

УДК  
ББК

## КРЕАТИВНОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЖУРНАЛИСТСКОМ ОБРАЗОВАНИИ: ВЫЗОВЫ ЭПОХИ VS СТАНДАРТЫ

*Е. Ю. Панова*

*Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия*

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 16-18-02032)*

Рассматривается специфика профессионального журналистского образования в контексте проблемы формирования и развития лингвокреативной компетенции; отмечаются сложности и перспективы этого процесса в свете научной рефлексии и реализации образовательными стандартами.

**Ключевые слова:** *профессиональное образование, журналистика, креативность, стандарт.*

Современный мир состоит из комплекса вызовов, ежедневно предъявляемых к социуму и личности: экономических, политических, социальных, психологических, коммуникативных и др. Одним из факторов этих процессов можно считать кризисность переходного периода (объяснений этого феномена множество: от конспирологических (теория заговора) до культурологических — затянувшийся синдром *конца века*), рождающим и кризисный тип мышления человека (как противоположность гармонизирующего типа), и стратегии его преодоления. Исходя из этого, можно предположить, что доминантой психологического портрета нашего современника является принципиальный мировоззренческий дуализм: с одной стороны, стереотипность реакций, формируемая обществом потребления, с другой — тенденция преодолеть и разрушить это «матрицу», демонстрация способности к рецепции совершенно разных смыслопорождающих практик. Мы солидарны с точкой зрения Л. М. Андрухиной: «Креативность и запрос на нее определяют топологию современной культуры. Повышенный интерес к творчеству, способности к нестандартным решениям становятся признаком современности. Всё чаще речь идет о переходе от эпохи рациональной упорядоченности — к эпохе креативности. В современном дискурсе удивительно быстро расширяется поле феномена креативности» [1. С. 4]. Ей же принадлежит термин «организационный абсолютизм», описывающий ситуацию замкнутой самодостаточной системы как ограничителя импульса креативности, в том числе применительно и к сфере образования: «Ограниченность роста при тради-

ционных замкнутых формах организации производства, образования, сферы услуг связана с тем, что они на сегодняшний день не задействуют в достаточной мере возможности развития и самореализации человека. Замкнутость вузов приводит к тому, что их выпускники получают невостребованное образование» [1. С. 7].

Практикоориентированность направления подготовки «Журналистика» отчасти снимает эту проблему, но в то же время еще больше актуализирует другую — проблему «триады креативности»: психологическая готовность — формирование компетенции — речетворческая практика. Принимая во внимание особый статус журналистики как агента медиатизации общества, будущий журналист должен быть адекватно интегрирован в социальные общественные процессы, то есть: 1) понимать ментально-информационные процессы; 2) учитывать потребностно-мотивационную специфику публичного дискурса; 3) порождать соответствующие коммуникативной ситуации медиатексты. Как сверхзадача — при этом еще являть примеры эталонной медиальности. Иными словами, если общество охвачено «трендом креативности», имеет ли право журналист как личность и профессионал (а нам ближе сращение этих понятий — профессиональная личность) оставаться вне этих процессов.

Современная образовательная политика российского государства одной из своих задач ставит модернизацию образования всех ступеней: ФГОС общего образования признает более значимым формирование универсальных учебных действий, чем предметных знаний, тем самым открывая перспективы для развития креативного

потенциала в большей степени, чем это было ранее. Но при этом же до признания творческого портфолио равноценным средством государственной аттестации еще далеко. Абитуриенты гуманитарных специальностей априори считаются более творческими в силу архаичного противопоставления «физиков» и «лириков». Но при этом ни у одних, ни у других в образовательном стандарте не предусмотрено даже отдаленного понимания необходимости формирования креативной компетенции, что современной психолого-педагогической наукой уже отрафлексировано.

Так, в статье Е. Е. Щербаковой и Е. В. Левичевой «Феномен «лингвистическая креативность» в современной психолого-педагогической науке» представлен полный обзор становления и развития понятия «креативность», ее критерии, факторы, специфика начиная от Платона и Аристотеля заканчивая современными психологическими школами. Креативность определяется через творческие способности, присутствие инсайта, но в статье не снимается вопрос, чем же она отличается от творчества. Там же осуществлен разбор теории креативности с разных точек зрения: теория креативного восприятия (=субъективного восприятия) Д. Беркли; значимость бессознательных процессов (Фрейд, Юнг); психофизиологическая модель, в которой креативность связана с развитым интеллектом (Г. Айзенк); креативность как психологический феномен игнорирования стереотипных способов мышления (Д. Симпсон); креативность как «дивергентное мышление» (Дж. Гилфорд); «4 Р» модель В. Стейна, продуктивная в американских исследованиях по теории креативности: creative-product (творческий продукт), creativeprocess (творческий процесс), creativeperson (творческая личность), creativepress (творческая среда); креативность как творческое мышление, в котором можно выделить свои этапы (Спирмен, Торренс, Зельц и др.); креативность как теория инвестирования (личность может сопротивляться среде, отстаивая непопулярные идеи, потом реализуя их как сверхактуальные) (Стернберг, Любарт); ассоциативная теория творчества (С. Медник); креативность как компонент общей одаренности (Дж. Рензулли и Дж. Фельдхьюзен); креативность как самоактуализация личности, стремление реализовать себя, определяющаяся степенью «открытости» опыту, нонконформизмом и способностью к необычным сочетаниям элементов (К. Роджерс, А. Маслоу) [8].

В русском научном психологическом дискурсе даже появляется термин творчество, эквивалентный креативности как психологическому свойству, как интеллектуальной активности и чувствительности (сензитивности) к побочным продуктам своей деятельности (Я. А. Пономарев, Д. Б. Богоявленская).

Широко используется понятие креативности в дискурсе научной педагогической мысли.

Наиболее частотна проблема креативной компетенции преподавателя и учителя. И. Е. Брякова[4] говорит о креативной компетенции студента-филолога (ею защищена докторская диссертация по этой теме), обозначены мотиваторы и критерии сформированности компетенции, но конкретные механизмы формирования и прагматической реализации не обозначены. То есть проблема автором ставится, скорее, методологически, а не практически. Р. У. Гильмутдинова, анализируя в своей статье различные определения креативной компетенции, предлагает свое интегративное определение: «Креативная компетентность — это многофакторное качество личности, система интеллектуальных, эмоциональных, нравственных, волевых и пр. знаний, умений, навыков, личностных качеств и опыта личности, обуславливающих развитие творческих способностей человека и позволяющих на принципиально новом уровне генерировать множество оригинальных, нестандартных и полезных идей, продуктов, а также их адаптивность, теоретическая и практическая готовность человека действовать творчески в различных жизненных и профессиональных ситуациях» [5]. Как видим, речь идет о волевых, эмоциональных, поведенческих и психологических факторах, креативная компетентность оценивается как продукт все-таки априори творческой личности при наличии ряда сопутствующих факторов. Ментальные процессы в этом случае рассматриваются тоже сугубо с психолого-педагогической, а не дискурсивной точки зрения.

Очень интересной представляется работа на стыке педагогической проблемы креативной компетенции и риторических механизмов ее формирования (то есть коммуникативно-речевой проблемы) С. М. Антоновой. Автор рассматривает профессиональный статус специалиста в неразрывной связи с «риторическими компетенциями и признаками креативности». Под креативностью она понимает «уникальность, осознанность, ответственность, диалогичность, действенность, эстетичность» [3].

Таким образом, осознавая необходимость формирования креативной компетенции, современная научная мысль пока не предлагает четких и внятных механизмов ее реализации. В свою очередь и образовательные стандарты высшего образования (нами были проанализированы стандарты гуманитарных направлений подготовки) не акцентируют на этом внимания, возможно, в силу отсутствия и внятных программ формирования, и, что еще более сложно, верифицируемых моделей отслеживания результатов. Разрыв между стереотипом и преодолением его, отмеченный нами выше как ментально-национальная черта, получает зримое воплощение и на достаточно формализованном и зримом уровне несоответствия формы современного журналистского образования, сдерживаемой стандартом, и его содержания, продиктованного реальной коммуникативной задачей. Последняя еще более активизирует речетворческие креативные практики современного массмедийного дискурса в связи с отмечаемой исследователями его риторической модификацией, цель которой — «воздействовать на аудиторию, навязать собственное мнение на происходящее событие, тем самым изменить имеющиеся стереотипные представления и сформировать новое видение социального мира» [7].

С целью изучения лингвокреативного потенциала и потребности студентов-журналистов мы провели исследование на базе второго и третьего курсов бакалавров журналистики очной формы обучения, всего 50 человек: 31 (журналисты, 2 курс), 14 (журналисты, 3 курс), 5 (реклама и связи с общественностью, 2 курс). Задание предполагало создание креативного, с точки зрения респондента, текста и объяснение, почему получившийся текст можно считать таковым. Мы планировали сопоставить адекватность речепорождающей практики и ее рефлексии и проанализировать наиболее частотные механизмы креативизации текста. Результаты позволили сделать следующие наблюдения и выводы.

1. Адекватная саморефлексия (авторское объяснение в целом соответствует тому, что есть в тексте) — 5 ответов.

2. Используемые приемы креативизации текста (по убыванию частотности):

1) иронично-шутливый тон высказывания (тема этого не предполагает);

2) использование потенциала лексической системы, тропеичность (метафоричность);

3) стилизация;

4) смешение элементов разных функциональных стилей);

5) приемы экспрессивного синтаксиса (параллелизм, подхват, парцелляция) — 5 текстов;

6) наличие прецедентных текстов — 2 текста;

7) эксперимент с формой (текст в форме круга; все слова текста начинаются на одну букву — первую в имени автора) — 2 текста;

8) жанровый эксперимент (хоррор) — 1 текст.

3. Авторская самооценка приемов (тематически сгруппированы от наиболее частотных до единичных):

1) выражение авторской позиции («наличие авторского “я”», «высказывание своей точки зрения»);

2) композиционные средства (яркий заголовок, в т. ч. и с использованием прецедентных текстов (студенты называли их «узнаваемыми»), «неожиданная развязка»);

3) стилевая специфика («современный язык», «без сложных слов», «особый стиль» [видимо, предполагалось — индивидуальный стиль. — *Е. П.*], «тропы, яркие сравнения», «смешение стилей»);

4) трансформация привычных логических отношений в тексте («сопоставление разнородных понятий», «необычный ракурс», «странный выбор предмета речи (линолеум)», «новый взгляд на привычные вещи»);

5) ирония («смешной и развлекает»);

6) единичные индивидуальные реакции («фантастика — синоним креатива», «маленький, но понятный», «креативный текст должен убеждать и призывать к действию», «все по делу, никакой воды», «намек и недосказанность», «каждый текст креативный», «абсолютное отсутствие рациональности»).

Несмотря на низкий показатель адекватной соотношенности реальной креативной составляющей текста с ее авторским пониманием (5 из 50), тем не менее ни один из студентов не отказался от выполнения задания, продемонстрировав тем самым, что задача была понята, а следовательно, можно говорить о сформированности представления о феномене креативности текста. В то же время наблюдается явное расхождение между тем, что закладывается в это понятие медиалингвистами (чаще всего говорят о языковой игре, термин ни разу не встретился нам в ответах; прецедентных текстах — единичные случаи; ироническом дискурсе — отмечается общий «шутливый тон»), и тем, что склонны видеть в креативном тексте

те, кто в будущем должен уметь его создавать. Очевидно, что креативное начало текста наиболее явленным оказалось на уровне формы, прежде всего стилевой интерференции, а план содержания — то, что и составляет интенцию текста и обуславливает специфику средств выражения, остался не востребуемым. Неожиданным нам показалось мнение студентов о том, что креативный текст выражает авторскую позицию: на наш взгляд, это является следствием особого внимания к жанрово-форматной стороне организации текста в процессе обучения, в то время как упоминание об особом воздействующем потенциале креативного текста, правда, тоже в единичных случаях, говорит о верном понимании его природы.

В связи со всем вышесказанным становится очевидной необходимость включения практики создания креативного текста на всех этапах журналистского образования. Это необходимо еще и потому, что анализ предлагаемых студентами текстов обнаружил неразличение стилистической / речевой / лексической ошибки и приема креативного письма. Античные споры об аномалии и аналогии привели к тому, что «само понятие

аномалии претерпело изменение и стало рассматриваться не просто как отступление от правил, а как фактор языкового развития и языкового творчества, поэтому особое внимание стало уделяться намеренным отступлениям от нормы, несущим определенную функциональную, прежде всего эстетическую нагрузку» [6]. Как показывает практика, работа с «аномалиями» языка также требует системного подхода.

Итак, во-первых, необходимо развитие креативного потенциала студентов-журналистов за счет введения постоянного тренинга креативного письма с чередованием академического подхода и ярких практиков.

Во-вторых, поиск новых речевых средств оформления смыслопорождающих практик, использование стратегий копирайтинга в текстах массмедиа.

В-третьих, формирование и развитие навыков анализа прецедентных и интертекстуальных элементов в современных массмедийных текстах, поскольку использование культурем, значительно расширяющих смысловое поле текста, в то же время таит опасность их ошибочного распознавания и некорректного декодирования.

### Список литературы

1. Андрюхина, Л. М. Культурная топология креативности: возможности человека XXI века / Л. М. Андрюхина // Инновационные проекты и программы в образовании. — 2013. — № 1. — С. 3–8.
2. Антонова, С. М. Креативная языковая личность / С. М. Антонова // Стратегия современного высшего образования: проблемы, концепция, технология в зеркале русского языка : материалы конференции «Образование и общество» (Москва, 20–22 октября 2009 г.). — URL: <http://elibr.grsu.by/katalog/183827-423505.pdf>. — Дата обращения: 20.05.2017.
3. Антонова, С. М. Риторическая технология формирования и развития креативной языковой личности: концепция, технология, опыт, проблемы, перспективы / С. М. Антонова. — URL: <http://elibr.grsu.by/katalog/183827-423505.pdf>. — Дата обращения: 03.04.2017.
4. Брякова, И. Е. Креативная компетентность студента-филолога / И. Е. Брякова // Вестн. Челяб. гос. пед. ун-та. — 2013. — № 8.
5. Гильмутдинова, Р. У. Креативная компетентность и ее структура / Р. У. Гильмутдинова // Российская академия образования. Международная академия акмеологических наук. Центр акмеологических исследований. — 2013. — С. 46.
6. Козлова, Л. А. Языковые аномалии как средство реализации креативного потенциала языка и их функции в тексте / Л. А. Козлова // Вестн. Иркут. гос. лингвист. ун-та. — 2012. — № 4. — С. 121–128.
7. Федосеева, Е. В. Дискурсивная креативность пишущего в риторически модифицированном массмедийном дискурсе / Е. В. Федосеева // Вестн. Иркут. гос. техн. ун-та. — 2013. — № 1 (72). — С. 288–292.
8. Щербакова, Е. Е. Феномен «лингвистическая креативность» в современной психолого-педагогической науке / Е. Е. Щербакова, Е. В. Левичева // Вестн. Новосибир. гос. техн. ун-та им. Р. Е. Алексеева. Сер. «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». — 2012. — № 4.

### Сведения об авторе

**Панова Елена Юрьевна** — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия. [Elena\\_panova81@mail.ru](mailto:Elena_panova81@mail.ru)

*Bulletin of Chelyabinsk State University.*

2017. No. 11 (407). *Philology Sciences. Iss. 109. Pp. 43—47.*

## CREATIVITY IN PROFESSIONAL JOURNALISTIC EDUCATION: CHALLENGES VS STANDARDS

**E. Yu. Panova**

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. Elena\_panova81@mail.ru*

Discusses the specifics of professional journalism education in the context of the problem of formation and development of linguistic and creative competence; marked difficulties and prospects of this process in the light of scientific reflection and the implementation of educational standards.

**Keywords:** *vocational education, journalism, creativity, standard.*

### References

1. Andrjuhina L.M. Kul'turnaja topologija kreativnosti: vozmozhnosti cheloveka XXI veka [Topology Cultural creativity: human performance XXI century]. *Innovacionnye proekty i programmy v obrazovanii* [Innovative projects and programs in education], 2013, no. 1, pp. 3–8. (In Russ.).
2. Antonova S.M. Kreativnaja jazykovaja lichnost' [Creative language personality]. *Strategija sovremenogo vysshego obrazovanija: problemy, koncepcija, tehnologija v zerkale russkogo jazyka* [Strategy of modern higher education: problems, concept, technology in the mirror of Russian language]. Available at: <http://elib.grsu.by/katalog/183827-423505.pdf>, accessed 20.05.2017. (In Russ.).
3. Antonova S.M. Ritoricheskaj atehnologija formirovanija irazvitija kreativnoj jazykovoj lichnosti: koncepcija, tehnologija, opyt, problemy, perspektivy [Rhetorical technology of formation and development of creative language personality: concept, technology, experience, problems, prospects]. Available at: <http://elib.grsu.by/katalog/183827-423505.pdf>, accessed 03.04.2017. (In Russ.).
4. Brjakova I.E. Kreativnaja kompetentnost' studenta-filologa [Creative competence of the student-philologist]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk state pedagogical University], 2013, no. 8. (In Russ.).
5. Gil'mutdinova R.U. Kreativnaja kompetentnost' i ee struktura [Creative competence and its structure]. *Rossijskaja akademija obrazovanija. Mezhdunarodnaja akademija akmeologicheskikh nauk. Centr akmeologicheskikh issledovanij* [Russian Academy of education. International Academy of acmeological Sciences. The center of acmeological research], 2013, p. 46. (In Russ.).
6. Kozlova L.A. Jazykovye anomalii kak sredstvo realizacii kreativnogo potenciala jazyka i ih funkcii v tekste [Language abnormalities as a means of realization of the creative potential of language and its function in the text]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Irkutsk state linguistic University], 2012, no. 4, pp. 121–128. (In Russ.).
7. Fedoseeva E.V. Diskursivnaja kreativnost' pishushhego v ritoricheski modificirovannom massmedijnom diskurse [The Discursive creativity of the writing in rhetorically modified mass-mediated discourse]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta* [Bulletin of Irkutsk state technical University], 2013, no. 1 (72), pp. 288–292. (In Russ.).
8. Shherbakova E.E., Levicheva E.V. Fenomen «lingvisticheskaja kreativnost'» v sovremennoj psihologo-pedagogičeskoi nauke [The Phenomenon of “linguistic creativity” in the modern psychological-pedagogical science]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta im. R.E. Alekseeva. Serija «Upravlenie v social'nyh sistemah. Kommunikativnye tehnologii»* [Bulletin of Novosibirsk state technical University. R. E. Alekseev. Series “Management in social systems. Communication technologies”], 2012, no. 4. (In Russ.).