественных требований, которые к ней предъявляются. Структура профессионального сознания включает личностный и надличностный компоненты. Под первым понимается система убеждений, взглядов, чувств, которые вырабатывают у журналиста представление о миссии, профессиональную рефлексию, влияют на формирование личностного облика и профессиональных компетенций. Под вторым – система норм,

традиций, правил, выработанных в течение длительного времени в профессиональной среде.

Очевидно, что аксиосфера журналистики при всей ее инертности будет испытывать непосредственное влияние тех, кто получает журналистское образование в настоящее время и будет работать в системе массмедиа через считанные годы. В связи с этим актуальным следует считать выявление направлений медиапотребления и внимание к медиапроизводству будущих журналистов. Следует учесть, что они начинают учиться в университете, как правило, в то время, когда формирование целостного представления о себе уже началось. В этом возрасте уже более или менее сложилась система представлений о мире и о других людях, выработаны этические, эстетические и научно-теоретические ценностные ориентации; почти сформировано итоговое отношение к жизни, позволяющее концептуально определить для себя смысл человеческой жизни.

Выявлению ценностных ориентиров будущих журналистов способствует изучение особенностей их медиапотребления. Вопреки распространенному мнению студенты читают достаточно много художественных текстов, в основном современных и переводных, хотя, безусловно, печатному изданию предпочтут электронное. Наблюдения показывают, что будущие журналисты хорошо ориентируются в современной музыке, отдавая предпочтение вокальной, причем тексты воспринимаются ими как художественные стихотворные произведения. Например, на дисциплине «Современный литературный процесс и журналистика» до 80% текстов, анализируемых студентами, созданы поэтами, являющимися певцами-исполнителями своих произведений.

Аксиосфера обнаруживается и в event-предпочтениях: просмотре кинофильмов, посещении спектаклей, экскурсий, выставок. В ее выявлении очевидна роль кураторов академических групп, которые в воспитательной деятельности должны руководствоваться не только своим видением этого процесса, хотя бы потому что исключительно глубокое знание студенческих идеалов (возможно, ложных) способно стать началом работы по их трансформации.

Значительную роль в ценностной системе студентов-журналистов играет производственная практика, во-первых, потому, что в ее рамках формируются определенные профессиональные компетенции, во-вторых, потому, что вхождение в профессиональную сферу знакомит студентов с надличностной формой профессионального журналистского

сознания, носителем которого они должны стать. Поэтому ценностные коллизии и конфликты, с которыми приходится сталкиваться в рамках учебно-производственных практик, подлежат скрупулезному анализу.

Индикатором компонентов аксиосферы становится и предметно-тематический аспект эссе, очерков, рецензий, а также научных материалов – статей, докладов, курсовых работ и выпускных квалификационных проектов. Свообразной проверкой студенческих аксиологических ориентиров может стать и работа с ИИ, так как профессиональные навыки работы с современными приложениями не всегда коррелируют с этической компонентой данной деятельности.

Повлиять на формирование системы ценностей могут и различные творческие задания, которые, как показывает практика, с большим интересом выполняются учащимися, например: создание «Декларации ценностей студента отделения журналистики» или имиджевой статьи, видеосюжета, мультимедийного лонгрида на такие темы, как: «Современный университет как носитель ценностей в образовании и науке»; «Политические ценности молодежи», «Значимые ценности современного общества» и т. д.

Как показывают наблюдения, студенты после изучения дисциплин «Основы рекламы и PR в средствах массовой информации», «Организация и работа пресс-службы», «Корпоративная культура журналиста», «Профессиональная этика журналиста (включая аксиологию журналистики)», а также после прохождения учебных и производственных практик способны к целостному компаративному анализу ценностного выбора в поиске, обработке и подаче информации журналиста государственного СМИ, журналиста коммерческого СМИ, рекламиста, пиармена и сотрудника пресс-службы.

Таким образом, процесс выявления и формирования аксиосферы будущих журналистов является значимым не только в рамках воспитательной деятельности. Его аспекты напрямую влияют на оформление ценностной базы журналистской профессии.

### **Библиографические ссылки**

1. Сидоров В. А., Ильченко С. С., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: Опыт становления новой дисциплины / под общ. ред. В. А. Сидорова. СПб., 2009. 174 с.
2. Ангеловский А. А. Профессиональное сознание личности: понятие и структура // Сибирский педагогический журнал. 2010. № 5. С. 116–125.