

- выявить и развить творческие способности детей, приобщить их к творческой деятельности – написанию качественных текстов для газеты;

- воспитать общественно-активную творческую личность, способную к организации социального творчества, направленного на служение людям в конкретных социальных ситуациях.

Необходимо так организовать свою совместную деятельность с детьми, чтобы все обучающиеся в пресс-центре участвовали в планировании, подготовке и верстке каждого номера. Создание обстановки психологического комфорта и обеспечение ситуации успеха являются обязательными условиями для успешной социальной интеграции и создания творческой атмосферы, необходимой для написания качественных текстов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что занятия журналистикой будут полезны для каждого ребенка, независимо от выбранной им в дальнейшем профессии. Именно занятия журналистикой, выполняя функцию интеграционного ресурса, способствуют воплощению в жизнь главной цели современного образования - воспитывают самостоятельную личность, способную адаптироваться к современным реалиям. Ведь современное образование – это, в первую очередь, обучение для жизни.

Литература

1. Борятко Н. М. Педагогические технологии: Учебник для студентов педагогических вузов / Н. М. Борятко, И. А. Соловцова, А. М. Байбаков. Под ред. Н. М. Борятко. — Волгоград: Изд-во ВГИПК РО, 2006.
2. Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Процессы интеграции и дезинтеграции в социальной структуре российского общества // Социологические исследования. - 1999. - №9. – С. 75-86.
3. Добренёв В., Кравченко А. Социология: в 3-ех томах. Словарь по книге. - М.: Инфра-М, 2001.
4. Кондрашина Н.Л. Актуальные проблемы теории и практики духовного воспитания молодежи: сб. ст. / отв. ред. В. А. Сахаров. - Киров, 2006.
5. Якиманская И. С. Технология личностно-ориентированного образования. - М., 2000.

М.В. Коротницкая,

Е.И. Радченко

К ВОПРОСУ О ПРИНЦИПАХ ЖУРНАЛИСТИКИ

Как и всякая деятельность, близкая к научному познанию и творческой деятельности, журналистика имеет свои принципы. Основные принципы журналистики определяются принципами более высокого, общего порядка. К ним мы относим и принципы коммуникации.

Принципы коммуникации – это нормы и обычаи, затрагивающие ход процесса коммуникации. Они определяют, какими должны быть содержание и формы коммуникации в зависимости от того, кто, с кем, при каких обстоятельствах и с какой целью осуществляет обмен информацией. Эти

принципы показывают, как надо вести себя в определенной ситуации, а с другой стороны, они обозначают ожидания, питаемые в отношении партнера по коммуникации. Если эти принципы не принять в расчет (по незнанию или по легкомыслию), может возникнуть ситуация дезориентации в данном культурном пространстве; это может также привести к возникновению нереалистических ожиданий по отношению к партнеру. Следует обратить внимание на то, что отдельные из повсеместно принятых принципов коммуникации существенно ограничивают возможность общения, а будучи соблюдаемы слишком жестко, они – и в этом состоит весь парадокс – увеличивают вероятность возникновения помех в коммуникации.

Сформулированы три наиболее общих принципа эффективной коммуникации.

Принцип ясности: сообщение обладает ясностью, если оно выражено таким языком и передано таким образом, что может быть понято получателем.

Принцип целостности: цель управленческих сообщений - содействовать установлению взаимопонимания между людьми в процессе их сотрудничества, направленного на достижение целей предприятия.

Принципы коммуникации напрямую связаны с принципами журналистики.

Взаимодействие с читателем осуществляется не только через построение формальных коммуникационных и информационных связей, но и посредством *регуляции неформальных коммуникаций*.

Важное значение имеет *принцип учета коммуникативных потребностей аудитории*, которая имеет множество коммуникативных потребностей. Большинство журналистов и редакторов пребывают в уверенности, что они прекрасно понимают потребности аудитории, однако последние далеко не всегда разделяют данную точку зрения. Эта основополагающая разница в ощущениях еще более осложняет коммуникации, так как те, кто посылает сообщения, ведут себя весьма самоуверенно и, вероятно, не очень внимательны по отношению к их содержанию. Для коммуникативно культурного журналиста важно обращать внимание на удовлетворение трех коммуникативных потребностей аудитории: 1) потребности в обратной связи по результатам деятельности, 3) потребности в новостях, 4) потребности в социальной поддержке.

Обоснованию принципов эффективной коммуникации посвящены работы Г.А. Бернштайна и М.М. Громыко. Анализируя культуру как своеобразный социально-психологический тренинг, они выделяют и рассматривают пять принципов коммуникативного метода. Во-первых, это принцип целевой обусловленности. Во-вторых, принцип индивидуализации, который позволяет сформировать индивидуальный стиль реализации соционормативной культуры общения. В-третьих, это принцип функциональности, когда осваиваемые нормы общения связываются с функциональным статусом личности в конкретных ситуациях. В-четвертых, принцип ситуативности, требующий учета коммуникативной реальности. В-пятых, принцип актуальности, дающий возможность личности соотносить свое актуальное состояние с характером ситуации.

Принципы эффективной социальной коммуникации, которые могут лечь в основу принципов журналистики, разработаны более детально в диссертационном исследовании Т. Емчура. Она выделяет и рассматривает принципы обратной связи, упреждающей связи, доступности, достаточности, надежности, коммуникативного соответствия, непротиворечивости, ассимиляции и контраста.

Принцип обратной связи. Чем активнее используется обратная связь, тем эффективнее информационное воздействие. Внимание к обратной связи предполагает заботу о том, чтобы сообщение «дошло» до приемника и чтобы от него «потекла» обратная информация. Особенно большое значение имеет при этом отрицательная обратная связь, т.е. информация об упущениях, ошибках и т.д. Однако практическое отношение к ней, как правило, несоразмерно с ее «теоретическим» значением и инициаторы обратной связи оказываются чаще вне поощрений или даже наказываются.

Принцип упреждающей связи. Этот принцип требует сбора предварительных данных о получателях информации с целью формирования максимально эффективных сообщений. Важно знать свою аудиторию. Если у источника имеются ошибочные представления о получателях, то его коммуникативные усилия окажутся менее эффективными или даже неуместными.

Принцип доступности. Смысл принципа очевиден: информация должна быть доступной и приемлемой для получателя. Однако передатчики часто об этом забывают. Некоторые из них оказываются ориентированными на источник. Примером могут служить авторы учебника, которые пишут его, имея в виду не столько студентов, сколько своих коллег. Другие источники ориентированы на сообщение, скажем, врач, передающий больному информацию о неблагоприятном прогнозе болезни, что наносит ему психологический ущерб. Нарушается основной принцип профессиональной этики – не навреди. Третьи источники ориентированы на канал и настолько зависят от конкретного средства информации, что забывают о самом получателе.

Принцип достаточности. Плохо, если не хватает информации, но еще хуже, когда возникает информационная перегрузка, и система перестает ее перерабатывать. Слишком часто повторяемая информация не воспринимается или по отношению к ней возникает даже негативная психологическая установка. Источник информации начинает работать против самого себя.

Принцип надежности. Эффективность информационного воздействия зависит от надежности передающего информацию в оценке его получателя. Именно надежность определяет степень доверия к тому, что сообщается. Пожелавшему повысить свою коммуникативную надежность можно посоветовать:

- открыто демонстрировать свои намерения;
- проявлять теплое и доброжелательное отношение;
- демонстрировать свою компетентность в обсуждаемом вопросе;
- убедительно излагать.

Чуть подробнее рассмотрим принципы коммуникативного соответствия, непротиворечивости, ассимиляции и контраста.

Принцип коммуникативного соответствия выражает необходимость приспособления содержания передаваемого сообщения к психическому состоянию и социальному положению того, к кому оно направлено – адресата информации. Этот принцип известен из практики и имеет длительную традицию применения. Тем не менее, часто ее трактуют как общее место, лишенное содержания. Он может быть понят, по крайней мере, двояко: актуалистически и социально-психологически.

В актуалистическом смысле этот принцип говорит, что передача информации должна отвечать имеющейся потребности в определенной информации. Образно говоря, мы можем сказать, что этому принципу не отвечают действия врача, сообщающего больным об улучшении положения в здравоохранении, расширении сети больниц и тенденциях роста. Такая информация ни облегчит страдания, ни призовет к терпению, совсем напротив – она разозлит того, к кому обращена. Это, возможно, и преувеличение, но такой пример четко демонстрирует принцип приспособления содержания к психическому и социальному положению тех, кому информация адресована.

В социально-психологическом аспекте этого принципа подчеркивается аспект развития, степень социальной зрелости воспринимающего. Приспособление содержания к психологическому состоянию адресата означает в данном случае учет уровня развития психических особенностей людей. Например, впечатлительность к аргументации с точки зрения выгоды растет по мере развития товарного хозяйства, когда деньги начинают играть существенную роль фактора регулирования хозяйственных отношений. Вместе с развитием социально-экономических структур меняются и принципы оценки социальных фактов. Если структура развита слабо, а уровень жизни низок, каждое действие, дающее надежду или возможность, оценивается позитивно. В обществе с относительно развитой экономической структурой социальные факты оцениваются с точки зрения использования возможностей.

Принцип непротиворечивости. Давно замечено, что человек избегает противоречия в собственных суждениях, стремится к тому, чтобы быть логически компактным. Этот факт был уже использован Сократом, применявшим свой маевтический метод для получения знания от собеседников. Выявление противоречия приводило к изменению суждения или убеждения. Современной психологии известен «сократовский эффект», состоящий в том, что даже после того, как человек отвергает часть аргументов, не соответствующих его точке зрения, он неосознанно «согласовывает» их с имеющейся системой принятых точек зрения. Особенно ярко это проявляется тогда, когда система убеждений не слишком стройна (как это имеет место у большинства современных людей). В результате неэффективные, казалось бы, сведения и аргументы исподволь раздражают человеческую психику, создавая все новые и новые состояния сознания. По этой причине можно сказать, что временно неэффективная коммуникация может отозваться в будущем, подобно тому, как капля камень точит.

Принцип ассимиляции и контраста. Экспериментальные исследования, проводившиеся главным образом Шерифом и Ховландом, показали, что, когда

информация о фактах или аргумент находятся в границах диапазона одобрения, они быстро усваиваются, и тогда происходит процесс ассимиляции. Это значит, что информация каким-то образом встроена в сеть существующей познавательной структуры человека, воспринимающего эту информацию. Известно, что каждый новый из усвоенных элементов в определенной степени изменяет структуру сознания как целого. В интересующих нас случаях это изменение состоит в переносе точки отсчета. Если информация носит негативный характер (находится между точкой x и отрицательной границей диапазона одобрения), точка отсчета передвинется в направлении «минус», а если информация положительна – то в направлении «плюс». Это значит, что под влиянием ассимилированной информации в человеческом сознании изменяется положение точки отсчета в данной плоскости оценок.

В том случае, когда полученная информация выходит за границы диапазона одобрения, происходит отвержение ее содержания. Информация не только оказывается непринятой, но и появляется познавательный контраст, т.е. данная информация воспринимается как недостоверная и не соответствующая убеждениям человека. Суть контраста – в образовании дополнительных преград между существующими убеждениями и новым сообщением, что не находится в плоскости их сознания и в рамках диапазона одобрения, обречено на неудачу, и каждый раз будет вызывать эффект бумеранга.

В ряде публикаций обоснованы и сформулированы принципы применительно к отдельным аспектам коммуникативного взаимодействия. Показательны в этом отношении два принципа обратной связи в социальном управлении, сформулированные П. Геддсом:

а) *принцип двойного информирования* (специалисты информируют персонал о целях разрабатываемых планов развития – сотрудники информируют специалистов об условиях труда и о своих запросах);

б) *принцип взаимодействия в проектировании* (специалисты разрабатывают базовые варианты проекта – сотрудники оценивают эти варианты и выдвигают альтернативные предложения).

Т.о., следование представленным принципам журналистики позволит сделать процесс взаимодействия журналиста, редакции и аудитории более эффективным.

Ю.В. Костюк

ЗАПОРЖСКОЕ АНАЛОГОВОЕ ВЕЩАНИЕ: ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ

Проблема изучения становления и развития радиовещания в запорожском регионе остается в центре научных дискуссий, которые ведутся на специализированных конференциях, в пределах разных семинаров и коллоквиумов, поскольку оно (радиовещание) остается одним из ведущих средств массовой ин-