Екатерина Анатольевна Зверева
Светлана Александровна Серова
Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина
zvereva@tsutmb.ru
sserova@tsutmb.ru

Общественный долг как идеология журналистского образования

Изучается значение общественного долга как ценностного ядра профессионального этоса журналистики и его формирование образовательными программами. На поисково-диагностическом этапе исследования выявляется уровень сформированности профессиональных ценностей у студентов направления подготовки «Журналистика», дифференцированных по уровню обучения.

Ключевые слова: общественный долг, журналист, образование, профессия, ценности.

Авторами данной работы являются преподаватели вуза, что определяет ее двойную адресацию: с одной стороны, это наш вклад в дискуссию о природе общественного долга журналиста, с другой – рефлексия о том, как эта проблематика должна отражаться в подготовке будущих журналистов. Думается, что такой ракурс соответствует логике преемственности конференций, организатором которых выступает кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ: от «социального заказа» (2024) через «повестки дня» (2025) к «общественному долгу» (2026) – то есть движение от внешней детерминации к внутренней саморегуляции, от описания функций к обоснованию миссии. Трехлетняя траектория конференций как индикатор научного поиска закономерно подводит к размышлению об общественном долге как сочетании нормативного (что должно быть) и проблемно-полемического (что возможно и что мешает).

Основа нормативного понимания долга журналиста заложена в Международных принципах профессиональной этики в журналистике (ЮНЕСКО), в которых одним из первых называется долг журналиста – принцип объективного освещения событий. Данная формулировка погружает в контекст многогранного понимания объективности как эталона профессиональности. Профессор С. Г. Корконосенко отмечает важность для журналистов не столько объективной включенности в потоки социальной жизни, сколько сознательного отнесения себя к разряду «идеальных граждан» [1: 33–34] как ответственных приверженцев истины. Инстанциями ответственного выполнения журналистами своего долга выступают и общество, и профессиональное сообщество, и, что особенно важно, сам человек.

Указанный ракурс рассуждения о проблемно-полемическом понимании долга выводит нас на эмпирическое измерение, так как общественный долг не может быть изучен только нормативно: важно понять, как он воплощен в сознании будущих профессионалов журналистики, есть ли разрыв между «идеальным» и «реальным» пониманием долга. Исследование ценностного поля студенческой молодежи является приоритетным направлением научной деятельности кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина, что определяет задачи и проблематику настоящего исследования.

Главной парадигмой российского журналистского образования является задача формирования у студентов глубокой внутренней убежденности (императива) о журналистике как общественном служении. С точки зрения педагогики высшей школы это подразумевает интериоризацию студентом профессионального императива, согласно которому сущностное содержание журналистской деятельности – служение обществу. В рамках нашего исследования проверяется гипотеза о том, что действующие образовательные программы обеспечивают формирование у студентов-журналистов чувства

общественного долга как ценностного ядра профессионального этоса журналистики.

В качестве инструментария используется анкета, включающая блоки закрытых вопросов, и метод проблемных эссе. Респондентами выступают 80 студентов направления подготовки «Журналистика» ТГУ имени Г. Р. Державина, дифференцированные по уровню обучения.

Поисково-диагностический этап исследования предполагает выявление уровня сформированности профессиональных ценностей у респондентов трех групп: диагностика исходных профессионально-ценностных установок у студентов первого курса, выявление возникших ценностно-смысловых противоречий после ознакомительной, профессионально-творческой практики и раннего трудоустройства у студентов второго и третьего курсов, формирование ценностного профиля студентов четвертого курса бакалавриата и второго курса магистратуры как специалистов-выпускников. Ограниченная репрезентативность выборки не позволяет экстраполировать результаты исследования на всю систему журналистского образования России. Однако его ценность не в статистической генерализации данных, а в диагностике проблемных зон, которые в последующем станут предметом масштабного лонгитюдного исследования.

Литература

1. Корконосенко С. Г., Третьякова О. В. Свобода, ответственность и социальный заказ в журналистике // Вопросы теории и практики журналистики. 2026. Т. 15, № 1. С. 24–38.