

воду был проведен отдельный опрос (102 студента-журналиста). Среди прочих, респондентам предлагалось ответить на вопросы: Считаете ли вы, что современное украинское общество переживает духовный кризис? («да» ответили 86,3% опрошенных, «нет» – 13,7%); Превратилось ли современное украинское общество, на ваш взгляд, в общество массового потребления? («да» – 82,4%, «нет» – 17,6%); Какое влияние на течение кризисных процессов в Украине, на ваш взгляд, имеют СМИ? (конструктивное (помогают в решении общественных проблем) – 0%, деструктивное (усиливают кризис, нагнетают панику) – 18,6%, более конструктивное, нежели деструктивное – 18,6%, более деструктивное, нежели конструктивное – 62,8%).

Довольно-таки неожиданным стал блок ответов на вопрос о влиянии СМИ на ценностные приоритеты респондентов. О позитивном влиянии заявили только 11 опрошенных. Например, усилилась критичность восприятия информации, утвердились убеждения о самобытности своего народа, окрепло желание отстаивать собственные гражданские права.

Трое респондентов обозначили несущественность влияния, а 47 – заявили об отсутствии его. То есть выходит: 1) либо СМИ практически не влияют на трансформацию ценностных парадигм социума (что невозможно); 2) либо это влияние неосознанное (что хуже и более вероятно); 3) либо медиа пропагандируют в основном «низкие», «примитивные», «перевернутые» «ценности» (антиценности), что становится причиной отмежевания от информации вообще (12 из 47 человек заявили об усилении семейных ценностей, что можно рассматривать как способ защиты внутреннего мира).

Компактность исследования не претендует на масштабность итогов, хотя своей цели мы достигли. И так,

современная молодежь предпочитает сетевые варианты печатных и эфирных СМИ. Большинство воспитано в традиционных для украинцев ценностях, которые желает сохранить. Кроме того, в молодежной среде утверждаются личностные ценности (саморазвитие, самосовершенствование, нацеленность на успех, критичность восприятия информации), которые, безусловно, станут надежной основой для развития гражданского общества. Этому же способствует и осознание патогенности определенных информационных потоков. И хотя большинство опрошенных считает, что СМИ не влияют на коррекцию их ценностных предпочтений, это далеко не так. Более уместно говорить об интенсивности и характере влияния, нежели о его отсутствии.

#### Литература

1. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы. М., 2003. 448 с.
2. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. Киев, 1993. 129 с.
3. Кузнєцова Т.В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації: Монографія. Суми, 2010. 304 с.
4. Кузнєцова Т.В. Цінності в текстах друкованих ЗМІ // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Т. 21 (60). 2008. № 1.
5. Грабовська І. Україна як метафізична реальність: Монографія. Киев, 2000.
6. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. Львів, 2004. 298 с.
7. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст: Монографія. Львів, 1996. 295 с.
8. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М., 2008.

УДК 37.026

Э.Г. Шестакова

## ФИЛОСОФСКО-СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА ЗНАНИЙ КАК ОСНОВА ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

*В статье поднимается и обосновывается проблема философско-социальной сферы знаний как необходимой и актуальной основы для подготовки преподавателя журналистики и журналиста-практика. Доказывается, что именно активизация этой сферы знаний, которая в силу своей природы и культурного опыта изначально и последовательно противопоставит утилитарно-прагматическому взгляду на журналистику (массмедийность), апеллирует к аналитичности, повышенной рефлексии, ярко выраженному личностному началу, повышенной интеллектуально-моральной ответственности за все*

*сказанное и сделанное, позволит воспитать высокопрофессионального журналиста.*

*Ключевые слова:* журналистика, масс-медиа, философско-социальная сфера знаний, социальная ответственность

**Shestakova Eleonora G.**  
**PHILOSOPHICAL AND SOCIAL SPHERE OF KNOWLEDGE AS A BASIS FOR THE PREPARATION OF TEACHERS OF JOURNALISM**  
*The article raises and settles the problem of philosophical and social knowledge as a necessary and relevant basis for the preparation*

*of teachers of journalism and working journalists. It is proved that it is the activation of the sphere of knowledge, which by its nature and cultural experience initially and consistently opposed to utilitarian and pragmatic view of journalism (massmediynost), appealing to the analytic, increased reflection, clearly expressed personal top, high intellectual and moral responsibility for all said and done, will bring a highly professional journalist.*

*Keywords: journalism, mass media, philosophical and social sphere of knowledge, and social responsibility.*

**К**СОЖАЛЕНИЮ, ТАК СЛОЖИЛОСЬ на протяжении XX ст. и даже в начале второго десятилетия XXI в., что философы больше, целенаправленнее, последовательнее интересуются журналистикой, сферой масс-медиа, нежели профессиональные журналисты – полем деятельности философии.

В качестве эскизно подобранных примеров здесь достаточно вспомнить ряд работ Х. Ортега-и-Гассет. В его ранних эссе, начиная с «Эстетики в трамвае» (1916), «Musicalia» (1921), журналист, репортер, театральный, литературный критик, газетчик играют одну из ведущих ролей, постепенно обнаруживая в себе, с точки зрения испанского философа, свойства неотъемлемых символических персонажей новоевропейской культуры. Наиболее четко это оформилось в одной из последних и программных работ Х. Ортега-и-Гассет «Дегуманизация искусства» (1950). В ней утверждается, что событие (любое событие, от смерти человека до произведения искусства и жизни самой культуры) создают, воспринимают и оценивают отчетливо обоснованные и охарактеризованные самой природой европейской культуры четыре символических персонажа: близкий человек, родственник (жена), врач, художник, газетчик (журналист) [1].

Вторая половина XX ст., фактически, пройдет под знаком активного и сознательного поворота философии в сторону осмысления массмедийности как феномена новейшей культуры. В этом плане хорошо известны работы и идеи У. Эко, Р. Барта, Ж. Бодрийяра, Д. Белла, Ф. Лаку-Лабарта, Ж.-Л. Нанси, П. Вирилио, П. Бурдьё, С. Жижека, Г. Маркузе, которые определили основополагающие принципы, методы, научный язык, понятийно-категориальный аппарат философско-социального подхода и понимания массмедийности, а также очертили проблемное поле взаимосвязи философии и массмедийности. По мнению М. Рыклина, одного из признанных специалистов в вопросах современной философии, в позициях почти всех ведущих философов рубежа XX–XXI столетия неизбежно возрастает «коэффициент массмедийности» [2. С. 11], обусловленный, прежде всего, кардинальным изменением роли, статуса, функций, механизмов и качественного наполнения, в целом сути массмедийности в новейшей культуре.

Уже в самом начале XXI ст. Ю. Хабермас в ряде социально-философских интервью обосновал этот процесс качественного изменения массмедийности так: «...терроризм после событий 11 сентября приобрел новое качество... <...> Новацией стала символическая мощь целей,

которые подверглись атаке. <...> Новым было, конечно, присутствие телекамер и СМИ, тотчас превративших локальное событие в глобальное и сделавших население всего мира оцепенелыми свидетелями. Наверное, можно говорить об 11 сентября как о первом всемирно-историческом событии в строгом смысле этого слова: столкновение, взрыв, медленное обрушение – все, что произошло, уже не было продукцией Голливуда, но ужасной реальностью; и действие разворачивалось буквально на глазах у мировой общественности. Один из моих коллег, который наблюдал с террасы на крыше своего дома на Duanestreet, совсем близко от *World Trade Center*, взрыв второго самолета, врезавшегося в верхние этажи здания, видит Бог, пережил что-то совершенно другое, чем я перед телевизором в Германии. Но *увидел* он все то же, что и я» (курсив автора. – Э.Ш.) [3. С. 12–13].

В докладах 2004–2006 гг., посвященных проблеме голоса Европы в многоголосье ее наций, Ю. Хабермас еще жестче сформулировал свое видение сути, функций и механизмов массмедийности в новоевропейской культуре: «Национальное сознание в форме искусственно созданной самобытности – это целиком и полностью современное образование. Образ национальной истории создается благодаря ученым-историкам и фольклористам, юристам, языковедам и литературоведам; через школу и семью он проникает в воспитательный процесс, транслируется средствами массовой коммуникации и посредством мобилизации военнообязанных укореняется в образе мыслей поколений, воодушевляемых войной. В общем этот процесс продолжался почти столетие, пока не захватил все население. Очевидно, только в практике партикуляризма, дополненного этноцентризмом, и возникла эгалитарная привязанность к универсалистским принципам демократического, конституционного государства» [3. С. 71]. Таким образом, Ю. Хабермас, как и Х. Ортега-и-Гассет, вводит массмедийность в круг тех явлений, механизм действия которых кардинальным образом меняет облик европейской цивилизации. Вписывая массмедийность в ряд основополагающих явлений, ценностей и принципов культуры (реальность, история, нация, народ, государство и их традиционные репрезентанты), немецкий философ обосновывает суть ее коммуникации и механизмов реализации. И один из принципиальных для Ю. Хабермаса выводов из такого состояния современной культуры, ориентированной на повышенную роль массмедийности и коммуникации, следующий: «Спираль насилия начинается со спирали нарушенной коммуникации, что – через спираль взаимного неконтролируемого недоверия – и ведет к краху коммуникации. Но если насилие начинается с нарушения коммуникации, то после того, как оно произошло, можно выяснить, что пошло вкривь и вкось, а что должно быть исправлено» [3. С. 21].

Если сейчас не акцентировать внимание на спорности и провокационности некоторых тезисов Ю. Хабермаса, равно как и других философов, осмысливающих культурный феномен массмедийности, а сконцентрироваться на том, что этот феномен связывается с констан-

ными смыслопорождающими и смыслоопределяющими культурными явлениями, по крайней мере, модерной культуры, осмысливается не только в контексте, но и во внутренней спайке с ведущими философско-социальными и философско-политическими явлениями, то станет понятно следующее. Массмедийность уже прочно вошла и укрепилась не только в самой культуре, но, что важнее, в философско-социальной сфере знаний, стала серьезным, последовательным, естественным и неотъемлемым предметом *думанья* (М. Мамардашвили) философов. Массмедийность оказалась, довольно-таки быстро, предметом пристальной и основательной философской рефлексии, которая реализуется в двух основных направлениях.

Во-первых, это направление, «обнаруженное» и наиболее четко, последовательно разработанное Х. Ортега-и-Гассет в связи с его размышлениями о сути современной ему культуры, повседневности, эстетики, социологии искусства. Это направление представляет по своей сути непосредственное обращение к журналистике, ее репрезентантам (репортер, критик, газетчик, журналист, массмедийный аналитик, журналистские жанры и т.п.), ценностным способам именно журналистского (шире, массмедийного) осмысления и артикуляции действительности. Но оно оказалось во второй половине XX – начале XXI ст. наименее «услышанным» и, следовательно, разработанным, хотя и перспективным, потенциально сильным в связи с тем, что журналистика (массмедийность) и ее репрезентанты не только воспринимаются как логически обоснованные и неотъемлемые символические ипостаси культуры, равноценные художнику, врачу, юристу, близкому человеку, священнику, чиновнику, правителю. Но в большей степени и потому, что они уже настоятельно нуждаются в осознании и обосновании их генезиса, наподобие того, который был предпринят М. Фуко в отношении врача, клиники.

Во-вторых, направление, активно, в силу объективных социокультурных причин, развиваемое еще с рубежа XIX – начала XX ст. (исследования Г. Лебона, З. Фрейда, Ф. Ницше, Х. Ортега-и-Гассет, Э. Канетти, С. Московичи, Г. Блуммера) и посвященное скрупулезному и последовательному осознанию проблемного семантического поля и базисных внутренних основ журналистики. Его суть заключается в опосредованном обращении к журналистике, точнее к массмедийности, через осмысление и разработку таких ценностно и конститутивно значимых для них понятий, как масса, толпа, социальный эффект, психология масс, коллективное поведение, средний человек, банальные желания и эмоции, повседневность, современность, социальные мифы, пропаганда, масса в мировых религиях, общественность, общественное мнение, социальные движения, национальное самосознание, вожди масс, субъекты и объекты масс, факторы мнений и верований массы, личность и масса, публичная сфера, визуальность, реальность, реальное и т.п.

Но при этом и личностно ответственные и экзистенциально напряженные ситуации *думанья* и даже резуль-

таты этих философско-социальных раздумий, ставшие основой знаний о мире и культуре, принципами интеллектуально-морального ответственного, антропологического по своей сущности осмысления действительности, крайне редко оказываются предметом собственно журналистики, шире – массмедийности как теоретической, так и сугубо практической. Исключение, пожалуй, составляет небольшая группа интервью, которые западноевропейские журналисты берут у интеллектуалов, по-прежнему играющих одну из ведущих социальных и идеологических ролей в европейском мире, и теле-, радиопередачи, которые порой ведут современные философы. Однако это оказывается скорее фактом высокоинтеллектуальной журналистики, особенно на постсоветском культурном пространстве, граничащей с жанрами бесед-лекций для избранной и малочисленной аудитории интеллектуалов, нежели явлением качественного массмедийного пространства, прочно и естественно связанного с реальными процессами социальной коммуникации.

С одной стороны, это выглядит вполне логично и закономерно, учитывая специфику профессиональной деятельности журналистов, ориентированной на актуальность текущей современности, фактологичность, объективность и повышенную значимость собственно общественных, социально-политических, экономических тем, которые необходимо адаптировать и представить для различных социоментальных групп. При этом, как показывает большинство исследований журналистской аудитории, качественно меняется (точнее, регрессирует) ее состав, потребности, ориентации и интеллектуально-моральные интересы и характерные черты, предопределяющие запросы, семантическое, психоэмоциональное, композиционно-смысловое наполнение журналистских материалов, а также трансформацию жанровой системы в сторону доминирования низших, «крайних форм механического воздействия» к которым, например, относятся «мелодрама, фельетон, порнографический роман» [4. С. 175]. Современный реципиент, в лучшем случае, – это средний человек, которому присущ особый «духовный склад», описанный Х. Ортега-и-Гассет в эссе «Musicalia» как «вульгарные, пошлые, филистерские переживания доброго буржуа» [4. С. 167]. Но если в 20-х гг. XX ст. круг этого любого среднего человека, по мнению испанского философа, составляли «...и мирный коммерсант, и добродетельный профессор, и простодушный чиновник, и барышня de comptoir, которые узнают себя, свои привязанности и почувствуют трогательную благодарность» [4. С. 167], слушая Баха и Дебюсси, то сейчас все качественно изменилось.

Вряд ли возможно оспаривать тезис о том, что современное нам наполнение понятия «среднестатистический потребитель», которое предполагает и определенное качество механизмов и средств воздействия на него, отвечает уровню «духовного склада» и представлению о любом среднем человеке почти столетней давности. Естественно, что обращение современных журналистов к сфере «высокого», элитарного по своей приро-

де, функциональной направленности философско-социального знания, его целенаправленное, активное и естественное привлечение в свою профессиональную деятельность представляется несколько условно-искусственным, идущим скорее от чистой теории, идеальных перспектив и горизонтов, нежели от реальных потребностей и ориентаций современного общества и его ведущих культурных героев. Журналистика сегодняшнего дня – это, преимущественно, журналистика факта и развлечения, досуга (в их широком культурном толковании). Более того, это журналистика, требующая больше навыков ремесленника, нежели аналитика, идеолога, способного увидеть и вскрыть основы и механизмы жизнедеятельности социума, обосновать скрытые, во многом обусловленные мощью культурной памяти, процессы и отношения современности. Проблемам философско-социальной сферы знаний, во многом сознательно и последовательно противостоящей утилитарно-прагматическому взгляду на журналистику (массмедийность), при этом не остается места, т.к. они апеллируют к аналитичности, повышенной рефлексии, ярко выраженному личностному началу, повышенной интеллектуально-моральной ответственности за все сказанное и сделанное.

Однако, с другой стороны, тоже обусловленной особенностями профессиональной деятельности журналистов, их роли и функций в новейшей культуре, специфическим статусом и целью продуктов, результатов их деятельности, все это обозначает знаковую и трагическую в своей реализации для нашего времени проблему. Профессиональная деятельность журналистов предполагает их особую ответственность перед обществом, современностью, повседневностью и формируемым ими ближайшим будущим за господствующие культурно-социальные умонастроения, общий мировоззренческий ландшафт эпохи. И если на первый взгляд это может показаться вполне тривиальным утверждением, то кардинальные трансформации таких фундаментальных и, казалось бы, незыблемых основ культуры, как реальность, время, пространство и активная роль в этом массмедийности, обнаруживает процесс преодоления стереотипности этих идей. В связи с этим необходимо вспомнить ставшее почти хрестоматийным утверждение П. Бурдьё о том эффекте реальности, который могут создать и задать журналисты: например это касается и «...забастовок в лицах в 1986 году. На этом примере мы видим, каким образом журналисты, совершенно искренне и наивно, в поисках интересующего их материала, движимые своими предрассудками, категориями восприятия, оценки и подсознательными ожиданиями могут вызвать эффект реальности и изменить эту реальность, эффект, которого никто не старается достичь, но чьи последствия могут быть катастрофическими. У журналистов в голове было живо воспоминание о событиях мая 1968 года и страх упустить «новый 68-й год». А в реальности им пришлось иметь дело с достаточно далекими от политической жизни подростками, которым особенно нечего было сказать. Тогда они начинают

искать лидеров (без сомнения, среди самых политизированных из них), воспринимают их всерьез, вследствие чего последние тоже начинают воспринимать свои слова всерьез. И мало-помалу телевидение, которое по идее является инструментом отображения реальности, превращается в инструмент создания реальности. Мы все больше и больше приближаемся к пространству, в котором социальный мир описывается и предписывается телевидением» [5. С. 35].

В начале XXI в. власть журналистского поля, о которой писал П. Бурдьё в конце только что ушедшего столетия, усилилась и все больше проявляет последствия своего эффекта вмешательства, затрагивая и меняя уже не только социальный, но и природно-культурный мир. Следовательно, журналист не имеет права не знать и не понимать, профессионально не осмысливать онтологические по своей сути трансформации мира культуры, в которых он, в силу своего статуса и функций, принимает активное и непосредственное участие. Категории восприятия мира, которыми руководствуется журналистика и которые столь важны, по мнению того же П. Бурдьё для профессиональной действительности журналиста, должны быть воспитаны и развиты непосредственно в процессе его университетского образования. За них, эти категории восприятия, и предрассудки, и мнения, которыми руководствуется журналист, естественно, во многом отвечает тот, кто его готовит – преподаватель вуза.

В этом смысле именно философско-социальная сфера знаний оказывается той преобладающей и устойчивой основой, которая одновременно и способна, и призвана дать журналисту и журналистике в целом идеологические (понимаемые и принимаемые именно в первичном толковании) направления и ценностные ориентации, сформировать категории их восприятия действительности, а также способ, масштаб, контекст и диапазон видения мира, происходящих в нем событий. Это во-первых. А во-вторых, обогатить, расширить и даже в определенной мере качественно трансформировать теоретическую и методологическую базы журналистики, шире – масс-медиа. Г.Э. Кучерова это сформулировала следующим образом: «Говорить сегодня о необходимости рассмотрения журналистских проблем с точки зрения философского анализа – значит повторять то, что было уже сказано двадцатью годами раньше П.С. Гуревичем, хотя, очевидно, в связи с достаточно редкими в отечественной научной литературе исследованиями такого рода, есть необходимость обратить внимание на некоторые его положения. <...> Речь идет о необходимости изучения мировоззренческих основ пропаганды (философские трактовки личности, сознания, общения – прямая связь между философской рефлексией и приемами пропаганды), массовых идеологических процессов, раскрывающих содержательные аспекты коллективных представлений, ожиданий, настроений, влечений» [6. С. 4].

Но для того, чтобы полнота философско-социальной сферы знаний стала естественной, так сказать

повседневной, основой действительности и деятельности журналиста-практика, его должны изначально научить понимать ее язык, способ видения и артикуляции мира, философско-социальный текст, уметь его читать, адаптировать для сферы масс-медиа. При этом философско-социальная сфера знаний для журналистов должна быть представлена с учетом их профессиональной специфики и уникальности, несводимой к собственно философии, социологии, филологии, культурологии. Такая постановка вопроса, естественно, предполагает актуализацию проблемы подготовки преподавателя собственно журналистики, способного во всех без исключения курсах по истории, по теории предмета и особенно на практике проявить и собственные знания в философско-социальной сфере, и научить будущего журналиста применять эти знания для общественно созидательной цели. Конечно же, в данном случае речь не идет о специально разработанном для журналистов курсе философии, что является само собой разумеющимся. Как не идет речь и том, чтобы просто, в виде обзора, иллюстративного материала, идей и знаний смежных наук, включать философско-социальные тексты, идеи в те или иные журналистские курсы. (Хотя необходимо отдать должное учебному пособию Л. Кохановой и А. Колмыкова «Основы теории журналистики» (2009) [7], в котором органично представлены многие журналистские проблемы именно с позиции философско-социального знания.) Проблема заключается в принципиальной качественной модификации, во-первых, всей системы подготовки журналистов, которая от господствующего информационно-новостного и развлекательного форматов с доминированием функционально-прагматического подхода, должна переориентироваться в плоскость интеллектуальной журналистики. При этом философско-социальные знания и способ артикуляции мира должны восприниматься не как нечто постороннее, привнесенное извне, важное, но дополнительное, а как субстанциальная составляющая самой журналистики. Иными словами, студента-журналиста надо готовить так, чтобы он умел, например, взять интервью у Ю. Хабермаса. Чтобы журналист мог написать аналитический обзор политических, национальных проблем своего государства, отображая не только фактологическую сторону событий, и не столько бесстрастно сталкивая мнения, комментарии модных политологов, культурологов, историков, но умея самостоятельно видеть и объяснять, скажем, что «Октябрьская революция была крупнейшим событием в интеллектуальной истории XX века; долгое время она определяла горизонт современного мышления, обеспечивая, к стати говоря, саму возможность перекодирования политического в интеллектуальное» [2. С. 9]. Во-вторых, вопрос и в том, чтобы тщательнее отбирать и формулировать темы диссертационных исследований по специальности, актуализируя в них прежде всего значимость философско-социальной сферы знаний. И одним из примеров такого рода изысканий могут служить работы Г.Э. Кучеровой, в которых естественно, обнаруживая моменты внутрен-

него единства и различия, переплелись философско-социальное и собственно журналистское, массмедийное знания о мире, их ценностные способы его, мира, видения, понимания и артикуляции.

Однако для того, чтобы подготовить соответствующего преподавателя журналистских дисциплин, необходимо, во-первых, начиная с первого курса не только нацеливать студентов на приоритет сугубо практических навыков и умений, но показывать ценность и значимость философско-социальной сферы знаний в их практической деятельности.

Во-вторых, демонстрировать, что истоки, глубину, масштаб, контексты и последствия любого социокультурного явления и факта возможно увидеть и описать лишь при условии прочной, качественной, интеллектуально и морально развитой основы мировидения и мироощущения самого журналиста.

В-третьих, начиная с магистерских программ обучения, вводить систему курсов и спецкурсов по интеллектуальной журналистике и методике ее преподавания. Например, это может быть курс «Специфика чтения философско-социального текста» (название в несколько измененном виде позаимствовано у спецкурса В.В. Бибикина, прочитанного им на философском факультете МГУ им. Ломоносова в 1991 г.), «Философско-социальное интервью как ценностная составляющая современной публицистики», «Проблематика и тематика интервью Ю. Хабермаса», «Жанрово-стилистическое и тематическое своеобразие телепрограммы „Лекции о культуре“ Ю. Лотмана», «Методология „Школы „Анналов“ и ее роль для современной теории и практики массмедиа», «Политическое и национальное как предмет современной философско-социальной сферы знаний», «Жанровые коллизии текста массовой коммуникации», «Французская современная философия о массовой коммуникации», «Повседневность как предмет дисциплин социально-коммуникативного цикла», «Философско-социальное представление о понятии „современность“», «Ведущие социальные мифы и стереотипы», «Образ журналиста и журналистики в философской эссеистике: к проблеме формирования журналистского самосознания у студентов», «Реалити-шоу как репрезентант неклассического типа культуры», «Культурные коды телесности в тексте массовой коммуникации».

В-четвертых, активно и целенаправленно развивать идеи и методы, предложенные Г. Кучеровой. Каждая глава ее монографии вполне может стать основой отдельного спецкурса, не говоря уже о том, что подход к философской сфере знаний, разработанный ею, продуктивен и перспективен до сих пор.

В-пятых, организовать междисциплинарный спецкурс совместно с философским, социологическим факультетами (кафедрами) для магистрантов по журналистике, которых готовят к преподавательской деятельности. В-шестых, поддерживать постоянно действующие кафедральные научные семинары, тематика и проблематика которых связана с философско-социальной сферой знаний.

Таким образом, подготовка преподавателя цикла журналистских, в целом массмедийных дисциплин и курсов для современного высшего учебного заведения, – это формирование специалиста с высокой и сознательно принятой культурой философско-социального знания как фундаментальной мировоззренческой и мироповеденческой основы. Прежде всего, такой основы, которая дает прочные и стабильные представления о безотносительных ценностях и смыслах, ориентациях социальной коммуникации, методах, механизмах и способах ее существования, тенденциях развития. Более того, философско-социальная сфера знаний – это основа для воспитания у студентов ответственного журналистского самосознания, целенаправленной, системной подготовки журналиста-интеллектуала, способного и призванного отвечать за ту картину мира, которую он формирует.

#### Литература

1. Шестакова Е.Г. Образ журналиста у философской есеистици: до проблемы формирования журналистской самосвідомості у студентів // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. № 766. Серія Філологія. 2007. Вип. 51. С.33–37.
2. Рыклин М. Деконструкция и деструкция. Беседы с философами. М., 202.
3. Хатбермас Ю. Расколотый Запад. М., 2008.
4. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М., 1991.
5. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
6. Кучерова Г.Э. Очерки теории зарубежной журналистики (XIX – первая половина XX вв.). Ростов-на-Дону, 2000.
7. Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики. М., 2009.

УДК 37.026; 81'255

**Г.И. Шостак**

Томский государственный университет

## ГАЗЕТНЫЙ ТЕКСТ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ УМЕНИЙ ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ ГАЗЕТ)

В статье рассматриваются проблемы формирования навыков перевода на основе авторского курса «Английский профессиональной направленности для журналистов». Анализируются трудности перевода и способы их преодоления на материале примеров из текстов британских газет. А также возможности применения полученных знаний в профессиональной творческой деятельности.

**Ключевые слова:** тексты британских газет, формирование навыков перевода, специальные цели, структура, язык.

**Shostak Galina I.**

### NEWSPAPER TEXT AS THE SOURCE OF TRANSLATION SKILLS FORMATION (on the material of the British Newspapers)

The article is aimed at highlighting some problems of shaping translating skills on the basis of the course English for special and specific purposes of journalists developed by the author. Some difficulties and advantages of forming translating skills are identified and analyzed. The article represents some practical examples how to deal with difficulties while translating texts from British newspapers and how to use the obtained knowledge and skills in the professional creative activity.

**Keywords:** British newspaper texts, shaping translating skills, special purposes, structure, language.

**З**А ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТИЛЕТИЯ во всем мире произошли большие изменения в области информационных и коммуникационных технологий: «Технологические реальности создали опции для дальней-

ших открытий в области СМИ, в то время как политика, экономика, культура, общественные и коммуникационные запросы диктовали повестку контента в области журналистики: новости, комментарии, реклама, спорт» [1. Р. 21]. Сегодня через интернет, мобильные телефоны и другие медийные системы можно быстро получить контент на родном и на любом иностранном языке.

Методика обучения иностранным языкам также меняется. В частности, сегодня актуально рассматривать обучение языку как средству общения между специалистами. Конечной целью в этом случае становится формирование и развитие коммуникационных способностей учащихся, навыков общения на иностранном языке в профессиональной сфере.

В качестве основного содержания обучения английскому языку на факультете журналистики Томского государственного университета мы выбираем деятельность, характерную для профессиональной журналистской среды, а в качестве конечного результата – формирование языковой профессионально значимой компетенции.

Разработанный и реализуемый курс «Английский профессиональной направленности» опирается на базовые знания общего английского языка, однако ориентирован на профессиональные интересы и запросы студентов. Наиболее перспективным является междисциплинарное построение курса по англий-