

ЛИТЕРАТУРА

1. Альбуханова-Славская, К.А. Стратегия жизни / К.А. Альбуханова-Славская. – М.: Наука, 1991. – 234 с.
2. Герасимов, В.П. Индивидуальность в системной парадигме / В.П. Герасимов. – Бийск, 2003. – 367 с.
3. Герасимов, В.П. Стратегии педагогического взаимодействия и дезадаптированность школьников / В.П. Герасимов, Е.Ю. Подойма, Ю.А. Ковалев // Актуальные вопросы подготовки психолога к работе в различных сферах профессиональной деятельности: материалы межвузовской конф. – М., 2001. – С. 67-78.
4. Мелибруда, Е.Я. Я – Ты – Мы: Психологические возможности улучшения общения / Е.Я. Мелибруда. – М.: Прогресс, 1986.
5. Рогов, Е.И. Психология общения / Е.И. Рогов. – М.: Владос, 2005.

УДК 378.147

Дмитриев Евгений Иванович

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ СТУДЕНТА: К МЕТОДОЛОГИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье предпринимается попытка операционального определения и эмпирической интерпретации понятия «информационное поле студента». Анализируются методологические принципы исследования информационного поля студента-журналиста и роль в его формировании учебно-производственной практики.

Сегодня в Беларуси, как и в большинстве постсоветских стран, наблюдаются тенденции стремительного расширения высшего образования: от элитарного к массовому, от массового – к всеобщему. В настоящее время в республике действуют 53 учреждения, обеспечивающие получение высшего образования. Численность студентов в белорусских вузах после небольшого спада в середине 1990-х гг. непрерывно возрастает. На начало 2005/2006 учебного года численность студентов вузов государственной и негосударственной форм собственности всех форм обучения по сравнению с 1994/1995 учебным годом возросла более чем вдвое – со 187,6 тыс. до 383,4 тыс. человек. В 2006 г. в вузы Беларуси было принято 79,1 тыс. человек, в том числе 8,9 тыс. – в вузы негосударственной формы собственности. В итоге количество студентов на 10 тыс. населения достигло среднеевро-

пейского уровня [2]. Аналогичные процессы идут и в других постсоветских государствах. Например, между 1998 и 2001 годами количество студентов на Украине возросло с 1 млн. 583 тыс. до 2 млн. 135 тыс. человек, в Казахстане – с 324 тыс. до 515 тыс. [3].

Таким образом, есть основание утверждать, что трансформация высшей школы и формирование новых образовательных парадигм в постсоветских странах приобретают такие общие характеристики, как массивификация, интернационализация, виртуализация, изменение отношений с обществом и изменение отношения к знанию. При этом массивификация связана как с резким ростом спроса на услуги учреждений высшего образования, так и со стремительным увеличением числа негосударственных вузов. Причем первое обусловлено прежде всего изменением основных мотивационных устано-

* *Дмитриев Е.И.* – к.с.н., доцент кафедры социологии журналистики Белорусского государственного университета.

вок получения высшего образования и ростом интереса к заочной форме обучения, которая в отдельных постсоветских странах принимает форму дистанционного и виртуального обучения. По данным наших исследований, интеллектуальные мотивационные установки (образование ради знаний) и статусные (образование ради престижа) все больше вытесняются прагматическими (образование ради денег) и побочными, акцентированными на внеобразовательных причинах. Как результат, все чаще приходится констатировать, что выпускники вузов, в том числе факультетов журналистики, несмотря на полученное образование, оказываются неподготовленными к требованиям, которые предъявляют им работодатели и общество, и проявляют функциональную неграмотность, то есть неспособность эффективно выполнять свои профессиональные и социальные функции.

Что же касается заочной формы обучения, то на начало 2006/2007 учебного года его доля в системе высшего образования Беларуси составила 46,5%, причем в вузах государственной формы собственности – 70,8%. Последняя тенденция, как показывает практика, ведет к снижению научной грамотности населения республики, связанной с существенным падением уровня сформированных у выпускников вузов гражданских, бытовых и профессиональных компетенций, которые, по нашему мнению, и являются основой формирования информационного поля студента вуза.

Таким образом, сегодня чрезвычайно актуальным становится переход от дисциплинарной парадигмы в высшей школе к деятельностной, в основе которой лежит не накопление определенного объема знаний, навыков и умений студента, а формирование его информационного поля, характеризующего-

ся мобильностью, высокой адаптационностью, управляемостью и прагматичностью. Не случайно во «Всемирной декларации о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры» утверждается: «Высшие учебные заведения должны обеспечивать такое образование учащихся, которое воспитывает в них хорошо информированных и глубоко мотивированных (выделено нами) граждан, способных к критическому мышлению, анализу общественной проблематики, поиску и использованию решений проблем, стоящих перед обществом, а также к тому, чтобы брать на себя социальную ответственность» [1].

В этих условиях, как показывают проведенные исследования, сложились два важнейших фактора, влияющие на формирование информационного поля студента-журналиста: интернационализация информационного поля и его взаимодействия с практикой, прежде всего с экономикой. В итоге содержание информационных полей студентов в различных постсоветских странах становится все более и более схожим, принципы, методы и средства формирования информационного поля в вузе – все более универсальными и унифицированными. При этом, с одной стороны, происходит диверсификация и специализация информационных полей студентов, связанная с появлением новых образовательных специализаций, с другой – налицо продуцирование в вузах междисциплинарного знания и межобъектных информационных полей.

Эти тенденции говорят о том, что подготовка журналиста в вузе должна быть более профессионально-ориентированной, что в свою очередь предполагает возрастание значимости утилитарного компонента производства знаний, который и состоит в формировании информационного поля

студента. На наш взгляд, обучение по специальностям, которые предлагают факультеты журналистики, должно учитывать быстрое устаревание знаний и, как это ни парадоксально звучит, информационных технологий. Хотя дело не только в знаниях. Подготовка журналиста требует обучения прежде всего в реальных, «полевых», условиях, и чем раньше студенты-журналисты погружаются в определенные проблемы, тем лучше.

Таким образом, во-первых, в основе формирования информационного поля студента-журналиста должно лежать изменение понимания сущности знания, которое заключается во фрагментации, в специализации, междисциплинарности, профессиональной ориентированности формирования знаний и умений будущих журналистов. Это обуславливает необходимость децентрализации и деконцентрации источников формирования информационного поля студента. Во-вторых, формирование информационного поля студента все в большей степени происходит вне вузовских стен. В-третьих, формирование информационного поля студента становится частью процесса формирования информационно-образовательного пространства. В-четвертых, релевантность и валидность информационного поля студента определяется не только чисто учебными и научными критериями, но и критериями утилитарности и применимости. Именно эти четыре фактора обуславливают методологические принципы изучения и формирования информационного поля студента-журналиста.

Определение структуры и содержания информационного поля студента-журналиста базируется на методологических принципах сложившейся

в социологии общей теории социального поля. *Первый* из них заключается в том, что теория социального поля – это аналитический подход, а не формальная статическая система. Это означает, что каждый субъект, например, информационного поля студентов, находящихся в едином образовательном пространстве, не игнорирует внешние события или факторы, а анализирует их, исходя из логики поля. При этом любое информационное поле, в том числе студента-журналиста, обладает относительной автономией, имеет внутреннюю согласованность, цельность.

Второй методологический принцип утверждает, что информационное поле возникает тогда, когда действия социальных индивидов, групп и общностей оказывают друг на друга взаимное информационное влияние, несводимое к воздействию существующих институциональных механизмов и формализованных источников информации. Так, традиционно в социальных науках принято считать, что социализированный индивид имеет социально сформированные информационные предпочтения, потребности и интересы. При этом трудно объяснить, почему же тогда люди, аудитории отказываются от своих информационных ценностей. Теория социального поля позволяет в этом случае понять, что социальные правила, информационные приоритеты не являются постоянными, что они могут и должны изменяться, то есть теория социального поля подчеркивает значение ситуационных закономерностей производства, переработки и распространения информации, в том числе в форме знаний.

В-третьих, по-новому с позиции теории поля мы можем рассматривать мотивацию информационного поведения индивидов, включая социальную

общность студентов. На наш взгляд, информационное поле студента-журналиста формируется совокупностью мотиваций – субъективными представлениями о том, за что стоит бороться. При таком подходе информационные ценности – особенности данного информационного поля. Как следствие, теория социального поля отрицает различие между феноменологическим и объективным описанием социальной реальности. Иными словами, информационное поле – это intersubjectively organized phenomenological construct. Наше понимание информационного поля осуществляется в социально сконструированных категориях, относящихся к нашему информационному поведению.

Таким образом, в основе формирования информационного поля любой природы, включая информационное поле студента-журналиста, лежит возникновение социальных информационных связей. При этом в информационном поле социальные связи имеют неполный институциональный статус, то есть в информационном поле нет четкой, в принятом в социологической теории понимании, системы социально-информационных статусов и ролей, а информационное поведение индивидов и групп не получило должного формализованного социального одобрения. В информационном поле информационные роли не институализированы потому, что отсутствуют социальные санкции, как позитивные, так и негативные, за их невыполнение. Мы считаем, что информационное поведение – разновидность социального поведения, но оно выступает как реально массовое только с переходом к массовому информационному обществу.

На наш взгляд, природу и характер функционирования информационных полей невозможно понять, пока

все их взаимосвязи и отношения не будут проанализированы с позиции общей культуры конкретного поля либо субкультуры социальных общностей и социальных групп, являющихся основными субъектами данного информационного поля. Не бывает информационного поля вообще – оно всегда чье-то, то есть какой-то социальной группы, общности, какого-то социального института. В основе возникновения разных информационных полей лежат прежде всего критерии стратификации конкретного общества. В определенном смысле информационное поле – неформальный социальный квазиинститут, в то время как, например, наука и образование являются типичными формальными институтами. При этом информация – символ порядка и организованности информационного поля. Это на практике означает, что любые изменения в одном информационном поле приводят к изменениям в других информационных полях. Не существует информационных полей, которые трансформировались бы без существенных изменений в другие или существовали бы отдельно, вне взаимосвязи с иными информационными полями.

Представленные методологические принципы дают нам основание утверждать, что в едином научно-образовательном пространстве Беларуси существует множество информационных полей, опирающихся на собственные информационные потоки и ресурсы, различные источники информации. Научиться ориентироваться в этих потоках и источниках – одна из основных задач студента вуза, и в особенности студента-журналиста. Ведь последнему информация необходима не только для того, чтобы формировать у него социальную компетентность, но и для

его профессиональной деятельности. Поэтому и с теоретической, и с практической точки зрения представляется важным выявление элементов информационного поля студента-журналиста, изучение характера влияния и взаимодействия различных источников информации в границах данного поля.

Итак, в предельно узком смысле слова информационное поле студента-журналиста – некоторая совокупность источников и потоков информации и образованных ими информационных субполей, состоящих из особого рода информации, прежде всего знаний и компетенций. При этом мы исходим из того, что реально в самом информационном поле вуза каждый его субъект, в том числе студент, также обладает собственным информационным полем. Сила этих полей различна, поэтому есть основание предполагать доминантное положение того или иного источника информации. Следует при этом понимать, что равно как существуют открытые и латентные информационные поля, точно так же воздействие разных источников информации на студента может быть и явным, и скрытым.

Аксиоматично, что источники информации в информационном поле студента-журналиста занимают неодинаковое положение. Некоторые из них имеют одностороннее влияние на студента, в каких-то случаях имеет место «диалог» информационных субполей; более того, студент сам может воздействовать и изменять некоторые информационные субполя. При этом каждый источник информации продуцирует знания о реальных или нереальных событиях под определенным углом зрения, с определенной стороны. Студент может доверять определенному источнику на основе сформированного отношения или из-за отсутствия

других источников. Наиболее эффективным в плане формирования информационного поля студента-журналиста является использование в качестве системообразующего источника учебно-производственной практики. Об этом говорят и результаты проведенного нами в октябре – ноябре 2006 года оперативного социологического исследования на тему: «Организация учебно-производственной практики на факультете журналистики: мнение студентов». По квотной с элементами случайного отбора выборке было опрошено 186 студентов, обучающихся на 2 – 5-м курсах факультета.

По мнению абсолютного большинства опрошенных (81,2%), практика прежде всего нужна, чтобы приобрести и усовершенствовать профессиональные навыки. Половина респондентов указали, что практика им необходима, чтобы найти будущее место работы. И только 15,6% студентов выделили взаимосвязь информационных субполей учебно-производственной практики и аудиторного учебного процесса: они полагают, что практика нужна студентам-журналистам для закрепления полученных теоретических знаний. Иными словами, для информационного поля студента знания сегодня не являются ключевым элементом. Этот вывод подтверждается тем фактом, что всего 22,6% респондентов назвали недостаток знаний как основную проблему, с которой им пришлось столкнуться во время прохождения последней учебно-производственной практики.

В то же время опрошенные в большинстве выступают за диверсификацию источников информации при формировании информационного поля студента-журналиста. По данным опроса, 28% респондентов считают, что ротация мест практики за весь период обучения (например, газетчики

проходят практику на телевидении и радио и т. п.) необходима и обязательна, и еще 32,3% – скорее необходима и обязательна.

Исследование также показало, что студенты весьма прагматично подходят к оценке учебного процесса как источника формирования их информационного поля. Как результат, 44,6% респондентов полагают, что степень практической направленности учебных дисциплин на факультете выражена слабо. А 41,4% даже подчеркнули, что «практическая направленность преподавания не выражена совсем, слишком много теории».

Таким образом, в основе информационного поля студента-журналиста должна находиться функциональная грамотность, которую можно определить как способность выпускника вуза применять в практике социальных отношений, в профессиональной деятельности полученные знания, как умение исполнять свои функции в социуме. Особенно важно, на наш взгляд, добиваться формирования у будущих журналистов социальной компетентности в качестве базового свойства их информационного поля. Социологическое мышление и культура – главные элементы социальной компетентности, то есть определенного уровня функ-

циональной грамотности в сфере социальных отношений. Также можно предположить, что сегодня информационное поле студента-журналиста испытывает давление избытка информации – ее потоки не структурированы и не сортированы и в таком виде не являются источником знаний. Вследствие этого в учебном процессе нередко имеет место манипулирование пустой информацией. Поэтому наиболее актуальной задачей высшей школы, как нам видится, становится формирование у студентов-журналистов информационного внимания, под которым мы понимаем способность избегать ненужной для знания информации. В условиях формирования в Беларуси новой образовательной парадигмы информационное внимание – главный ресурс любого информационного поля, движущая сила и мотивирующий фактор развития общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры // Вестник высшей школы. – 1999. – №3. – С. 29-35.
2. Проблемы контроля и оценки качества высшего образования / А.Н. Морозевич, З.В. Пунчик, А.М. Седун, О.В. Мартысевич // Высшая школа. – 2007. – №1. – С. 7-11.
3. UNESCO. Education for All Global Monitoring Report. 2006. – Paris: UNESCO, 2006.