

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Северный (Арктический) федеральный университет
имени М.В. Ломоносова»

Н.С. Авдони́на

**Формирование профессиональной
идентичности студентов-журналистов
в образовательном процессе университета**

Монография

Архангельск
САФУ
2020

УДК 37.02
ББК 74.58
А188

*Рекомендовано к изданию научно-техническим советом
Северного (Арктического) федерального университета
имени М.В. Ломоносова*

Рецензенты: **О.А. Бызова**, психолог государственного автономного учреждения Архангельской области «Молодежный центр»;
А.В. Пустовалов, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Пермского государственного национального исследовательского университета

Авдони́на, Н.С.
А188 Формирование профессиональной идентичности студентов-журналистов в образовательном процессе университета [Электронный ресурс]: монография / Н.С. Авдони́на; Сев. (Арктич.) федер. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Электронные текстовые данные. – Архангельск: САФУ, 2020. – 185 с.
ISBN 978-5-261-01471-3

Рассматривается проблема формирования профессиональной идентичности студентов-журналистов. Научно обосновывается образовательный подход О4ПО, направленный на эффективное формирование профидентичности журналистов. Приводится модель организационно-педагогических условий формирования профессиональной идентичности. Представлены результаты эмпирического исследования образа профессии как центрального понятия профессиональной идентичности.

Монография адресована студентам, аспирантам, преподавателям журналистских дисциплин.

УДК 37.02
ББК 74.58

В авторской редакции.

Издательский дом им. В.Н. Булатова САФУ
163060, г. Архангельск, ул. Урицкого, д. 56

ISBN 978-5-261-01471-3

© Авдони́на Н.С., 2020
© Северный (Арктический)
федеральный университет
им. М.В. Ломоносова, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Теоретические основы исследования формирования профессиональной идентичности журналиста	8
§ 1. Проблема профессиональной идентичности в психолого-педагогических исследованиях.....	9
§ 2. Профессиональная идентичность журналиста как педагогическая проблема	18
Глава 2. Проблема формирования профессиональной идентичности будущих журналистов в образовательном процессе университета	
§ 1. Тенденции современной журналистики как источник изменений в профессии и образовании	32
§ 2. Условия формирования профессиональной идентичности будущих журналистов в образовательном процессе	45
§ 3. Современное профессиональное образование как фактор формирования профессиональной идентичности будущих журналистов	58
§ 4 Проектирование системы организационно-педагогических условий воспитательной деятельности на основании модели профессиональной идентичности.....	76
Заключение	144
Список использованных источников	147
Приложение А. Сводная таблица концепций становления субъекта труда.....	184

ВВЕДЕНИЕ

Многие из трудовых задач и функций, выполняемых сегодня работниками, постепенно автоматизируются или исчезают в связи с внедрением информационно-коммуникационных технологий и изменением рынка профессий в целом. Специалисты будущего в большей степени будут ориентированы на выполнение творческих задач, работу в команде и сотрудничество с искусственным интеллектом. Линейность профессиональной деятельности, заключающаяся в строгом выполнении трудовой задачи, сменится на самореализацию, что повлечет за собой и новое понимание конкретной деятельности. В современном мире стремительно меняется уклад жизни общества вследствие технологической революции и появляются требования к новым специалистам, деятельность которых находится на стыке различных профессий, следовательно, работникам требуются транспрофессиональные компетенции.

Вопрос об идентичности человек регулярно задает себе на протяжении всей жизни. Один из значимых периодов обращения к себе, вглядывания в себя – вхождение в профессию, профессиональное сообщество, поиск и переживание профессиональных целей, принятие профессиональных ценностей. Сегодня социально-культурная реальность, профессиональная культура и шире – среда – актуализируются, обновляются, трансформируются ввиду появления новых технологий и, следовательно, профессий. Перед действующими и будущими специалистами встает вопрос о принятии или отторжении этих обновлений.

К журналистике как профессии предъявлен особый социальный заказ на формирование и распространение информации, фактов, мнений и смыслов. Современная журналистика обновляется стремительно вследствие осуществления журналистами своей профессиональной деятельности, реализации стратегических программ владельцев и издателей по развитию медиа. Они иницируют и проводят эксперименты в сфере содержания и формы представления текстов. Например, с публикации в 2012 г. проекта «Snowfall» на сайте американской газеты «The New York Times» началась эра мультимедийных лонгридов, насыщенных текстовыми, фото-, аудио- и видеоформатами.

Журналистика подстраивается под платформы, то есть разработчиков. Например, социальная сеть «Instagram» предлагает помимо публикации фотографий проводить видеотрансляции, создавать вертикальное видео до 60 минут, экспериментировать с подачей информации в особом формате «историй». Журналистику видоизменяют и граждане, получившие доступ к инфор-

мации и процессу ее производства. Таким образом, появился термин «user-generated content» – контент, созданный пользователями. Аудитория некоторых СМИ имеет возможность на сайте публиковать материалы по заданию редакции, например, такая форма взаимодействия осуществляется в английской газете «The Guardian». Читатели, или, правильнее сказать, пользователи, могут выкладывать фото, видео и короткие тексты на вкладке «Community».

Журналистику частично меняют образовательные организации, предлагая актуальные программы и выпуская специалистов с определенными умениями. Например, в 1989 г. при Школе журналистики университета Миссури был создан Национальный Институт компьютерной журналистики. Институт предоставляет журналистам данные различных правительственных организаций; проводит ежегодные конференции, которые способствуют укреплению сообщества вокруг Института; обучает журналистов США и по всему миру работе с данными; предоставляет ресурсы для эффективного и ответственного использования данных; обучает студентов Школы журналистики Миссури работать с данными. В этом конкретном случае образовательная организация быстро заметила тенденцию в сфере журналистики и скооперировалась с индустрией.

Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» трактует журналиста как «лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию».¹ В медиасреде появились новые профессиональные роли, формы и виды журналистских продуктов. Можно говорить о медиапроектах, которые не представляют собой зарегистрированное средство массовой информации, но по форме и содержанию выполняющее журналистские функции. Например, портал «Такие дела» – информационный ресурс благотворительного фонда «Нужна помощь». На портале работают как известные, так и начинающие журналисты, а девиз звучит: «Мы вернем в журналистику человека».

Можно сказать, что сегодня журналист необязательно должен работать в зарегистрированном средстве массовой информации и писать тексты, работать корреспондентом в кадре или на радио.² От современного журналиста ждут комплекса умений и навыков при достаточном багаже знаний. Поэтому актуальными исследовательскими вопросами можно назвать: Если высшее об-

¹ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/ (дата обращения: 17.05.2019).

² Отметим, что в некоторых странах нет понятия «зарегистрированное СМИ», например в США.

разование влияет на журналистику, то в какой степени? Или высшее образование, как правило, оказывается в роли догоняющего? Какие медиаспециалисты требуются на рынке труда? Что становится причиной разочарования в профессии у студентов, которые не имеют полноценного опыта работы? Как возможно этот кризис преодолеть? При каких условиях будет сформирована профессиональная идентичность, которую можно рассматривать как один из факторов предупреждения учебно-профессиональных и профессиональных кризисов? Каковы компоненты профессиональной идентичности, которые остаются неизменными даже при трансформации профессии?

Проблема профессиональной идентичности журналиста представляется актуальной в плане реализации жизненной и профессиональной идеологии человека, в плане становления профессионализма журналиста и в плане реализации профессионального обучения. Содержательный, структурный и функциональный анализ профессиональной идентичности необходим для того, чтобы преодолеть вызовы как результаты изменений в профессии и высшем образовании. Следовательно, необходимо определить интегральные компоненты профессиональной идентичности в содержательной, структурной и функциональной плоскостях.

Анализ современных исследований проблем профессиональной идентичности (М.М. Абдуллаева, В.Т. Абишева, К.А. Абульханова, Н. В. Антонова, В.В. Белоусова, В.В. Болучевская, Г.В. Гарбузова, А.Ю. Егорова, М.В. Заковоротная, Н.Л. Иванова, С.А. Котова, К.В. Патырбаева, В.А. Кениг, Е.Ю. Мазур, Т. В. Малютина, В.Б. Никишина, Е.А. Петраш, Я.А. Озерина, Ю.П. Поварёнков, Н.С. Пряжников, М.А. Реньш, А.В. Лесик, А.М. Рикель, Л.Б. Шнейдер, Л. Кантер, Дж. Фидальго, К. Никунен) и профессионального журналистского образования (Т.Н. Владимировой, Ю.В. Артемовой, И.А. Илларионовой, Ю.В. Андреевой, Е.С. Дорошук, С.Г. Корконосенко и др.), системных изменений профессии журналиста (Е.А. Баранова, Е.Л. Вартанова, А.Г. Качкаева и др.) свидетельствуют о возрастающем интересе к проблеме журналистского образования как одного из факторов формирования и развития профессиональной идентичности будущих специалистов, при этом многие вопросы остаются не изученными. В перечисленных исследованиях рассматриваются различные аспекты вопроса: развитие профессиональной идентичности представителей различных профессий, в том числе журналистов, соотношение понятий «самоопределение» и «идентичность», социально-психологические особенности профессиональной идентичности, проблемы диагностики уровня сформированности профессиональной идентичности и другие вопросы.

Хотя профессиональная идентичность активно изучается, многие стороны этого явления представляются неясными. Какие элементы образуют профессиональную идентичность? Какие уровни профессиональной идентичности целесообразно выделить? На каких основаниях их можно выделять? Что влияет на развитие профидентичности в различные периоды профессиональной жизни человека? Одним из наименее изученных вопросов

является вопрос о ценностном аспекте профессиональной идентичности. Каким образом усваиваются ценности и нормы той или иной профессии? Как определить степень усвоенности этих принципов? На каких стадиях развития профидентичности какие ценности и нормы принимаются человеком, какие пересматриваются, изменяются или отвергаются?

В данной монографии охарактеризована логика и представлены результаты исследования, *ведущая идея* которого может быть сформулирована следующим образом: профессиональное образование (что включает и обучение, и воспитание), включающее методики системы свободных искусств и наук, развития критического и рефлексивного мышления, контекстного обучения, является ключевым фактором в процессе формирования профессиональной идентичности обучающихся, готовых работать в условиях цифрового общества. Все это возможно при условии погружения в профессиональную деятельность в учебное и внеучебное время и в рамках самостоятельной работы студентов. Актуальность исследования также связана с недостаточной разработанностью вопроса о формировании профессиональной идентичности обучающихся вуза.

Цель исследования: определить содержание и основные направления организации процесса формирования профессиональной идентичности будущих журналистов в современном университете.

Исследование на тему «Формирование профессиональной идентичности будущих журналистов в образовательном процессе университета» выполнено в соответствии с планом научно-исследовательской деятельности кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью САФУ имени М. В. Ломоносова.