

УДК 070

ПРЕДМЕТНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ – НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧЕРТА ЖУРНАЛИСТСКОГО ПРОФЕССИОНАЛИЗМА

© 2012 Ж.А. Смаль

Академия медиаиндустрии

Поступила в редакцию 30 августа 2012 года

Аннотация: *Статья акцентирует внимание на том, что сегодня, в общем случае, нужны не просто универсальные журналисты, а профессионалы, обладающие предметной компетенцией. Данное положение особенно актуально для правовой сферы СМИ.*

Ключевые слова: *универсальный журналист, профессионал, правовая сфера СМИ.*

Annotation: *This article pays attention to the fact that not general journalists but the professionals with a specialization are actually needed today – especially for area of legal affairs media.*

Key words: *a general journalist, a professional, the area of legal affairs media.*

Претерпев различные изменения за годы советской власти, перестроечный период, журнализм снова становится разнообразным, разножанровым, разностильным, разноменталитетным. Основным «признаком, позволяющим отличить журналистику от других профессий, является ее универсальность, широта, многофункциональность, всеядность, способность выполнять любые функции, диктуемые моментом, и обязательная ситуативная информационность, образ движущийся, динамичный, сиюминутной, не ускользающей, не остановленной реальности» [6, 37].

Различные функциональные основания журналистской деятельности предполагают наличие разнообразных журналистских специализаций, которые сегодня имеют тенденцию к усложнению.

Тем не менее журналистика изначально предполагает универсализм [3, 244]. Связано это с тем, что в повседневной практике журналистам приходится отображать жизнь во всей ее многогранности и многообразии, используя все находящиеся в их распоряжении средства и формы. При этом мера универсальности, по мнению отдельных ученых, зависит, прежде всего, от уровня периодического издания, в котором журналист работает, от величины редакционного коллектива и от широты интересов самого человека [4, 38]. Не отрицая данной точки зрения, добавим, что универсальность всегда связана со специализацией, выступающей ее оборотной стороной.

Это положение наглядно иллюстрируется процессами конвергенции в различных видах

профессиональной журналистской деятельности. Так, например, рассматривая слой конвергенции профессионализма, где происходит взаимопроникновение компетенций («пишущие» журналисты приобретают компетенции «снимающих» и так далее по всему профессиональному полю) профессор А. Калмыков пишет: «Для работы с современными гаджетами уже не требуется специальная подготовка. Следовательно, предпосылки для универсализации действительно складываются... Рутинные технические навыки отходят на второй план, освобождая место творчеству. Вот почему об универсальном журналисте можно говорить только с определенными ограничениями. Далеко не все обладают равными способностями к видению, писанию, интервьюированию и т.п. Универсализация как тенденция будет парадоксальным образом стимулировать специализацию» [1, 35]. Тем не менее каждое из новых технических средств имеет свои особенности, задающие требуемые форматы транслируемого контента. «Таким образом, – добавляет А. Калмыков, – и в этом случае универсализация порождает необходимость специализации» [1, 36].

Нужно сказать, что специализация журналиста не обладает той жесткой предметной технической замкнутостью, которая присуща, скажем, инженерной, агрономической или врачебной деятельности. Специализация журналиста своеобразна: глубокое освоение предмета сочетается с интересом к социальным, нравственным, психологическим проблемам, в которые этот предмет так или иначе включен. Журналистская специализация позволяет свободно ориентироваться в определенном круге явлений и одновременно

© Ж.А. Смаль, 2012

преодолевать «флюсоподобную» ограниченность профессионального знания или профессионального умения. «Универсализм и специализация органически сливаются в журналистике. Это позволяет не только оперативно откликаться на злобу дня, воздействовать на массовую аудиторию, но и преодолевать «стертость» мыслей, возникающую от частого решения однотипных задач, избегать «амортизации» чувств добиваться свежести и остроты взгляда на мир» [2, 16]. Отсюда следующий вывод: предметная и познавательная компетентность журналиста – неотъемлемая черта его профессионального облика.

В условиях все усложняющихся задач, стоящих перед журналистами, совместить универсальность со специализацией становится все труднее. Сегодня, в общем случае, судя по результатам социологических опросов, нужны не просто пишущие журналисты, а профессионалы, хорошо разбирающиеся в определенной теме или проблеме. Данное положение касается не только специализированных изданий, которые остро нуждаются в журналистах, хорошо разбирающихся в экономических, правовых, психологических и других проблемах, но и массовых как традиционных, так и новых медиа.

Не лишним будет отметить, что большинство журналистов, освещающих правовые вопросы, часто оказываются «не в теме» – слишком быстро меняется жизнь, реалии нередко воспринимаются ими в соответствии с традицией, с некими устаревшими шаблонами. Отсюда в прессе и неполнота анализа, упрощения и искажения.

Значит, проблема предметной компетенции, постоянное обновление и коррекция как базового, так и оперативного знания о действительности была и остается актуальной для журналистики в целом.

Позволим в этой связи осветить несколько базовых теоретических положений конкретной сферы журналистской деятельности, а именно правовой.

Используемые в нормативно-правовых актах, затрагивающих права и свободы человека и гражданина, понятия должны иметь четкое юридическое содержание. Поэтому важным для понимания правовой сферы журналистской деятельности становится понятие «информация» с юридической точки зрения.

В главном, по крайней мере, с юридической точки зрения документе для журналистов Федеральном законе РФ «О средствах массовой информации» невероятно скудно и схематично сказано о том, что есть информация. В ст. 1 закона это понятие упоминается как массовая информация, ст. 2 дает определение того, что есть массовая информация, а также средства массовой

информации: «массовая информация понимается как предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы, а к средствам массовой информации Закон относит периодические печатные издания, радио-, теле-, видеопрограммы, кинохроникальные программы, иные формы периодического распространения массовой информации».

Ст. 4 вновь употребляет понятие информация именно в сочетании «массовая информация». Лишь в статьях 39 и 40 речь идет о собственно информации: ст. 39 – «Запрос информации». Ст. 40 – «Отказ и отсрочка в предоставлении информации». Статья 41 дает еще одну категорию – «конфиденциальность информации».

Принцип любой отрасли права разграничить понятия и определить, в чем различия и специфика каждой из упомянутых категорий. Важно это еще и потому, что право СМИ не является само по себе отраслью. Отрасль появляется и формируется, когда появляется новый предмет регулирования. В данном случае этот предмет – информация и все, что с ней связано – получение, использование, обмен и т.п.

Понятие «информация» изначально было связано с социальной сферой, с коммуникативной деятельностью людей. В русском языке, по мнению отечественного исследователя А.Д. Урсула, это понятие появляется в петровскую эпоху и употребляется в значении «идея, наука».

В современном обыденном понимании «информация» – это сведения, которые:

а) одним субъектом (субъектом информации) передаются другому субъекту (объекту информации);

б) точно, правильно, истинно отражают тот или иной фрагмент действительности;

в) значимы, то есть важны, актуальны, представляют интерес для объекта информации с точки зрения принятия им того или иного решения.

Именно значимость сведений отличает информацию от просто знания. Важен и второй из названных здесь признаков, поэтому бесосновательно к слову «информация» добавлять прилагательные «истинная» или «достоверная»: ложной информации просто не бывает. Если сведения ложные, то это уже не информация. Но не всякие сведения, не содержащие истины, можно назвать дезинформацией. Дезинформация – это ложные сведения, специально созданные, «сфабрикованные» и сообщенные объекту дезинформации с тем, чтобы он принял решение, соответствующее интересам дезинформатора.

С точки зрения права, информация является объектом использования, но не может считаться вещью, то есть не может регулироваться нормами

вещного права. В этом специфичность «информации» как правовой категории.

Медиаиндустрия, тем не менее, имея в основе своей деятельности экономическую составляющую, обращает внимание именно на то, что «информация» — это объект купли-продажи. В процессе же гражданско-правовых отношений с объектом использования — «информацией», так или иначе, возникает собственник информации. Формируются общественные отношения, возникающие при взаимодействии с информацией, — сложнейшем и уникальнейшем с точки зрения права объекте, породившие новую, только лишь формирующуюся отрасль права — «информационное право». Анализ показывает, что существующие дефиниции «информационного права» можно условно разделить на две группы. Первая группа формируется, скорее всего, исходя из объектов, в связи с которыми возникают общественные отношения, подлежащие правовому регулированию в информационной сфере. Это программы для ЭВМ; компьютеры; информатика — наука, изучающая информацию; одновременно «информация» и «компьютеры» как причинно связанные понятия; телекоммуникация как средство передачи, получения информации и удаленной связи. Отсюда, например, в основе программного права лежат отношения, возникающие при создании, производстве, распространении и употреблении программных продуктов для компьютеров.

Вторая группа включает понятия, обозначающие информационные права и свободы, которые должны гарантироваться информационным правом — «право знать», «право на доступ к информации» и др.

Практика журналистской профессии большей своей частью связана со сбором и получением информации. Здесь важен профессионализм журналиста, но важны и юридические гарантии, которые бы обеспечили право журналистов на доступ к информации именно на том этапе, пока она не стала массовой. Общие нормы, гарантии в обобщенных формулировках даны в Конституции РФ «право на доступ к информации». Ключевой момент в этих гражданско-правовых отношениях — кто решает значимость той или иной информации, или иначе, определяет общественную значимость информации, после чего она и переходит в категорию «массовой информации».

Как мы уже отмечали, юридическая наука больше склоняется к трактовке информации

как объекте права, по аналогии с авторским правом — «произведение» — объект права. В этом нет никакой новизны с точки зрения логики права, так как над объектом совершаются действия, а именно: информация обрабатывается, вводится в гражданский оборот, может являться предметом купли-продажи, например, в виде печатных и теле— СМИ и т.п. Ряд же исследователей [5] полагают, что информация не может рассматриваться как объект права собственности.

Юридическая щепетильность привела исследователей к выводу о том, что можно рассматривать право собственности не на информацию, но на информационный продукт. Тогда далее по логике, субъектами права признаются граждане, органы государственной власти, органы местного самоуправления, организации, общественные объединения и т.п. Они становятся субъектами, но в отношении информационных ресурсов, но опять не «информации» как таковой. То есть с точки зрения права не возникает новой правовой дефиниции в отношении категории «информация», она не рассматривается юристами в отрыве от возможных гражданско-правовых отношений, социальных коммуникаций.

В зависимости же от природы этих отношений информация становится или ресурсом, или массовой, или конфиденциальной и т.п. информацией.

Журналистам, которые специализируются на освещении проблематики правовой сферы, важно конкретизировать именно юридическое значение терминов, дабы избежать различий в понятийности толкования, и, как следствие, в решении споров о праве на информацию, доступ к ней и т.д.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Вестник электронных и печатных СМИ. — № 16. — М.: ИПК РТнР, 2011. — С. 29-43.
2. Горохов В.М. Основы журналистского мастерства / В.М. Горохов. — М., 1989.
3. Гуревич С.М. Основы научной организации журналистского труда / С.М. Гуревич. — М., 1987.
4. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. — СПб.: Изд-во Михайлов В.А., 2001.
5. Мозолин В.П. Информация и право / В.П. Мозолин. — М., 2004.
6. Свитич Л.Г. Профессия: журналист: учеб. пособие / Л.Г. Свитич. — М.: Аспект пресс, 2003.

Смаль Ж.А.
Аспирант академии медиаиндустрии
e-mail: zhannasmal@mail.ru

Smal Zh.A.
Academy of the Mediaindustry, aspirant,
e-mail: zhannasmal@mail.ru