***А. Н. Марченко***

*Санкт-Петербургский государственный университет*

**ЯЗЫКОВАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА В АСПЕКТ Е ПРОБЛЕМЫ ДОВЕРИЯ ОБЩЕСТВА К СМИ**

Основу любой культуры, бесспорно, составляет язык. Недавно ушедший от нас выдающийся филолог и семиотик академик Ю. С. Степанов в своем «Словаре русской культуры» замечал, что переживаемый в ментальном мире каждого человека культурный знак – концепт – становится фактом определенной культуры, в первую очередь, благодаря «исходной форме». Форму эту выявляет этимология, дописьменная «предыстория» концепта, вслед за которой идут его история и современные оценки (см.: Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. М., 2001. С. 3).

В этом контексте представляется особенно важным вопрос языковой культуры журналиста. Ведь полезный своей стране и своему народу журналист оперирует не просто словами, но смыслами – концептами культуры. Миссия журналиста – посредничество, организация диалога, а в этих процессах нельзя не учитывать особенностей языка как основы коммуникации, его диалогизма.

Рассмотрим связь языковой культуры СМИ с проблемой доверия и недоверия в обществе. На западе проблема доверия активно разрабатывается с 70-х годов прошлого столетия (Н. Луман, Э. Гидденс, Дж. Коулмен и др.). В XXI в. она приобрела особое значение в связи с процессами глобализации. В России проблема доверия предстает в свете смены ценностной парадигмы в обществе. По мнению ряда ученых (Кузин, Веселов и др.) наше общество находится в ситуации, когда традиционная концептуальная связь «доверие – вера» практически разорвана, а пришедшая на ей на смену связка «рациональное доверие – знание» не принята широкими слоями, а установилась лишь в определенной социальной прослойке.

Принимая во внимание значимость доверия как основы социального капитала, журналист должен в любом коммуникационном действии учитывать менталитет широкой аудитории и контролировать процесс правильного (социально созидающего) понимания ею проблемы. Необходимой основой такого понимания должен быть язык: понятный и адекватный адресату СМИ.

К журналистике, как к текстопорождающей деятельности, применима идея М. М. Бахтина о диалогической природе слова и понимания. Доверие аудитории обеспечивается выполнением двух условий, вырастающих из одного корня – открытости, изначальной готовности и стремления журналистского слова к максимальному диалогизму. Первое условие: журналист должен настроиться на честное выражение своей позиции. Второе: словесная ткань, в которую облекается позиция журналиста, должна быть максимально прозрачной, чтобы честность и стремление к диалогу не разбивались о «языковой барьер».