

ВЕК ИНФОРМАЦИИ

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА:
КУЛЬТУРА ПОНИМАНИЯ

Материалы семинара форума
«Дни философии в Петербурге-2014»

Выходит 4 раза в год

С 2014 года статьи включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный по адресу <http://elibrary.ru> (Научная электронная библиотека).

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

199034,

Санкт-Петербург,

В. О., 1-я линия, д. 26

Тел.: (812) 328-3184

E-mail: press@jf.pu.ru

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При перепечатке ссылка на периодическое издание
«Век информации» обязательна.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»

ISSN 2306-417X

ВЕК ИНФОРМАЦИИ

**ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА:
КУЛЬТУРА ПОНИМАНИЯ**

Материалы семинара форума
«Дни философии в Петербурге-2014»

22 ноября 2014

2015. № 2(S2)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2015

ББК 76.01

В26

*Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета*

Век информации. Журналистика XXI века: культура понимания : матер.
В26 семинара всероссийского форума с междунар. участием «Дни философии
в Петербурге-2014». № 2(S2) / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконо-
сенко. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций,
2015. — 269 с.

Дискуссия по вопросам развития журналистики ежегодно органи-
зуется в рамках Дней философии в Санкт-Петербурге, материалы печат-
аются в виде сериальных выпусков. До 2012 г. она имела общее назва-
ние «Журналистика в мире политики», в настоящее время называется
«Журналистика XXI века». В 2014 г., в соответствии с общей тематикой
Дней философии «Университет в пространстве современной культу-
ры: философия, политика, мораль», дискуссия проходила под девизом
«Культура понимания». Организаторы стремятся поднять уровень об-
суждения до методологического осмысления миссии прессы, ее значе-
ния для будущего социума, культуры, человека.

Заседание состоялось 22 ноября 2014 года. Семинар организован
усилиями кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций
СПбГУ. Фактические сведения и цитаты даются в редакции авторов.
Для специалистов в области журналистики, философии, политологии,
других общественных наук, студентов и аспирантов.

ББК 76.01

Сериальное издание «Век информации» зарегистрировано
в Международном центре ISSN 19 декабря 2012 г.

Издатель Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета



© С.-Петерб. гос. ун-т,
Институт «Высш. шк. журн.
и мас. коммуникаций», 2015
© Авторы статей, 2015

SAINT PETERSBURG STATE UNIVERSITY
THE INSTITUTE "SCHOOL OF JOURNALISM
AND MASS COMMUNICATIONS"

ISSN 2306-417X

INFORMATION AGE

**JOURNALISM
OF THE XXI CENTURY:
CULTURE OF UNDERSTANDING**

Papers for the seminar at the All-Russia forum
with the international participation Days of
Philosophy in St. Petersburg-2014

22 November 2014

2015. N 2(S2)

ST. PETERSBURG

2015

*Published by decision of the Editorial advisory board
of the Institute “School of Journalism and Mass Communications”
of St. Petersburg State University*

Information Age. Journalism of the XXI century: Culture of understanding:
Papers for the seminar at the All-Russia forum with the international participation
Days of Philosophy in St. Petersburg-2014. N 2(S2). Igor N. Blokhin,
Sergey G. Korkonosenko (Eds.). — St. Petersburg: St. Petersburg State University;
School of Journalism and Mass Communications, 2015. — 269 p.

Discussion concerning development of journalism annually is being organized within the Days of Philosophy in St Petersburg. Before 2012 it had the general name “Journalism in the world of politics”; now it has a title “Journalism of the XXI century”. In 2014, according to the total theme of the Days of Philosophy — “University within the sphere of modern culture: Philosophy, politics, morality” the discussion had a subtitle “Culture of understanding”. Organizers are eager to raise a level of discussion up to fundamental reflections on the press mission and its value for the future society, culture, and the person.

The session took place on November 22, 2014. It was organized by the Theory of journalism and mass communications Dept of the St. Petersburg State University. The authors are responsible for their data being correct.

The book is addressed to experts in journalism, philosophy, political science, and other social studies, for students and post-graduate students.

© 2015 School of Journalism and Mass Communications
of St. Petersburg State University

© 2015 Papers authors

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Корконосенко С. Г.</i> Понимание в журналистике как объект исследования ...	11
Секция «Современная журналистика и мир жизни: проблемы понимания»	
<i>Марченко А. Н.</i> Журналистика и мир жизни: проблемы понимания. Обзор выступлений на секции	20
<i>Байбатырова Н. М.</i> Особенности миропонимания эмигранта в отражении публицистики авторов русского зарубежья	27
<i>Бережная М. А.</i> Понимание в журналистике: условия и компоненты процесса	36
<i>Василенко И. А.</i> Культура понимания и изобразительное искусство: журнал «Введенская сторона»	43
<i>Введенская О. В.</i> Пропаганда монархических идей в сетевой среде	54
<i>Воскресенская М. А.</i> Публицистика Серебряного века в контексте современности: уроки понимания и непонимания жизни	61
<i>Громова Л. П.</i> «Одействование» философии в журналистике (памяти профессора Ю. Н. Солонины)	71
<i>Казеннов А. С.</i> Понятие как средство и цель понимания	76
<i>Ливанова М. В.</i> Традиционные СМИ и новые коммуникативные практики локальных сообществ: синдром отчуждения	84
<i>Мансурова В. Д.</i> Плюрализм картин мира и релятивизм «личностного знания»	90
<i>Мисонжников Б. Я.</i> «Геометрический дискурс» как метафизическая категория	97
<i>Сидоров В. А.</i> Журналистика и публичность интерпретации смыслов ...	106
<i>Филимонов А. О.</i> Проблема интерпретации и понимания новых направлений в литературе. Вневизм, противостоящий постмодернизму ...	117
<i>Шевченко А. В.</i> Понимание как средство поддержания человечности СМИ	128
<i>Шестакова Э. Г.</i> Публичный интеллект и проблемы культуры понимания в журналистике	138

Секция «Понимание в профессиональной культуре журналиста»	
<i>Путинцева О. С.</i> Понимание в профессиональной культуре журналиста. Обзор выступлений на секции	155
<i>Авдонина Н. С.</i> Журналистика Среднего Запада: учиться и работать в Миссури	164
<i>Александрович В. Ю.</i> Видеохостинг Youtube как площадка для развития гражданской журналистики	171
<i>Базанова Д. Д., Гришанина А. Н.</i> Духовные лидеры на телеэкране: новые стратегии взаимопонимания	178
<i>Блохин И. Н.</i> Методология понимания в научной и журналистской деятельности	186
<i>Галиуллина В. А.</i> Этнополитический дискурс: понимание в Интернете	196
<i>Громова Э. Г., Клюев Ю. В.</i> Взаимопонимание в диалоге на телевидении и радио: ретроспектива и современное состояние	206
<i>Ильченко С. Н.</i> Журналистика источников лжеинформации: кризис доверия в условиях шоу-цивилизации	217
<i>Куксин И. А.</i> Ядерная отрасль в отражении СМИ: кризис объективности ...	228
<i>Почкай Е. П.</i> Категория «Другие» в этнографических экранных путешествиях	235
<i>Путинцева О. С., Фатеев А. В.</i> Реализация принципа понимания (из профессионального опыта)	245
<i>Третьякова О. В.</i> Обманчивая простота судебной журналистики	253
<i>Ускова Д. А.</i> Современное понимание музыкальной журналистики	262

CONTENTS

<i>Korkonosenko S. G.</i> Culture of understanding in journalism as a research object	11
Section “Modern journalism and the life-world: Problems of understanding”	
<i>Marchenko A. N.</i> Journalism and the life-world: Problems of understanding. Section speeches’ summary	20
<i>Baybatyrova N. M.</i> Special features of emigrant’s outlook in the reflection of the Russian Diaspora	27
<i>Berezhnaia M. A.</i> Comprehension in journalism: Conditions and components of the process	36
<i>Vasilenko I. A.</i> Culture of comprehension and fine arts: “Vvedenskaya Storona” magazine	43
<i>Vvedenskaia O. V.</i> Propaganda of monarchic ideas in the net environment ...	54
<i>Voskresenskaya M. A.</i> Journalism of the Silver age in the context of the present: Lessons of understanding and misunderstanding of life	61
<i>Gromova L. P.</i> Practical use of philosophy in journalism (Memories of Professor Yu. N. Solonin)	71
<i>Kazennov A. S.</i> Notion as a method and a goal of understanding	76
<i>Livanova M. V.</i> Traditional mass media and new communicative practices of local communities: Alienation syndrome	84
<i>Mansurova V. D.</i> Pluralism of world views and relativity of “personal knowledge”	90
<i>Misonzhnikov B. Ya.</i> “Geometrical discourse” as a metaphysical category	97
<i>Sidorov V. A.</i> Journalism and public interpretation of meanings	106
<i>Filimonov A. O.</i> The problem of interpretation and understanding of new directions in the literature. Vnevism, as opposed to postmodernism	117
<i>Shevchenko A. V.</i> Understanding as an instrument of maintaining humaneness in the mass media	128
<i>Shestakova E. G.</i> Public intellectual and problems of culture of understanding in journalism	138

Section “The understanding in a professional culture of journalist”

<i>Putintseva O. S.</i> Understanding in the professional journalistic culture. Section speeches’ summary	155
<i>Avdonina N. S.</i> Midwest journalism: Teaching and working in Missouri	164
<i>Alexandrovich V. Y.</i> YouTube for the development of citizen journalism	171
<i>Bazanova D. D., Grishanina A. N.</i> Spiritual leaders on a TV screen: New strategy of mutual understanding	178
<i>Blokhin I. N.</i> Methodology of understanding in the scientific and journalistic activities	186
<i>Galiullina V. A.</i> Ethno-political discourse: The understanding in the Internet	196
<i>Gromova E. G., Klyuev Y. V.</i> Mutual understanding in dialogue on TV and radio: Retrospection and current state	206
<i>Ilchenko S. N.</i> Journalism of false sources: Crisis of the trust at conditions of show-civilization	217
<i>Kuksin I. A.</i> The nuclear industry in the media reflection: Crisis of objectivity ...	228
<i>Pochkay E. P.</i> The category of “Others” in the ethnographic screen travel ...	235
<i>Putintseva O. S., Fateev A. V.</i> Realization of the understanding principle (on professional experience)	245
<i>Tretyakova O. V.</i> Deceptive simplicity of judicial journalism	253
<i>Uskova D. A.</i> Modern understanding of music journalism	262

С. Г. Корконосенко
С.-Петербургский гос. ун-т

ПОНИМАНИЕ В ЖУРНАЛИСТИКЕ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Автор раскрывает содержание и методические подходы к выполнению исследовательского проекта, посвященного проблеме понимания в современной журналистике. Понимание рассматривается в контекстах журналистской практики, изучения медиа и преподавания в журналистских школах. Комплексный проект реализуется в Санкт-Петербургском государственном университете.

Ключевые слова: культура, понимание, журналистика, профессиональная квалификация, методы труда, преподавание.

S. G. Korkonosenko
St. Petersburg State University

CULTURE OF UNDERSTANDING IN JOURNALISM AS A RESEARCH OBJECT

The author describes the contents and methodical approaches to implementation of the research project devoted to the problem of understanding in modern journalism. The understanding is considered in contexts of journalistic practice, studying of media, and teaching at journalistic schools. The complex project is realized in St. Petersburg State University.

Key words: culture, understanding, journalism, professional qualification, labour tools, teaching.

В научной деятельности существуют такие темы, которые всегда как бы незримо присутствуют в сознании исследовательского сообщества, их значимость подразумевается по умолчанию, они в той или иной форме затрагиваются в публикациях — и вместе с тем не получают специальной разработки. К числу таких присутствующих / отсутствующих тем относится культура понимания в журналистике.

Вряд ли найдутся возражения против того, что эта характеристика непосредственно относится к журналистике — как к современной практике, так и к социальному институту в целом. Взаимодействие с окружающей средой требует понимания ее кодов и правил — хотя бы для успешной ориентации и адаптации к ней. Отражение действительности также предполагает, что события и процессы поняты и на этой основе оценены. Успех в донесении до аудитории суждений и взглядов автора прямо зависит от того, насколько точно он выбрал пути к взаимопониманию с партнером по общению, в конце концов — насколько внятны для публики язык и смысл его выступления. В первом приближении культура понимания в журналистике включает в себя культуру мысли, владение инструментами профессионального познания, развитую интуицию и способность непредвзято воспринимать людей, события, идеи, процессы, но прежде всего — желание понять и быть понятым.

На наш взгляд, изложенные идеи признаны журналистским миром в статусе аксиом, на уровне моральной философии профессии, и различными могут быть лишь их трактовки. Тем не менее это как раз тот случай, когда специального целенаправленного изучения тема не получила, более того — она не была сформулирована. Попытка ликвидировать этот пробел предпринята в описанном ниже проекте.

Исследовательский проект «Культура понимания в журналистике современной России» был заявлен для участия в конкурсе внебюджетных НИР СПбГУ в 2014 г. и получил поддержку и финансирование со стороны Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций.

Фундаментальная проблема, лежащая в основе проекта, определяется следующим образом: комплексная разработка концепта

«культура понимания» применительно к журналистике как области 1) практической деятельности, 2) научных исследований и 3) профессионального образования. Исследовательский коллектив поставил перед собой ряд взаимосвязанных задач:

— формирование и теоретико-концептуальное структурирование исследовательского направления, определяемого как культура понимания в журналистике;

— концентрация исследовательских усилий на данном направлении — на уровне коллектива исполнителей, научного общества СПбГУ и межвузовского сотрудничества;

— внедрение концепта «культура понимания» в научно-исследовательскую и учебно-образовательную практику научных и образовательных организаций по профилю журналистики;

— трансляция положений и результатов НИР в российское и международное научное сообщество;

— подготовка серии публикаций в отечественных и зарубежных рецензируемых изданиях как формы представления результатов.

Задачи поставлены в расчете на то, что предложенная тема вызовет интерес и резонанс в исследовательских кругах. Иначе говоря, она несет в себе актуальность как атрибут всякого квалифицированно выполненного проекта. На наш взгляд, дело обстоит именно так. Актуальность, в самом широком контексте, определяется необходимостью через средства массовой информации создавать условия для оптимального социального взаимодействия в обществе. Соответственно, от журналистов требуется развитая культура понимания общества и его разнообразных представителей, проявляющаяся в интеллектуальных, эмоционально-психологических и профессионально-методических формах. По оценке исследователей коммуникативных аспектов культуры понимания в современной России, «исторически получалось так, что любой народ, любые государственные институты накапливали и воспроизводили в ряду поколений те формы коммуникативного взаимодействия... которые в наибольшей степени содействовали стабилизации общественных процессов. И согласие выступало в этом случае как результат взаимодействия воспитательных, правовых, образовательных и прочих социальных мер, в многообразии сво-

ем составляющих культурную среду...» [4]. Только постигая и постигнув сущностные доминанты этой культурной среды, журналистика и журналисты органично вольются в нее и станут одной из движущих сил ее развития.

Применительно к практике СМИ тема актуальна с точки зрения повышения общественной ценности журналистского труда, его полезности для динамичной социальной реальности, а также творческого роста и карьеры журналиста. Умение и желание понимать окружающий мир представляет собой доминантную характеристику профессионала журналистики, в отсутствие которой иные технические навыки и умения утрачивают позитивную общественную и производственную значимость. Развитая культура понимания способствует раскрытию личностного потенциала сотрудника СМИ, повышению качества и эффективности его деятельности.

Для исследовательской работы в области журналистики овладение культурой понимания открывает путь к адекватному отражению мира прессы, с учетом изменчивости его характеристик, преодолению разрыва между теорией и практикой и продуктивному диалогу между ними на языке взаимопонимания. В этой системе координат практика прессы становится действительностью, требующей верного понимания, а не конструирования воздушных замков, и здесь тоже нужно вырабатывать определенные алгоритмы и модели профессионального поведения.

В образовательно-педагогической практике культура понимания выражается в овладении методическими и психологическими инструментами, способствующими поддержанию диалогического режима общения с учащимися, учету их возрастных и субкультурных особенностей, усвоению аудиторией ценностей профессии и университетского миропорядка. Дополнительную значимость педагогический аспект понимания получает в условиях международного сотрудничества, которое стало нормой университетской жизни. Вот характерная иллюстрация. В процессе подготовки проекта его инициаторы получили предложение исполнительного директора Финского фонда медиа и развития *Саллы Назаренко* организовать цикл совместных семинаров

для студентов по вопросам освещения в журналистике социальной стратификации общества. Вряд ли нужно доказывать, что проблемы взаимопонимания остро станут для российских и финских преподавателей, равно как и их слушателей.

В тесной связи с актуальностью находится новизна темы и программы ее разработки. Как можно заметить, авторы проекта претендуют на первенство в постановке вопросов и их специальном изучении. При этом верным будет утверждение, что предложенная тема дополняет и обогащает значительный объем публикаций исследовательского и учебного назначения, находящихся в обороте специалистов.

Анализ современного состояния научного знания о журналистике показывает, что ближе всего к нашей области интересов стоит систематизация профессиональных качеств журналиста и критериев его квалификации. В свет выходит немало трудов, затрагивающих эти вопросы: *Ахмадулин Е. В.* Основы теории журналистики. М.; Ростов н/Д., 2008; *Коханова Л. А., Калмыков А. А.* Основы теории журналистики. М., 2009; *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. 8-е изд., испр. М., 2011; *Свицич Л. Г.* Введение в специальность. Профессия: журналист. 3-е изд., испр. и доп. М., 2011; *Цвик В. Л.* Введение в журналистику. 2-е изд. М., 2000; *Чевозерова Г. В.* Основы теории журналистики. В 2 ч. 2-е изд., стер. Тольятти, 2013 и др. Ценный вклад в рассмотрение качеств журналиста вносят опытные сотрудники СМИ, по-своему трактующие понятие профессионализма (*Басков В. Я., Рубинов А. З.* Секреты журналистики (социальный корреспондент). М., 2008; *Друзенко А., Карапетян Г., Плутник А.* С журналистикой покончено, забудьте! М., 2007 и др.). Совокупность вопросов такого рода регулярно обсуждается в трудах зарубежных ученых: *МакКуэл Д.* Журналистика и общество. М., 2013; *Handbook of Journalism Studies / ed. by K. Wahl-Jorgensen and Th. Hanitzsch.* New York (USA), 2009; *McChesney R. W., Nichols J.* The Death and Life of American Journalism: The Media Revolution that Will Begin the World Again. Philadelphia (USA), 2010; *Merrill J. C.* The Dialectic in Journalism. Toward a Responsible Use of Press Freedom. Baton Rouge; London, 1993, etc. Таким образом, проблемы квалифика-

ции журналиста и его отношений с социальным миром находятся в центре напряженного исследовательского внимания.

Немалые усилия для их разработки прилагают сотрудники СПбГУ как авторы научных и учебно-образовательных публикаций, приобретших известность в исследовательской среде. В их работах рассматриваются социальные, производственные, психологические, этнокультурные, ценностные компоненты культуры журналиста как условия его эффективного взаимодействия с обществом: *Блохин И. Н.* Журналистика в этнокультурном взаимодействии. СПб., 2013; *Журналистика, общество, ценности* / под ред. В. А. Сидорова. СПб., 2012; *Корконосенко С. Г.* Введение в журналистику. М., 2011; *Кузин В. И.* Психологическая культура журналиста. СПб., 2004; *Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н.* Журналистика. Введение в профессию. СПб., 2014; *Основы журналистской деятельности* / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2013; *Сидоров В. А.* Политическая культура журналиста. СПб., 2010; *Социальная эволюция журналистской профессии* / ред.-сост. И. Н. Блохин. СПб., 2006 и др.

Вместе с тем вопрос о культуре понимания как специфической характеристике современной журналистики фактически не поднимается в его прямой постановке. К тому же большинство перечисленных публикаций носит статус учебных изданий, и, значит, углубленное погружение в анализ одной из составляющих профессиональной квалификации редакционных сотрудников не входит в задачи авторов. Частично, через призму своей дисциплины, к пониманию в процессе массовой коммуникации на современном материале обращаются культурологи и социологи (*Воскобойников А. Э.* Монолог о Диалоге и Понимании // Знание. Понимание. Умение. 2006. № 1; *Микешина Л. А.* Герменевтические смыслы образования // Философия образования / под ред. А. Н. Кочергина. М., 1996; *Лапина Т. С.* Общее понимание культуры: социально-философское обоснование // Философия и общество. 2008. № 2; *Эпштейн М.* От гуманитарных наук к гуманитарным технологиям // Современная коммуникативистика. 2014. № 1 и др.). Однако этого материала явно недостаточно для интерпретации культуры понимания в контексте журналистики.

Есть основания считать, что предлагаемая тема является одновременно и продолжением ранее начатой научной традиции, и качественно новым ее дополнением.

Если вернуться формулировке проблемы, то в ней ясно видно намерение выполнить комплексную разработку культуры понимания в журналистике. Эту характеристику проекта не надо воспринимать как дань традиции или следование шаблону составления заявочных документов. Комплексный характер исследования выражается в рассмотрении темы и проблемы в трех направлениях, или областях деятельности, охватываемых понятием «журналистика» (практика СМИ, исследование и преподавание). Комплексность также обеспечивается привлечением сил специалистов из разных научных центров, что дает возможность насытить проект разнообразием смысловых оттенков и фактических сведений (состав участников семинара и авторов публикуемых материалов служит надежным подтверждением реализации этого замысла). Далее, дисциплинарная принадлежность исследования укрупнена до широких пределов, и можно предположить, что тематика вберет в себя подходы с позиций разных отраслей науки, ставящих в центр своего внимания феномен и процессы журналистики. Разумеется, именно журналистика и научно-понятийный и методический инструментарий, применяемый в данной области знания, остаются системообразующим ядром проекта.

Наконец, тема рассматривается как на фундаментальном, так и на эмпирическом и прикладном уровнях (в последнем случае — с точки зрения совершенствования взаимодействия преподавательского корпуса с учащимися). На фундаментальном уровне теоретико-методологическую основу составляет теория понимания, разрабатываемая в гуманитарной науке — ее философской, культурологической, социологической, педагогической, психологической ветвях и, в частности, в герменевтике. На уровне частной научной теории (теории среднего уровня) формируется синтез общенаучных, теоретико-журналистских и научно-педагогических подходов, что дает возможность целостно охватить явление культуры понимания применительно к жур-

налистике и журналистскому образованию. На эмпирическом уровне предусматриваются замеры состояния профессионального сознания (самосознания) в среде практиков журналистики, преподавателей и обучающихся в системе журналистского образования, с соответствующим программно-методическим обеспечением в каждом случае.

Базовым подразделением проекта является кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. Ее сотрудники систематически занимаются вопросами профессиональной культуры и личности журналиста. Ими в последние годы выполнено несколько исследовательских проектов, на этой основе изданы коллективные монографии, в которых в теоретическом и эмпирическом плане представлены вопросы взаимодействия журналиста с непрерывно обновляющейся социальной, ментальной и интеллектуальной средой [3, 5, 6]. Вопросы такого рода год за годом ставятся в повестку организуемых кафедрой семинаров форума «Дни философии в Петербурге» [1, 2]. В научно-педагогическом отношении кафедра занимается проблемами организации и методики преподавания журналистских дисциплин. Соответствующий потоковый курс читается в магистратуре; в связи с введением в действие учебного плана для аспирантуры исполнители проекта разрабатывают ряд курсов педагогического профиля, которые по материалу и идейной насыщенности существенно отличаются от курсов предшествующих уровней образования.

Какие научные результаты предполагается получить по итогам выполнения проекта? Они распределяются по тем направлениям работы (сферам деятельности), которые были заявлены на этапе замысла:

— теоретико-концептуальное обоснование исследовательского направления, определяемого как культура понимания в журналистике;

— методология и методика исследования культуры понимания на материале российской журналистики;

— эмпирические данные об уровне развития культуры понимания в практической журналистике, преподавательском сообществе и в среде обучающихся;

— формирование исследовательского дискурса по проблемам культуры понимания в журналистике.

Часть планируемых результатов достигнута через посредство семинара, материалы которого публикуется в настоящей книге. За это организаторы выражают глубокую признательность специалистам, откликнувшимся на предложение об осмыслении увлекательной и многомерной проблемы культуры понимания в журналистике современной России.

Литература

1. Журналистика XXI века: к правде жизни / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. СПб., 2014.
2. Журналистика XXI века: навстречу человеку / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. СПб., 2013.
3. Медиа накануне постсекулярного мира / под ред. В. А. Сидорова. СПб., 2014.
4. *Ротанова М. Б.* Философско-коммуникативный аспект феномена культуры понимания // Eurasian Linguistics University. <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/130>.
5. Современный российский медиаполис / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2012.
6. Теории журналистики в России: зарождение и развитие / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2014.

СЕКЦИЯ

«Современная журналистика и мир жизни: проблемы понимания»

Руководитель — проф. С. Г. Корконосенко

Ученый секретарь — А. Н. Марченко

А. Н. Марченко

С.-Петербургский гос. ун-т

ЖУРНАЛИСТИКА И МИР ЖИЗНИ: ПРОБЛЕМЫ ПОНИМАНИЯ

Обзор выступлений на секции

В статье дается характеристика целей и задач семинара «Журналистика XXI века: культура понимания», а также делается краткий обзор выступлений на пленарной части семинара и секции «Журналистика и мир жизни: проблемы понимания». Особое внимание уделяется дискуссионным моментам работы секции.

Ключевые слова: культура понимания, теория журналистики, исследования журналистики, журналистское образование.

A. N. Marchenko

St. Petersburg State University

JOURNALISM AND THE LIFE-WORLD: PROBLEMS OF UNDERSTANDING

SECTION SPEECHES' SUMMARY

The article presents a brief review of the goals and objectives of the “Journalism of the XXI century: Culture of understanding” seminar as well as speeches at the “Journalism and the life-world: Problems of understanding” section. Particular attention is paid to the discussion points.

Key words: culture of understanding, journalism theory, media studies, journalism education.

Научно-практический семинар «Журналистика XXI века: культура понимания» прошел в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» С.-Петербургского государственного университета 22 ноября 2014 года. Традиционная встреча журналистов на форуме «Дни философии в Санкт-Петербурге» собрала порядка пятидесяти участников, не только представителей СПбГУ и петербургских вузов, но и исследователей из десятка городов России: от Томска и Челябинска до Архангельска и Смоленска. Как и год назад, для более детального обсуждения тематики семинар разделился на две секции: «Журналистика и мир жизни: проблемы понимания», руководитель профессор С. Г. Корконосенко, и «Понимание в профессиональной культуре журналиста», руководитель профессор И. Н. Блохин.

«Тема культуры понимания долго вызревала, находила себя, — отметил во вступительном слове С. Г. Корконосенко. — Наши предыдущие заседания, когда рассматривалось отношение журналистики к правде жизни, к познанию человека, служили предпосылкой для этой встречи». Заметив, что замысел

разрастается и для удобства общения мероприятие теперь делится на две секции, С. Г. Корконосенко предложил преобразовать семинар в полноценную двухдневную конференцию. Забегая вперед отметим, что этот вопрос активно обсуждался, и в итоге предложение было поддержано с пожеланием, чтобы на конференцию в будущем году были приглашены практикующие журналисты, без которых обсуждение носит односторонний характер.

Очерчивая план работы, С. Г. Корконосенко выделил три аспекта культуры понимания. Во-первых, это общественная потребность в понимании, которую можно считать сформированной, но находящейся под угрозой, ведь привычка читателя к пониманию действительности должна постоянно питаться соответствующими публикациями и идеями, без которых от нее легко можно отвыкнуть. Во-вторых, культура понимания имеет профессионально-прикладной аспект: все чаще приходится сталкиваться с тем, что у журналистов нет желания понять реальную жизнь, а, следовательно, им нечего дать аудитории. С этим положением связан и третий аспект — педагогический. Культура понимания должна быть заложена в образование тех, кто готовится к профессиональной деятельности. Высшая школа разрабатывает эти направления комплексно, но прямую ответственность она несет именно за результаты образовательной деятельности. Здесь возникает немало своих вопросов, среди которых — поддержание связи поколений и установление взаимопонимания со студентами.

Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, увидев актуальность этой проблематики, начала разработку научного проекта «Культура понимания в журналистике современной России», цель которого — комплексная разработка концепта «культура понимания» применительно к журналистике. Настоящий семинар, а также секция СПбГУ «Преподаватель журналистики: диалоги о профессии» на конференции «Журналистика в 2014 году» (МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015) призваны внести концепт культуры понимания в сообщество исследователей и преподавателей журналистики,

утвердить культуру понимания как атрибут профессионализма сотрудника СМИ и заложить основу для совместной работы в этом направлении. Силами одной кафедры с поставленными задачами не справиться, — подчеркнул в связи с этим С. Г. Корносенко.

Об опыте осмысления проблемы понимания в студенческом сообществе рассказал аспирант кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций, редактор студенческого научного альманаха «Опыты» А. Н. Марченко. Он представил презентацию нового номера альманаха с темой «Понимание жизни», авторами которого выступили студенты А. Девицков и К. Шаповалова, магистранты О. Введенская, И. Глазунова, В. Иванец, К. Постникова, О. Соловьева и Н. Филипченко. Подготовка номера подтвердила, что понимание в исследовательской работе основано на выявлении и осознании связей между ключевыми понятиями проекта. Однако это — сугубо личный духовный процесс, можно лишь указать на ряд типичных трудностей. Среди них — «выкручивание рук понятиям», когда по ходу анализа меняется содержание понятий или вместо уточнения отдельных характеристик вводятся новые понятия, что делает невозможным установление связей между ними. Другая трудность — неумение связывать цитаты и примеры с развитием мысли; для ее преодоления нужно бороться со студенческим представлением о том, что научный текст — это сцепление цитат авторитетов. Последние должны служить для опоры и проверки мысли автора, но не составлять все ее содержание. И, наконец, непосредственное отношение к пониманию имеет формулирование проблемы исследования, причем не только на уровне практики, но и на уровне содержания и связей понятий. В этом смысле понимание и выверенное формулирование проблемы — большая часть пути к пониманию действительности.

Профессор Е. В. Курбакова (Нижегородский гос. лингвистический ун-т) развила тему общественной потребности в понимании, которую подчас не может удовлетворить журналистика. Она показала динамику общественной потребности в журнали-

сте, который в прошлом являлся и «милостивым государем редактором», и «щупальцем партии», а сейчас становится пиарщиком: формирует условия для успеха организаций или занимается самопрезентацией.

Профессор *М. А. Бережная* (СПбГУ) выделила основные структурные элементы понимания: историко-культурный бэкграунд, актуальное значение предметов, о которых идет общественная дискуссия, а также субъективная позиция журналиста. Преподаватель *А. С. Смолярова* (СПбГУ) предложила тезис о том, что эти элементы, как в призме, преломляются в понятии объективности. Она сосредоточила внимание на факторах объективности журналистских произведений: субъективной картине реальности и комплексе методов, применяемых для фиксации событий. Суждение об относительности объективности вызвало широкую полемику. Профессор *Н. Л. Волковский* (СПбГУ) сослался на известный эксперимент У. Липпмана и отметил, что журналист как личность всегда будет субъективен, нужно лишь сознательно управлять этой субъективностью, например, изучая психологию журналистики. *М. А. Бережная* подчеркнула, что в условиях относительности объективности журналист может и должен осознавать меру своей объективности и меру погружения в какой-либо процесс. *С. Г. Корконосенко* отметил, что на трактовку объективности влияет иноязычное происхождение слова, из-за чего она воспринимается слишком прямолинейно, алгоритмизированно, из нее исключается «ненаучный» смысл, журналистское «нутро», которое напрямую влияет на подачу информации. Это рассуждение продолжил профессор *А. С. Казенов* (С.-Петербургский гос. торгово-экономический ун-т), который с философской точки зрения разъяснил, что объективность — это принцип, характерный для субъект-объектных отношений, журналистика же — субъект-субъектная деятельность, в ней более уместно говорить о предметности, причем научная и журналистская предметности различаются между собой: первая имеет дело с типичными явлениями, вторая — с единичными, неповторимыми. Профессор *В. А. Сидоров* (СПбГУ) высказался против отнесения объективности к методической сфере — это принцип, условие использо-

вания методов, такой же, как историзм и т. п. А. С. Смолярова ответила на это, что объективность, являясь, безусловно, принципом, в работе конкретных журналистов раскладывается на ряд инструментальных приемов, с помощью которых журналист оценивает соответствие своего текста своей же картине действительности.

Отдельные аспекты понимания процессов в медиасфере представили студентка *Е. А. Чазова* (С.-Петербургский гос. ун-т технологии и дизайна) и доцент *М. В. Ливанова* (Смоленский гос. ун-т). Е. А. Чазова отметила, что, по результатам опроса студентов, жители Петербурга имеют желание знакомиться с иностранными источниками информации, но далеко не всегда это желание воплощается в действие. М. В. Ливанова обрисовала противоположную ситуацию, когда у жителей Смоленской области есть реальная потребность в диалоге с властью, однако районные СМИ представляют собой трибуны, а не коммуникативные площадки. В этой ситуации люди и группы, выступающие против давления власти, уходят на интернет-площадки.

Профессор *А. В. Шевченко* из Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Москва) сделала экскурс в литературу вопроса, от классики (Ф. Шеллинг, Ж. Пиаже, Т. Парсонс и Ю. Хабермас) до компактных современных обобщений, например, статьи Л. Г. Васильева «Три парадигмы понимания». Исследовательница, с одной стороны, выделила проблемы понимания общественно-политической сферы: имманентное человеку не-понимание, а также семантические сдвиги — отклонение общественного мнения от логических, этических и поведенческих стандартов. С другой — наметила возможные точки роста, к которым относится необходимость ориентации журналистов на деонтическую (нормативную) логику, а также особое отношение журналистов к своему труду. «Россия понимается любовью», — подкрепила последний тезис А. В. Шевченко.

Философский аспект проблемы понимания затронули в своих выступлениях профессора А. С. Казеннов и В. А. Сидоров.

А. С. Казеннов развил рассуждение об отличиях познания в журналистике и науке: если наука выражает в понятиях типичное (по Гегелю: понять — выразить в понятиях), то журналистика, работая с единичными явлениями, выражает их не в понятиях, а в представлениях, что отрицательно сказывается на логике, но является неотъемлемой характеристикой журналистского познания. В. А. Сидоров выделил разные виды понимания внутри журналистики, а также указал на источник понимания — мировоззрение и ценности личности.

Журналистика постсоветского пространства как фактор взаимопонимания народов была в центре внимания доцента З. Ф. Хубецовой (СПбГУ), которая поставила вопрос: почему в интеграционных мероприятиях, когда распространяется опыт в сфере политических институтов и технологий, например электронного правительства, не учитывается журналистика, не происходит интеграция профессиональных сообществ и контента? А. С. Смолярова предложила при поиске ответа на этот вопрос учесть опыт Европейского Союза, где не удалось интегрировать журналистику — она осталась национальной. В. А. Сидоров предложил обратить внимание на «пределы», то есть общества, в которых находятся журналисты: если раньше это были пределы Советского Союза, то сейчас — России, Беларуси и т. д. А. В. Шевченко сделала акцент на поиске общей основы для интеграции, она на своем опыте констатировала отличия в менталитете у тех же россиян и белорусов, причем часто не в пользу россиян. В дискуссию о целях и средствах интеграции на постсоветском пространстве включились также М. В. Ливанова и доцент Ф. А. Аракелян (С.-Петербургский гос. ун-т технологии и дизайна).

В качестве исторической иллюстрации этой темы Ф. А. Аракелян сделала сообщение об упоминании армян, грузин и азербайджанцев на страницах «Санкт-Петербургских ведомостей» конца XIX века. По наблюдению исследовательницы, уже тогда проявляется тенденция указывать национальность героя в «плохих» новостях, и не указывать — в хороших.

В завершающей части секции выступила доцент В. С. Байдина (Томский гос. ун-т), которая развила концепцию В. А. Си-

дорова о времени бытия журналиста и поставила вопрос о возможности журналистского контроля репрезентации социального времени. А. О. Филлимонов (Союз писателей России) и магистрантка О. В. Введенская (СПбГУ) говорили о потенциально актуальных явлениях современной медиасферы, соответственно — о литературном направлении «внеизм» и российском монархизме как идеологическом и коммуникативном проекте.

В дискуссии по окончанию работы секции было принято решение поднять статус научного мероприятия до конференции. В заключительном слове С. Г. Корконосенко поделился наблюдениями за работой других площадок форума «Дни философии», где были неудачные попытки понять настоящее и будущее российских медиа с помощью бытовых примеров и спонтанных ассоциаций. С. Г. Корконосенко пожелал коллегам поддерживать высокий уровень размышлений и находить верное сочетание академического и практического подходов к наблюдению и анализу явлений. Именно такая работа способна сделать содержательными и полезными будущие встречи, теперь уже в рамках конференции «Журналистика XXI века...».

Н. М. Байбатырова

Астраханский гос. ун-т

ОСОБЕННОСТИ МИРОПОНИМАНИЯ ЭМИГРАНТА В ОТРАЖЕНИИ ПУБЛИЦИСТИКИ АВТОРОВ РУССКОГО ЗАРУБЕЖЬЯ

Статья посвящена отражению мировоззренческих концепций русской эмиграции в публицистике писателей русского зарубежья второй половины XX века. Особенное внимание уделяется истолкованию авторами-эмигрантами истории советского государства, направлений общественного развития покинутой страны.

Ключевые слова: миропонимание, публицистика, русское зарубежье, «третья волна», эмиграция.

N. M. Baybatyrova
Astrakhan State University

SPECIAL FEATURES OF EMIGRANT'S OUTLOOK IN THE REFLECTION OF THE RUSSIAN DIASPORA

The article is devoted to the reflection of the ideological concepts of the Russian emigration in journalism of writers of the Russian Diaspora in the second half of the XX century. Special attention is given to interpretation of the Soviet history by emigrant journalists, the directions of social development in the stricken country.

Key words: outlook, publicism, Russian Diaspora, “the third wave”, emigration.

Эмигрантское миропонимание как философский феномен следует рассматривать в совокупности познавательной, культурной и идейной составляющих. Ментальная организация каждого покинувшего родину индивидуума отражает восприятие устройства «мира оставленного» и «мира нового». Элементы общности в мировоззрении русских эмигрантов «третьей волны» были обусловлены историческими, политическими, культурными факторами. В отличие от эмигрантов первой и второй «волн» выехавшие за пределы Советской России во второй половине XX в. не пережили страшных гонений и ужасов гражданской и двух мировых войн, революции. В целом «третья волна» стала добровольным явлением, актом несогласия интеллигенции с коммунистической идеологией. Массовый поток русских советских эмигрантов в США имел политические и этнические первопричины. «Третью волну» эмиграции часто называют этнической, поскольку на Запад устремилось еврейское население. Благодаря

усиливающимся в 1980–1990-е гг. процессам глобализации взаимопроникновение русской эмигрантской и принимающей культуры приобрело более динамичный характер.

Несмотря на добровольное в большинстве случаев переселение, бывшие советские граждане, приехав в другие страны — более благополучные государства Запада, — испытали стадии первоначального культурного шока и последующей адаптации. Особенности формирования миропонимания эмигрантов прослеживаются в произведениях публицистов и писателей русского зарубежья второй половины XX в.

В кругу русских эмигрантов существовали разные мировоззренческие концепции. Если *Р. Гуль* вынес в название своих мемуаров утверждение «Я унес Россию», то *Ф. Степун* говорил о прямо противоположном: «Россия осталась в России, а не переехала в эмигрантских сердцах в Париж, Берлин и Прагу» [Цит. по: 9; 164]. Писатель-эмигрант нередко мыслил себя эмигрантом в специфическом смысле — вырванным из любой общности. «Писатель всегда в какой-то степени изгнанник» [8; 7], — утверждал *Б. Хазанов*. Он был уверен, что «писатель везде эмигрант и едва ли способен создать что-нибудь стоящее, барахтаясь в “туще жизни”» [Там же].

В основе проблематики эмигрантской публицистики лежало ощущение себя «нигде», «между». Так *В. Перельман* писал: «Мы создали свой особый микромир — не русский, не советский и чем-то совсем не американский — и вот уже который год в нем живем» [10; 120]. *П. Вайль* и *А. Генис* так оценили долю эмигранта: «Горечь нашего поля в том, что мы подвешены в безвоздушном пространстве. Нам некуда возвращаться — поскольку мы переросли свое прошлое. И нам не хочется идти вперед, потому что нам чуждо наше будущее» [2; 142].

Как утверждают исследователи *С. И. Тимина*, *В. Е. Васильев* и *О. Ю. Воронина*, «мироощущение авторов-эмигрантов, чувствующих невозможность жить новой жизнью “здесь и сейчас”, привело в лоно поэтики постмодернизма» [14; 164]. Новой реальностью стало для них вымышленное художественное пространство, где они вели игровой диалог с культурными мирами. Одним из

ключевых понятий философской публицистики эмиграции постмодернистского направления явилось обостренное переживание экзистенциальных проблем. Это было вызвано реалиями жизненного опыта писателей — специфическими переживаниями при отъезде / изгнании; позднее — отдаленностью от российской действительности. Показательным можно считать утверждение А. Битова середины 1990-х гг.: «Сейчас в России все — эмигранты. Мы живем в другой стране, не уехав» [1; 5].

Особый жанр эмигрантской литературы — «роман отъезда», который содержал сюжет свершения, мучительного преодоления и разочарования (воля героя, сконцентрировавшаяся в одном упорном стремлении, наталкивалась на открытие: все то, от чего герой убегал, оказывается по-прежнему вокруг — и в нем самом) [14; 165]. Авторы русского зарубежья А. Зиновьев, В. Аксенов, В. Войнович, М. Эпштейн, П. Вайль, А. Генис стремились осмыслить советскую действительность.

Мифологию советского общества попытался создать филолог и философ, эмигрировавший в США, М. Эпштейн. Философии советского мировоззрения посвящены книга «Великая Сось» и три эссеистических цикла автора. Этим произведениям чужды разоблачения советского образа жизни и коммунистического тоталитаризма. Книга близка к жанру философского фэнтези на темы советской жизни. М. Эпштейна называют претендентом на авторство жаргонного слова «совок». Именно он в книге «Великая Сось» назвал героев совками и совщиками.

Произведение было закончено в 1988 г., после чего автор стал распространять его среди друзей и разносить по редакциям журналов. Однако опубликовать книгу на родине не получилось. Только во время первого выезда М. Эпштейна на Запад в начале 1989 г. ему удалось выступить с циклом передач на радиостанции Би-би-си из Лондона. М. Эпштейн читал радиослушателям «Великую Сось». В числе пяти глав была прочитана глава «Социальные группы» с характеристикой совков. Так обидное прозвище, вероятно, проникло в СССР. Хотя и другие авторы русского зарубежья второй половины XX в. — А. Генис и П. Вайль — отстаивали свою причастность к неологизму «совок». Они утверждали,

что придумали это слово для обозначения советских туристов, выезжающих в социалистические страны [2].

Сам М. Эпштейн объясняет: «Слово „совок“ возникло у меня в 1984 г., когда я начал писать книгу „Великая Сось“. Сось (образовано по типу „Русь“, „чудь“) — это страна сов, а также тех племен, которые почитают их как своих тотемических предков, проводят обряды *совения* и сами подолгу *совеют*, уподобляясь своим полночным пращурам. Слово „совок“ в моем представлении вообще связано не только с названием „советской“ страны, но и гораздо глубже с корневой системой языка» [21]. Автор поясняет значения слов: «советь» — находиться в странном состоянии между жизнью и смертью, жить как будто во сне, впадать в дремотное состояние вследствие усталости или опьянения; «совать» — предлагать и навязывать другим то, чего они не просят; «соваться» — вмешиваться в чужие дела; «советовать» — учить всех, как нужно жить, в том числе и соваться с (непрощеными) советами [17].

Первое издание «Великой Сови» состоялось в США в 1994 г. Л. Аннинский, которому в 1988–1989 гг. не удалось напечатать книгу в журнале «Дружба народов», опубликовал обширную и весьма сочувственную рецензию под названием «Совки Минервы» в журнале «Свободная мысль» (бывший «Коммунист»).

Литературная критика М. Эпштейна изучает мировоззрение русского человека во взаимодействии с природой. Этому посвящена научно-популярная книга автора-эмигранта «Природа, мир, тайник вселенной...: Система пейзажных образов в русской поэзии». Он выделил и проанализировал четыре этапа в развитии лирической натурфилософии, подчеркивая, что «цивилизация не превзошла природу, а еще только находится на подступах к ней, только начинает осознавать нерасторжимость своего союза с ней — это мироощущение в основе современной лирической натурфилософии» [20; 32].

В эмигрантской публицистике можно наблюдать истолкование истории советского государства как карикатуры, гротескное изображение реальных исторических деятелей — *Ленина, Сталина, Брежнева, Андропова*. Ирония и сарказм граничат с произ-

вольным обращением с фактами истории. Для представителей постмодернизма русского зарубежья было характерно увлечение жанром антиутопии. Так, у *В. Войновича* в романе «Москва 2042» фантазмагорическая ситуация не просто сатирична, но доведена до абсурда. *П. Вайль* и *А. Генис* — авторы увлекательной и остроумной публицистики о советском жизнеустройстве. Им принадлежат эссе, очерки, произведения нескольких авторских жанров, содержащие весомую долю сатирического материала. Образы — объекты сатиры писателей русского зарубежья зачастую строились на доведении до нелепости какой-либо черты и поступка, описании нелепых ситуаций и героев. Смех в политической сатире заставлял обращать внимание на мельчайшие, но тем не менее важные детали во внешней и внутренней политике СССР, его взаимоотношениях с Западом.

В период «оттепели», когда появилась возможность более свободного общественно-политического мышления в СССР и еще более резких высказываний эмигрировавшей интеллигенции, оппозиционная режиму мысль выдвинула несколько проектов общественного развития страны. Писатели-эмигранты «третьей волны» разделились на два направления: авторитарно-националистическое (*В. Максимов*, *А. Солженицын*) и либерально-демократическое (*А. Синявский*), что отвечало позициям журналов «Континент» и «Синтаксис» соответственно. Взгляды на политику и литературу были кардинально противоположными. Но был и третий проект — концепция эмигранта «третьей волны» *А. Зиновьева*. В выступлениях и литературно-публицистических работах он не призывал к общественному перевороту, т. е. к слому советского жизнеустройства. Писатель смотрел на социальные процессы с позиций не эмигранта-элитария, а покинутых соотечественников — советского народа, для которого важно не уничтожить режим вместе со страной, а улучшить то, что имеется. Хорошо известна фраза *А. Зиновьева*, ставшая печальным афоризмом: «Целились в коммунизм, а попали в Россию» [16; 8].

Публицистика *А. Зиновьева* имеет научную социологическую природу. Творческая судьба этого ученого, писателя и публициста сложилась таким образом, что он на протяжении долгих

лет не просто критиковал и высмеивал, но создавал собственную научную и литературно-публицистическую концепцию современного ему общества. А. Зиновьев досконально и методично изучал коммунизм как социальный феномен, который лег в основу сюжетов многих его публицистических произведений. В его публицистике детально рассматривается жизненный цикл коммунизма от зарождения, эволюции, кульминационного пика до назревания кризиса и крушения. При этом сатира и ирония выступают не просто как формы и методы комического, но как единственно возможные по своей парадоксальности формы понимания советского мировоззрения.

А. Зиновьев стал одним из наиболее известных и активных авторов в жанре социологического эссе. Писатель-эмигрант воплотил свое видение политической и социальной жизни общества в романе «Зияющие высоты», который во многом оказался пророческим. Русскоязычные издательства на Западе отказались печатать книгу. «Зияющие высоты» вышли в свет в Швейцарии в 1976 г. в издательстве L'Age d'Homme. Вскоре книга была издана на более чем двадцати иностранных языках. «Зияющие высоты» возможно рассматривать как публицистический сборник, в который вошли произведения разных жанров: фельетоны, памфлеты, новеллы, очерки, анекдоты, стихотворные строки. Единство сюжета придают персонажи и общая идейно-тематическая направленность. Герои — это не социальные типы, подобные тем, что читатель привык встречать на страницах литературы писателей реалистического направления, а именно типы социологические. Многие эпизоды романа дают возможность читателю взглянуть на обыденную абсурдность окружающего. Это достигается, например, постоянным изменением угла зрения. Так, персонаж Шизофреник является одним из наиболее рассудительных, из его уст звучат многие мысли самого автора, программные строки романа. Он обличает грехи и пороки, не считаясь с нормами приличий. Это шут, паяц, на которого не обижаются. Шизофреник — единственный герой, у которого «мысли потоком проходят через голову» [5; 54]. Он наделен способностью думать, выражать свою позицию, отстаивать мнение.

Распространенными в литературно-публицистическом творчестве А. Зиновьевы стали темы советской эмиграции, советской активности на Западе, взгляда на советское общество со стороны. Они раскрываются в цикле произведений: романах «Гомо советикус», «Пара беллум», «Государственный жених» и пьесе «Рука Кремля».

Книга «Гомо советикус», имеющая непосредственную публицистическую направленность, была написана в 1981 г. в Мюнхене. Автор в сатирическом ключе описывает современное ему советское общество. Яркий представитель этого общества — советский человек, а по А. Зиновьеву — человек нового типа, или, как его называли на Западе, гомо советикус. А. Зиновьев творит новую советскую мифологию и сам же ее сатирически ниспровергает. Новая модель как идеологический эксперимент для писателя становится объектом детального изучения. Этот роман стал своего рода научным проектом, реализованным в литературно-публицистической форме. В предисловии к произведению писатель делится: «Мое отношение к этому существу двойственное: люблю и одновременно презираю, восторгаюсь и одновременно ужасаюсь. Я сам есть гомосос. Поэтому я жесток и беспощаден в его описании» [4; 4]. Автор изображает положение советского социума, подталкиваемого институтом власти к пропасти. Сатирическое у А. Зиновьевы здесь перемежается с серьезными рассуждениями о собственном эмигрантском положении: «Меня никто не вынуждал покинуть отечество. Но и доброй воли моей на это не было. У меня не было ни политических, ни экономических, ни каких бы то ни было иных причин покинуть свое отечество. И оказался я не в другой стране, а в другом мире, другой эпохе, другом разрезе пространства, в другом потоке времени» [4; 30].

Сборник «Без иллюзий» был написан А. Зиновьевым в Мюнхене и издан в Лозанне (Швейцария) в августе 1979 г. Он представляет собой цикл публицистических статей о международной политике и СССР, об идеологии современного мира, как он представлялся автору. Часть статей — это выступления и интервью на радио «Свобода» и «Немецкая волна», здесь же опубликованы материалы, написанные автором для французской газеты *Le Monde*, доклады и выступления на конференциях и конгрессах, университетские

лекции. Они дают отчетливое представление о главном противостоянии XX в. — соперничестве коммунизма и капитализма.

Эмигрантская публицистика вернулась к отечественному читателю лишь в годы «перестройки». Она печаталась на страницах «толстых» литературно-художественных журналов. Публицистика писателей и журналистов русского зарубежья являлась своеобразным диалогом эмиграции и метрополии, интеллигенции и власти.

Л и т е р а т у р а

1. *Битов А.* Есть историческое время, через которое не перепрыгнешь... // Лит. газ. 1996. 13 марта.
2. *Вайль П., Генис А.* Потерянный рай // Нов. мир. 1992. № 9.
3. *Гусейнов А. А.* О социологической публицистике Александра Зиновьева // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 2.
4. *Зиновьев А.* Гомо советикус. Пара беллум. М., 1991.
5. *Зиновьев А.* Зияющие высоты: В 2 кн. Кн. 1. М., 1990.
6. *Зиновьев А.* Мы и Запад. Статьи, интервью, выступления. 1979–1980 гг. Lausanne, 1981.
7. *Казин Л.* Солженицын как национальный мыслитель // Рус. литература. 1998. № 4
8. «Кой черт... на эту галеру» [Беседа с Б. Хазановым] // Лит. газ. 1990. 5 дек.
9. *Назаров М.* Миссия русской эмиграции. Т. 1. Севастополь, 1992.
10. *Перельман В.* О теле и духе, или о нашей эмиграции // Время и мы. 1985. № 84.
11. *Руденко А.* Эмиграция из СССР // Голос Родины. 1996. № 4
12. Русское зарубежье — духовный и культурный феномен: матер. междунар. науч. конф.: В 2 ч. / редкол.: В. Л. Готман и др. М., 2003.
13. *Силницкий Ф.* Угроза коммунизма и мораль России: А. Солженицын и русское национальное сознание // Время и мы. 1980. № 55.
14. Современная русская литература (1990-е — начало XX в.) / под ред. С. И. Тиминой. 2-е изд. СПб., 2010.
15. Третья волна. The third wave / Третья волна: русская литература в эмиграции: матер. конф. Ann Arbor, 1984.
16. «Целились в коммунизм, а попали в Россию...» Интервью с А. Зиновьевым // Завтра. 1993. № 2.
17. *Эпштейн М.* Великая Сось. Философско-мифологический очерк. Нью-Йорк, 1994.
18. *Эпштейн М.* Говорить на языке всех культур // Наука и жизнь. 1990. № 1.

19. *Эпштейн М.* На границах культур: российское — американское — советское. Нью-Йорк, 1995.

20. *Эпштейн М. Н.* Природа, мир, тайник вселенной...: система пейзажных образов в русской поэзии. М., 1990.

21. *Эпштейн М.* Совки и другие советские типы. К истории слова «совок» // Проективный словарь русского языка. URL: <http://www.emory.edu/INTELNET/dar118.html>, свободный. Заглавие с экрана.

М. А. Бережная

С.-Петербургский гос. ун-т

ПОНИМАНИЕ В ЖУРНАЛИСТИКЕ: УСЛОВИЯ И КОМПОНЕНТЫ ПРОЦЕССА

Понимание в современной журналистике приобретают особую актуальность в связи с изменениями условий производства и потребления информации, с активизацией интерактивных технологий. Та или иная трактовка понимания определяет наше отношение к процессу и цели коммуникации, к профессиональной культуре диалога с аудиторией. В статье рассматриваются компоненты и факторы процесса понимания.

Ключевые слова: понимание, модели коммуникации, воздействие, диалог.

M. A. Berezhnaia

St. Petersburg State University

COMPREHENSION IN JOURNALISM: CONDITIONS AND COMPONENTS OF THE PROCESS

Comprehension aspects have always been of great importance in journalism and now are becoming extremely vital because of the

changes in conditions of information production and consumption as well as interactive technologies usage. This or that treatment of the comprehension defines our attitude to the communication process and aims and to professional culture of dialog with the audience. The article deals with the components and factors of the comprehension process.

Key words: comprehension, communication models, impact, dialog.

Журналистика как информационно-коммуникативная деятельность находится в неразрывной связи с обществом, которое в процессе массовой коммуникации представлено в аудиториях различных и многочисленных медиа. В условиях многократно возросшего количества информации, изменения моделей ее потребления и трансформации большей ее части в информационный фон огромное значение в этой сфере приобретает проблема понимания, которая выходит далеко за пределы рассмотрения медийных текстов, а вбирает в себя целый комплекс аспектов коммуникативного процесса. При этом *понимание* может получать различные толкования, которые оказывают воздействие как на сам процесс, так и на его результаты. Например, простое значение понимания как *уразумения, усвоения сведений* [10; 1240] (а именно — правильное понимание: марксистское понимание истории, грамотное понимание политического момента) предполагает единое понимание, что характерно для пропагандистской парадигмы коммуникации, в то время как *осмысление, постижение, побуждающее потребность в новом познании* — характерно для просветительской, информационной парадигмы [3]. Обе парадигмы представлены в современной журналистике и трансформируются в новом коммуникативном поле. Исследователи журналистики выделяют ряд тенденций, обусловленных современными условиями функционирования медиа: использованием новых технологий, борьбой за аудиторию, влиянием коммерческой составляющей деятельности изданий. Среди самых очевидных — фрагментация аудитории, а, следовательно, и

контента. По данным TNS, в апреле 2013 г. более 50% взрослой телеаудитории Санкт-Петербурга было сосредоточено вокруг 4 телеканалов (Первый, «Россия-1», НТВ и Пятый канал) [4; 45]. На пятом месте находилось измеряемое тематическое ТВ — каналы по интересам, которые рассчитаны на целевые аудитории. В ноябре 2014 г. измеряемое тематическое ТВ переместилось уже на третью строку рейтинга, а интегрирующие зрителя Первый и «Россия-1» смогли привлечь лишь 30% петербуржцев [5; 45]. Это подтверждает неуклонное движение контента медиа к обособленным, «своим» аудиториям.

Другой важной тенденцией стала визуализация информации, которая способствует наглядности преподносимых сведений, но разрушает логические отношения связного текста. Такая информация доступна и быстро усваивается, прекрасно демонстрирует результаты обработки больших данных, однако не всегда сочетается с глубоким пониманием сути и цели полученных результатов. Эффекты визуализации давно отмечают исследователи ТВ. Визуализация информации спрессовывает смысл сообщения, оно хорошо откладывается в памяти, но происходит это иначе, чем при восприятии печатного материала. Телевизионная информация, например, поступает необратимо, параллельно по разным каналам чувственного восприятия и «забывает» эти каналы, не оставляя времени на усвоение информации в полном объеме и осмысление ее в момент получения сообщения. Этому способствует также фоновый режим, характерный для восприятия телеобщения. Телевизионное изображение проникает непосредственно в мозг и дает иллюзию понимания смысла. Современное телевидение и массовая печать активно используют все новые выразительные ресурсы, чтобы удержать внимание зрителей: информация становится проще, ярче, динамичнее, разнообразнее. Но именно поэтому она не способствует аналитическому восприятию сообщений, которое так необходимо для понимания сути предмета, зато способно создавать информационный фон, способствующий формированию эмоционального отношения к явлениям и событиям: тревога, успокоенность, агрессия, терпимость, энтузиазм, растерянность и т. п.

Высокая информационная насыщенность, манера подачи информации, увеличение темпа способствуют распространению манипулятивных технологий в журналистике. Профессор кафедры нейро- и патопсихологии МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор психологических наук Елена Соколова отмечает: «Там, где нет пауз, нет места для размышления. Речь идет сплошным потоком, истерически-пафосная, с многократно повторяющейся человеконенавистнической лексикой, она топит вас в эмоциях отчаяния, страха и агрессии. Вы целиком и полностью во власти говорящего. Это в принципе военные стратегии: вы не должны размышлять» [7].

Упрощение информации и пропагандистские модели коммуникации находятся, казалось бы, в противоречии с фрагментацией, которая дает аудитории возможность выбора. Тенденция предпочтения обособленных телеаудиторий может свидетельствовать о постепенном уходе от воздействия и психологического давления в поисках иных отношений с коммуникатором. В частности, это связано с утвердившейся интерактивной моделью взаимодействия журналистов с читателями и зрителями при использовании диалоговых форм подачи материала и в он-лайн коммуникации [11; 216–158]. Отсутствие диалога приводит к неадекватным интерпретациям информации и к стереотипизированному представлению о мире. При этом окружающий мир ощущается людьми как враждебный или тревожный [1; 10]. Исследователи связывают с развитием интерактивности медиа перспективы возникновения «публичного поля общения», реализации функции социального контроля и саморегуляции, а для аудитории — возможности активного участия в общественных процессах [9; 56]. Однако важна готовность участников общения к такому диалогу, и решающее значение имеет не формальное присутствие диалогических форм и приемов, а уровень диалога.

Фрагментация аудитории, которая становится преградой при осуществлении пропагандистской медиа воздействия, может давать новые возможности для просветительской журналистики. Общение с целевой аудиторией предполагает взаимопонимание журналиста (коммуникатора) с аудиторией, определенные точ-

ки соприкосновения, которые создают основу для диалога и взаимодействия.

Рассматривая процесс коммуникации с точки зрения взаимопонимания его участников, выделим три главных его фактора.

1. *Фактор бэкграунда.* На понимание предмета влияют предварительные сведения о нем, которые есть у участников коммуникативного процесса. Если первоначальные знания отсутствуют у аудитории («чистый лист»), то процесс понимания, по сути, есть принятие неизвестной информации (пропагандистская модель коммуникации); если же аудитория обладает предварительными знаниями («своя», целевая, подготовленная аудитория), то это повышает качество преподносимой информации и является основой для более глубокого понимания предмета. Трудности возникают, если предварительные знания, позиции у коммуникантов разные, и они находятся в противоречии.

2. *Фактор актуальности предмета.* Представления журналиста и аудитории о важности предмета должны совпадать в момент коммуникации. Актуализация проблем и явлений — это обоюдосторонний процесс, объединяющий в себе осознание журналистом интересов аудитории и его собственное профессиональное чутье на актуальность темы. В одном случае журналист откликается на запрос читателя или зрителя, в другом — находит аргументы для привлечения внимания к важной проблеме, используя бэкграунд целевой аудитории. Адекватная трактовка предмета требует от журналистов точности, конкретности. «Даже словесное оформление идей и образов может оказывать определенное влияние на самочувствие и деятельность человека» [12; 36].

Актуализация, способствующая пониманию, происходит, прежде всего, на основе общих ценностей и смыслов журналиста и аудитории. Ценностные противоречия могут вызывать разночтения в актуализации, поскольку при разных позициях сторон им представляются важными разные аспекты одной проблемы. Например, проблема сурового телесного наказания детей в одних случаях становится актуальной для массовой аудитории в криминальном аспекте, при обсуждении конкретных событий и

изобличении преступников, а в других — в аспекте пересмотра традиций воспитания в российских семьях. Толкование подобных событий в новостных выпусках федеральных телеканалов и в тематических телепрограммах или аналитических публикациях печати различается значительно [2]. Смысловое восприятие, как замечает А. У. Хараш, возникает в том случае, «если предмет обсуждения имеет для участников личностный смысл» [13; 27]. Общая фокусировка актуализации важна изначально: она определяет ход дальнейшей коммуникации.

3. *Фактор коммуникации.* Организация процесса, направленного на всестороннее понимание предмета, предполагает диалог сторон, которые воспринимаются в просветительской коммуникационной парадигме как равные партнеры. По мнению А. У. Хараша, диалогическое включение предполагает многоголосье, полифонию мнений, «вносит в сознание реципиента новое содержание не как нечто найденное заранее, а как его личное достояние» [13; 56]. При этом очевидно, что «диалог не возникает и в тех случаях, когда коммуникативные интенции непритязательны, т. е. мотивы и цели примитивны и эгоистичны и меньше всего отвечают ожиданиям аудитории» [1; 35].

Интерактивность, характерная для современной медиасреды, не означает освоение коммуникантами именно смыслового диалога, понимаемого как смысловой контакт, основанный «на способности и стремлении субъектов к адекватному истолкованию коммуникативных намерений партнеров по общению» [6; 145–152]. В основе данной трактовки коммуникативного акта лежит взаимопонимание сторон. Образно говоря: люди понимают друг друга не тогда, когда смотрят друг на друга, а тогда, когда смотрят в одну сторону. По мнению Е. П. Прохорова, проблема не в том, чтобы бороться до победы, а в том, чтобы прийти к согласию в обществе [8; 38–39].

Продвижение понимания в диалоге актуально еще и потому, что подвижная коммуникативная среда сближает процессы получения информации и социальных действий, с ней связанных. Дейлительностный потенциал участников медиакоммуникации проявляется в многочисленных социальных и политических акциях: от благотворительности до протестных движений.

И здесь становится очевидной амбивалентность понимания в условиях взаимодействия с целевым адресатом. Общее понимание обнаруживает себя в качестве интегративной характеристики новых аудиторий. Уход от пропагандистской парадигмы, нацеленной на распространение единого понимания, оборачивается собственной противоположностью, когда аудитория, объединенная единым пониманием предмета, интегрируется на этой основе самостоятельно, практически, исключая диалог с представителями альтернативных позиций, — таков принцип формирования сообществ в социальных сетях.

Результаты понимания в новой коммуникативной среде быстро получают действенную реализацию. Пример тому — противоборство общественности по поводу так называемого Закона Димы Яковлева, вступившего в силу в 2013 г. и запрещающего американцам усыновлять российских детей. Диалоги в СМИ демонстрировали наличие противоборствующих политических сил и оппозиционных настроений, базирующихся на разных социальных ценностях. В феврале 2013 г. была учреждена всероссийская общественная организация Родительское всероссийское сопротивление (РВС), противоположные позиции стали частью повестки дня вместо глубокого анализа проблематики домашнего насилия над детьми, вызывали агрессивную реакцию в социальных сетях и стали основой политических протестов и движений.

Таким образом, отходя от пропагандистской парадигмы и поддерживая идею глубокого понимания и аргументированного диалога в журналистике, в действительности мы можем наблюдать формирование аудиторий, закрытых «снизу», на основе, скорее единого понимания, чем взвешенного и всестороннего проникновения в суть предмета.

Л и т е р а т у р а

1. *Адамьянц Т. З.* Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды: автореф. дис. ... докт. социол. наук. М., 1998.

2. См.: *Азипитова С. Ю., Бережная М. А.* Ювенальная юстиция как телевизионный социальный концепт // Медиаскоп. 2012. № 3. <http://www.mediascope.ru/node/1135>; *Бережная М. А.* Адвокация в журналистике как амбивалент-

ная практика // Система ценностей современного общества: сб. матер. XXXII междунар. научно-практ. конф. / под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск, 2013; *Бережная М. А.* Трансформация социальных концептов в публичных курсах // Культура. Духовность. Общество: сб. матер. XIV междунар. научно-практ. конф. / под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск, 2014.

3. Большой психологический словарь / сост. Б. Мещеряков, В. Зинченко. М., 2004.

4. Город 812. 2014. № 39.

5. Город 812. 2013. № 11.

6. *Дридзе Т. М.* Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциологии // Общественные науки и современность. 1996. № 3.

7. *Мурсалиева Г.* Психология манипулятора — это психология убийцы // Новая газ. 2014. 25 дек.

8. О социальной журналистике в регионах: по итогам проекта «Терра ин-когнита», или «Что такое третий сектор» (1999–2000). 2-е изд. / под общ. ред. С. Ванчиковой. Улан-Удэ, 2002.

9. *Поберезникова Е.* Формула взаимодействия: интерактивное поле общения. Ч. 2. М., 2002.

10. Словарь современного русского литературного языка. Т. 10. М.; Л., 1960.

11. Современный российский медиаполис / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2012.

12. Технологии социальной работы: учебник / под ред. Е. И. Холостовой. М., 2002.

13. *Хараш А. У.* Межличностный контакт как исходное понятие психологии устной пропаганды // Вопр. психологии. 1977. № 4.

И. А. Василенко

Новгородский гос. ун-т им. Ярослава Мудрого

**КУЛЬТУРА ПОНИМАНИЯ
И ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО:
ЖУРНАЛ «ВВЕДЕНСКАЯ СТОРОНА»**

В статье рассмотрена проблема понимания изобразительного искусства. Также проанализировано современное издание, которое направлено на решение данного вопроса. На основе своего

исследования автор предлагает медийную стратегию, которая позволит преодолеть проблему понимания в журналистике.

Ключевые слова: арт-журналистика, просвещение, художественный дискурс, авторские стратегии.

I. A. Vasilenko

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University

CULTURE OF COMPREHENSION AND FINE ARTS: “VVEDENSKAYA STORONA” MAGAZINE

This article deals with the problem of the fine arts understanding. The modern magazine which attempts to solve the problem is also analysed. The author offers media strategy which allows to overcome understanding problem in journalism based on his research.

Key words: art journalism, enlightenment, art discourse, author's strategy.

Современное состояние арт-журналистики. Арт-журналистика — явление сложное, неоднозначное. До сих пор актуальным остается вопрос об идентификации художественной журналистики, определении сферы ее медийной деятельности. Некоторые воспринимают ее как «один из сегментов культурной журналистики <...> включающий в себя регулярную и систематическую информационно-аналитическую деятельность по освещению в СМИ событий и явлений искусства и художественной жизни» [4; 304]. Основной задачей, исходя из данной трактовки, является интерпретация отдельного культурного произведения, поиск тенденций дальнейшего развития с опорой на базисную просветительскую установку и формирование культурной компетенции в обществе.

У других арт-журналистика редуцируется до более узкого явления — критики. В результате данное медийное направление

обретает черты «профессии, обусловленной идеологическими и общественно-философскими принципами, а также особенностями человеческого мировосприятия» [5]. Журналист при этом предстает не столько как носитель и передатчик информации, сколько как куратор, воспитатель общества.

В настоящий момент арт-журналистика совмещает в себе оба названных качества, однако во многом видоизменяет их и приспособливает к коммерческим, рыночным реалиям. Как результат — в «современных СМИ претерпел серьезные изменения алгоритм презентации искусства. <..> Наиболее значимые из этих изменений: 1. вытеснение традиционного уважительного, партнерского отношения к адресату речевыми стратегиями доминирования...; 2. подмена профессионального эстетического анализа... агрессивными констатирующими, оценочными высказываниями, продиктованными не аргументируемыми личными, индивидуальными вкусовыми предпочтениями автора публикации; 3. главное — современная журналистская продукция, связанная со сферой искусства, имеет очень мощную коммерческую направленность, призвана решать, в первую очередь, рекламные задачи, диктуемые постоянно глобализующимся рынком» [10; 234–235].

Таким образом, для современных реалий характерно вытеснение просветительской составляющей, которая должна быть первоочередной (особенно в рамках углубляющейся проблемы понимания искусства), дополнительными, зачастую неосновными. По этой причине возникает проблема коммуникации между автором и его аудиторией. Связано это с тем, что читатель теряет интерес к арт-материалам, так как ощущает их фальшивость, искусственность, и в итоге понижается статус самого автора. А он, в свою очередь, поглощенный мнимыми целями, которые навязывает ему мощный коммерческий сегмент, теряет связь с аудиторией, поскольку со временем утрачивает способность улавливать реальные запросы публики и реализовывать их в оперативном порядке.

Также важно отметить, что в свете современных реалий возникает псевдопросветительская стратегия, в результате которой

под видом приобщения к культурным реалиям в целом — делается особый акцент на отдельный сегмент с целью выполнения определенных коммерческих задач. Оценочность, в свою очередь, служит не реальным отображением точки зрения автора, а, скорее, инструментом для медийного выделения одного объекта культуры из ряда других, что также имеет рекламную составляющую.

Однако влияние перечисленных ранее тенденций не повсеместно и не равномерно на медийном пространстве. Вследствие этого появляются различные СМИ, одни из которых полностью уходят в коммерцию от культуры, а другие — наоборот, выбирают информативно-просветительский аспект деятельности, являя собой, по сути, «искусство об искусстве». Они не просто освещают отдельное явление искусства, но и стараются раскрыть новые культурные коды, тем самым приближая человека к должному уровню понимания произведений.

Среди печатных СМИ одним из таких примеров является журнал «Введенская сторона».

«Введенская сторона» и культура понимания изобразительного искусства. «Введенская сторона» — издание, посвященное изобразительному искусству. Как заявляют ее редакторы, нацелено оно на выявление и поддержку молодых дарований, нравственное и духовное воспитание, формирование культуры молодежи и даже профессиональное обучение. При этом «Введенская сторона» открыта для сотрудничества с самыми разными авторами без каких-либо ограничений и специальных условий. В этих положениях заключаются две основные идейные доминанты, на которых и строится данное издание. А именно — акцент на просветительскую деятельность и максимальная демократичность в подходе к взаимодействию с читателем.

Журнал выходит в городе Старая Русса Новгородской обл. с 1998 года. Как вспоминает *Николай Локотьков*, бессменный редактор издания, сначала работа проходила при полном отсутствии средств и каких-либо представлений о полиграфии, издательских проблемах. Имя журнал приобрел от старинного названия той части Старой Руссы, где находилась церковь Вве-

дения во храм Богородицы. Редакция располагалась как раз в этом районе. Однако главный смысл названия заключался в том, что для многих юных читателей журнал являлся первым введением в храм духовности и искусства. Изначально было напечатано 50 экземпляров номера, на домашнем принтере. Тогда почти никто не рассчитывал, что идея сможет вырасти в нечто полноценное.

Дальнейшая судьба журнала связана с именем *Александра Солженицына*. Именно ему однажды был привезен в Москву один из номеров этого издания. Спустя некоторое время в редакцию «Введенской стороны» неожиданно поступает для публикации рассказ писателя с личным автографом. Это благословение стало определяющим. Вскоре вышел второй номер с опубликованным произведением *Солженицына*. С этого момента журнал по-настоящему берет свое начало. Позже был выигран грант, благодаря которому удалось усовершенствовать материально-техническую базу издания. А в 2002 году журнал уже официально зарегистрировали в Министерстве по делам печати.

Сейчас «Введенская сторона» выходит ежеквартально в полноцветном варианте объемом 56 страниц. Тираж составляет около 3000 экземпляров. К настоящему моменту журнал является лауреатом двух премий: первая — имени академика Д. С. Лихачева (от Фонда Д. С. Лихачева) за выдающийся вклад в сохранение культурно-исторического наследия России, вторая — премия Правительства Российской Федерации в области печатных СМИ «за вклад в сохранение и популяризацию культурного наследия страны, воспитание и просвещение молодежи».

Эти достижения говорят о серьезной, планомерной и, главное, качественной культурно-просветительской работе журнала. «Введенская сторона» — явление редкое не только для Старой Руссы или Северо-Запада. Мне кажется, это единственный в своем роде журнал такого качества и наполнения. <..> «Введенская сторона» — замечательная форма приобщения детей к искусству, духовного воспитания, в чем сегодня так нуждается наша школа, да и все наше сухое, слишком рациональное образование. Ведь журнал во многом творится самими детьми — талантливыми,

теми, чья душа тянется к красоте» [1; 61]. Остановимся на основных характеристиках «Введенской стороны», которые наглядно подтверждают приведенную оценку.

Прежде всего необходимо отметить рубричную систему публикаций. Отличительная ее черта — совмещение индивидуальных особенностей конкретного материала и общего подхода в рассмотрении арт-событий, который используется в том или ином разделе журнала. В результате достигается равновесное положение между авторской точкой зрения и медийным подходом журнала к освещению явлений культурной действительности.

Основными рубриками «Введенской стороны» являются «Мастера модернизма», «Фигуративная композиция», «Кто ты», «Старая вещь», «Детский дизайн-центр» и «Педсоветы».

«*Старая вещь*». База данной рубрики — это небольшие по объему, но информативно насыщенные тексты, которые по жанровому признаку можно рассматривать как заметки. Основная функция материалов — вспомогательная, восполняющая; по сути, они дополняют общую базу знаний читателя по тому или иному вопросу, связанному с культурой. Особенность рубрики — акцент на предметность, то есть роль отдельного элемента выдвигается на первый план и превалирует над понятием искусства вообще, а также изобразительного произведения в частности. В данном случае будет корректно отметить сужение основной универсалии или ее видоизменение, то есть арт-журналистика акцентирует внимание не на совокупном явлении культуры, коим является произведение искусства, а на отдельном предмете.

Другая отличительная черта — связь с семантикой и историей. Как уже было отмечено, обособленная от действительности деталь находится в фокусе журналистского взгляда в данной рубрике. В то же время авторы углубляются в настоящий аспект настолько, что ищут истоки того или иного произведения искусства в семантике, и предыстория понятия помогает раскрыть значение обособленной детали. «Слово “кружка” появилось на Руси приблизительно в XV веке. Существуют две версии его происхождения: либо из польского языка, либо из немецко-

го. <..> Сюжет, в композиции которого используется кружка, часто встречается в произведениях декоративно-прикладного и изобразительного искусства. Смысловая нагрузка, заключенная в этом предмете, всегда подчинена замыслу художника, а внешняя форма всегда рассказывает об истории, бытовании и эстетических предпочтениях времени своего создания» [8; 41]. Авторы, таким образом, раскрывают суть универсалии (окно, кружка, мяч) и соотносят ее с работами художников самых разных направлений (*Матисс* — фовизм, *Руссо* — примитивизм, *Пикассо* — кубизм, постимпрессионизм, *Магритт* — сюрреализм, *Ван Гог* — импрессионизм и т. д.). Свою точку зрения журналисты не навязывают, однако сложно поспорить с их позицией, причем истинность арт-положений их материалов подкреплена особой связкой, которая служит переходным мостом от словесной информации к зрительной: «Поверните страницу и убедитесь в этом» [Там же].

В результате материалы рубрики «Старая вещь» составляют особый пласт арт-журналистики, который отчасти играет восполняющую роль (по типу аннотации), но и делает акцент на частном элементе, который превалирует над значимостью целостного произведения искусства. При этом общение с читателем строится на принципе партнерства, то есть ознакомление с культурным явлением идет не через принуждение, а через компромиссный, равноправный разговор. Стоит отметить, что данный подход характеризует практически все публикации издания, благодаря чему проблема понимания решается куда более успешно, чем во многих других журналах, предлагающих отдельно взятую, неоспоримую точку зрения.

«*Мастера модернизма*». Материалы, относящиеся к этому разделу, носят информационно-познавательный характер. Все статьи здесь обращены к тем явлениям прошлого, которые, так или иначе, связаны с темой искусства (творчество известного художника, деятельность общества искусствоведов прошлого столетия, создание альманаха или формирование нового стиля). Акцент в подобных материалах делается, прежде всего, на факте искусствоведческой темы как

таковом. Факт, по сути, не анализируется, не переносится в проблемное русло, а, скорее, преподносится как данность. В одном из таких материалов автор представляет читателю историю сообщества художников: как оно создавалось, кто были его члены, и какие работы были созданы ими в период участия в творческом сотрудничестве. «А начиналось все шумно, празднично и весело. В декабре 1910 года в Москве группа молодых художников <..> открыла выставку картин. Михаил Ларионов, один из главных ее организаторов, предложил название — Бубновый валет. Оно оказалось на редкость удачным и понравилось большинству ее участников. Живопись на выставке была подобна разноцветному племени: валет — это молодость, бубны — цвет» [3; 2–3].

Особое место в арт-медийном тексте занимают описательные элементы. Они представляют собой авторскую расшифровку, интерпретацию того или иного произведения искусства: «На полотне жизнерадостный, хулиганского вида детина с явным удовольствием наслаждается изумлением смотрящего на него посетителя выставки; в портрете сознательно нарушается традиция жанра и индивидуальное сходство переосмысливается самым неожиданным образом» [Там же]. Описательность в подобных фрагментах необходима не только для наглядности, но и для того, чтобы выразить мнение автора и, кроме того, заставить читателя формировать свое собственное, одинаково или противоположно направленное по отношению к авторскому. Данный метод эффективен, в частности, еще и потому, что материалы сопровождаются большим количеством рисунков, фрагментов, портретов, вследствие чего можно говорить о грамотном сочетании словесного образа и зрительного.

Таким образом, проблема понимания изобразительного искусства здесь решается, с одной стороны, с помощью наглядности, которая служит дополнительным подтверждением слов автора. С другой стороны, сохраняется уже названная ранее стратегия общения автора и читателя, когда первый не навязывает свою точку зрения, а лишь предлагает ее. И за нами остается право принять позицию или нет. Данный факт играет определяющую

роль в достижении понимания, ведь информированность — это лишь полшаг. Куда важнее — наличие собственной выработанной точки зрения, которая бы отражала твоё видение той или иной проблемы.

«Кто я» (*Творческие отчеты стипендиатов журнала «Введенская сторона»*). Рубрика содержит материалы, малые по объёму, которые, в отличие от «Мастеров...», не несут в себе ни информативного, ни аналитического содержания. Однако именно публикации рубрики «Кто я» являют собой яркое проявление политики журнала — «Поддержка юношеского творчества, выявление молодых дарований».

Основные особенности данных публикаций следующие: 1. ярко выраженное авторское начало (личность выступает как главный стержень медийного текста); 2. «анкетная» форма изложения (материал представляет собой автобиографические сведения о молодом художнике, где понятие «я» превалирует над всеми остальными смыслами).

Если рассматривать в целом, то «Кто я» можно назвать частным случаем обратной связи журнала с читателем, где мнение отдельного человека соотносится с мнением целого издания. Так, в одном из материалов говорится следующее: «Картина — это зеркало настроения художника, его отношения к миру и к людям. <..> Иней на деревьях, журчание ручья, шум городских улиц — все, что окружает эту жизнь, является отдельным миром, который можно выразить в краске и образах» [9; 14]. В итоге возникает определенного рода полемика, поскольку в арт-материале художник не только рассказывает о себе, но и выражает собственные индивидуальные взгляды на основные положения в искусстве. Стоит отметить, что стратегия ведения разговора между читателем и журналом остается прежней. Однако роли в данном случае меняются, поскольку уже отдельный читатель преподносит информацию. А сам журнал выступает в роли внимательного слушателя, который в дальнейшем согласится с авторской точкой зрения или подвергнет её конструктивной критике. Ответом читателю обычно становится письмо от редакции в одном из следующих номеров.

В итоге возникает необходимая полемика, позволяющая автору не просто обогатить свои представления, но и познакомиться с другими, которые также имеют право на существование. Культурный плюрализм — вот на что нацелена данная рубрика. При этом искусство предстает в разделе не как готовый результат художественной деятельности, а как следствие индивидуальной интерпретации и оценки содержания живописи.

«*Фигуративная композиция*». Это подобный предыдущей рубрике пример обратной связи читатель → журнал. Главное отличие рубрики заключается в акценте на научность изложения. Общая форма для всех материалов данного раздела — это образовательная программа. Сложная терминология, которая время от времени присутствует в текстах «Мастеров...», здесь встречается повсеместно. Понятия «художественный силуэт», «линейность», «гипертрофированность образа» и т. п. не редкость, а проявление тенденции, так как адресатом является не рядовой читатель, а начинающий художник, обладающий уже базовыми знаниями и умениями в сфере изобразительного искусства. Материалы этой рубрики можно было бы назвать «печатными мастер-классами», так как в данном случае обучение, передача опыта, знаний составляют главную целевую направленность. Подобного рода уроки не только отражают «молодежную» политику журнала, но и на наглядном примере доказывают, что арт-журналистика может представлять собой и узкий канал общения, обмена опытом для «преимущественно получивших знания в профессиональной среде специалистов» [9; 231].

Отметим, что рубрика «Фигуративная композиция» — включение из общей тенденции ведения дискуссии между автором и читателем. Здесь автор стоит несколько выше своей аудитории, он — учитель, который, тем не менее, ведет беседу в стиле не обязательных указаний, а конструктивных, аргументированных суждений. При этом движение информации идет в одностороннем порядке, что является необходимым в процессе обучения. Однако постепенное пополнение знаний в дальнейшем позволит читателю уже вступить в полемику. Причем дискуссия должна выйти на новый, более высокий

уровень, что также является важным для решения проблемы понимания.

Заключение. Материалы в журнале «Введенская сторона» по содержательной и целевой направленности можно разделить на общеинформационные («Мастера модернизма»), информационно-просветительские («Знакомьтесь», «Старая вещь»), обучающие («Фигуративная композиция», «Педсоветы», «Как создаются шедевры») и развлекательные («Разные новости»). При этом понимание искусства в издании варьируется от рубрики к рубрике. Движение смыслов начинается с тождественности искусства и массовой культуры, которую можно обнаружить в публикациях, относящихся к «Мастерам модернизма», далее плавно переходит к акценту на «осозательные характеристики явлений искусства» [6] и использование мастерства или воображения для создания эстетических объектов, обстановки или действия (на примере «Фигуративной композиции» и «Педсоветов») и завершается индивидуальным стилем и сугубо личностным пониманием отдельных явлений (рубрика «Кто я»).

Такая многоплановость издания позволяет максимально широко раскрыть довольно сложную культурную тематику. При этом обязательным условием, которое сохраняется в каждой рубрике и почти в каждой публикации, является особая стратегия общения с читателем, построенная на принципе равноправия, партнерства. Благодаря этому решение проблемы понимания культурного явления достигается не через принуждение или передачу информации в одностороннем порядке, а через полемику. Установка на дискуссионность помогает «Введенской стороне» не только вернуть традиционное взаимоуважительное, партнерское отношение к адресату, но и максимально успешно реализовывать главные цели — приобщение людей к искусству и духовное воспитание подрастающего поколения. Именно демократичность, открытость, внимательность к чужому мнению являются теми основными принципами, которые исповедует данный журнал и которые так необходимы сейчас для грамотного, осознанного «введения» в сферу понимания культурной жизни.

Л и т е р а т у р а

1. *Гранин Д.* Подвижники // Русский меценат. 2008. Вып. 2.
2. *Демьянков В. З.* Загадки диалога и культуры понимания // Текст в коммуникации. М., 1991.
3. *Жирова Е.* Бубновый валет — автопортрет // Введенская сторона. 2012. № 1.
4. Журналистика сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб., 2012.
5. Искусство как событие: Арт-журналистика в потоке информации // Информационный портал «Культура». Пермь. 2011. URL: http://www.kulturaperm.ru/rou/show.html?show_id=9.
6. *Коллигуд Дж. Р.* Принципы искусства (Теория воображения) / пер. с англ. А. Г. Раскина под ред. Е. И. Стафьевой. М., 1999.
7. *Ротанова М. Б.* Философско-коммуникативный аспект феномена культуры понимания // Inter-Cultur@L-Net. 2004. Вып. 3.
8. Старая вещь. Кружка // Введенская сторона. 2012. № 3.
9. *Фролова В.* Творческий отчет журналу «Введенская сторона» // Введенская сторона. 2012. № 3.
10. *Цветова Н. С.* Дискурс искусства в современной российской журналистике // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. Филология, востоковедение, журналистика. 2012. Вып. 1.

О. В. Введенская

С.-Петербургский гос. ун-т

ПРОПАГАНДА МОНАРХИЧЕСКИХ ИДЕЙ В СЕТЕВОЙ СРЕДЕ

В статье рассматриваются методы распространения монархических идей на примере сетевого ресурса «Монархия». Разбираются основные составляющие проекта. Также приводятся основные темы для обсуждений наиболее эффективного пути возрождения монархии в России. Оценивается эффективность пропаганды в Интернете.

Ключевые слова: монархия, пропаганда, идеология, информационно-политический ресурс.

O. V. Vvedenskaia
St. Petersburg State University

PROPAGANDA OF MONARCHIC IDEAS IN THE NET ENVIRONMENT

This article is devoted to the propaganda of the monarchic ideas by the net source called “The Monarchy”. The main parts of the project are considered. The main topics for discussions on the most effective way to restoration of the monarchy in Russia are also considered. The effectiveness of the Internet propaganda is evaluated.

Key words: monarchy, propaganda, ideology, informational and political resource.

За последние 25 лет фонды общественного мнения сделали своей обычной практикой опросы россиян о готовности к возрождению монархии. С каждым годом количество положительных ответов увеличивается. Однако до сих пор среди респондентов нет согласия в понимании того, что такое «монархия» [6].

В настоящее время в России существует несколько монархических объединений, имеющих свои информационные ресурсы. Наиболее известные среди них — «Российский императорский дом», «Всероссийский монархический центр», «Российское дворянское собрание», общероссийское императорское движение «Петро-Павловское Имперское общество», монархическая партия «Самодержавная Россия» и многие другие. В данной статье будет рассматриваться сетевая группа партии «Самодержавная Россия», так как нам представляется особо актуальным вопрос о методах привлечения новых сторонников идеологии через Интернет.

«Пропагандой является распространение политических, философских, религиозных, научных, художественных или иных идей в обществе посредством устной речи, средств массовой информации, визуальных или иных средств воздействия на общественное сознание. В узком смысле под пропагандой понимается лишь политическая или идеологическая пропаганда, осуществляемая с целью формирования у масс определенного политического мировоззрения» [8].

В нашем случае речь пойдет о политической пропаганде. Политика — это «сфера деятельности, связанная с отношениями между социальными группами, сутью которой является определение форм, задач, содержания деятельности государства» [1]. «Политическую пропаганду можно рассматривать как систематическое воздействие на сознание индивидов, групп, общества в целом для достижения определенного результата в области политического действия» [8].

Группа социальной сети «ВКонтакте» «Монархия» является дочерней группой сайта партии «Самодержавная Россия» и аналогичной сетевой группы. Модератор группы — пропагандист монархических идей *Евгений Докучаев*. Председатель партии «Самодержавная Россия» — *Д. Н. Меркулов*, по образованию инженер, работал инженером-программистом, преподавал математику в вузе, позже увлекся литературой, публиковал пьесы, статьи и книги. Является членом Союза писателей России, работал редактором в издательствах, журналах и газетах. Со дня Учредительного съезда монархической партии «Самодержавная Россия» (13 февраля 2011 г.) *Д. Н. Меркулов* является ее председателем. Цель группы как политического ресурса заключается в том, чтобы привлечь молодежь в ряды партии «Самодержавная Россия», так как в группе существует прямая ссылка на дочернюю сетевую группу упоминаемой партии, откуда можно выйти на ее сайт. Большую часть членов группы составляет молодежь в возрасте от 18 до 30 лет (примерно 60%). Целевая аудитория группы — это граждане России и других государств, которые не равнодушны к судьбе страны, разговаривают и думают на русском языке, считают себя русскими (страна «Россия» указана в статусе примерно у 60% ее участников).

В нашем понимании речь идет именно о политической пропаганде, так как монархизм является политической идеологией. В связи с этим можно рассматривать данную группу как ресурс сетевой политической пропаганды.

Необходимо отметить, что, согласно опросу ВЦИОМ от 19 марта 2013 г., только 11% россиян считают, что монархия является более подходящей формой правления для России, нежели республика. По мнению большинства опрошенных (67%), самодержавие — это пройденный этап для России [2]. Но число участников группы растет довольно быстро. Мы прослеживали ее динамику во временном промежутке с 16 сентября по 14 октября 2014 г. В этот период времени ее численность выросла от 5228 до 5501 человека. Как нам представляется, это связано с тем, что члены группы вернулись из летних отпусков, и у них вновь появилась готовность вести дискуссию по поводу того, каким образом можно возродить монархию. По их мнению, пока следует активно привлекать новых сторонников идеи монархизма. Полемики на уровне социальных сетей для них пока достаточно.

На основе содержания группы выделяются такие ее составляющие, как идеология, предыстория проекта, критика ее идей представителями других политических течений, идентификационные символы, способы взаимодействия с аудиторией.

Идеология. Понятие идеологии используется в различных контекстах и обозначает «систематизированный набор представлений, обслуживающий интересы определенной социальной группы общества... набор идей, выдвигаемых с намерением достичь целей одной из социальных групп общества, притом что, по большому счету, эти идеи могут как соответствовать, так и не соответствовать истине» [5].

В данной группе содержится 15 тем для обсуждений. Дискуссии посвящены принципам формирования монархической идеологии и ее пропаганде. Участники обсуждают план перехода России к монархической форме правления, способы эффективного распространения идей среди россиян. Из обсуждений видно, что участники поддерживают идеи возвращения самодержавной монархии. Например, один из них приводит пошаговый план ее восстановления.

— Шаг 1. Создание монархической партии необходимо, так как для легитимного прихода к власти необходимо идти в современных реалиях.

— Шаг 2. Популяризировать партию и ее деятельность в СМИ (пропаганда отличный способ, а в нашем случае — единственный).

— Шаг 3. Всенародное голосование по поводу формы устройства (люди должны сами выбрать монархию).

— Шаг 4. При современном достижении человечества отнимать конституцию у народа нереально, иначе — новые потрясения.

— Шаг 5. Всенародный собор для выбора монаршей особы.

— Шаг 6. Путем реформ привести страну к абсолютной монархии, но с сохранением гражданских прав [3].

С точки зрения участников дискуссии, монарх должен не просто царствовать, но править. В ходе обсуждения ничего не говорится о возрождении сословий. Пропагандируется переход к формуле жизни «Православие. Самодержавие. Народность». Не обсуждается конкретная фигура наследника престола. Можно отметить, что, по мнению членов партии, родственники *Романовых* могут быть только одними из претендентов на престол, если страна перейдет к монархической форме правления и будет созван Земский собор. *Д. Н. Меркулов* говорил об этом в интервью интернет-изданию «Наша держава»: «Поскольку я считаю самопровозглашение себя Императором Всероссийским со стороны предка Марии Владимировны незаконным (так же думают и мои соратники, других взглядов на этот счет никто не высказывал), поэтому и претензии на Великокняжеский титул со стороны Марии Владимировны, с нашей точки зрения, не обоснованы. Конечно, Мария Владимировна и ее сын Георгий могут рассматриваться будущим Земским Собором как вероятные Претенденты на Российский Трон, но только наравне с другими. Иное дело, если Сам Господь или Пророк Божий чудесным образом укажет, что им быть Государями на Руси... но думаю, мы все тогда об этом узнаем» [3].

Вероятно, члены группы, разделяющие идеологию партии, придерживаются такого же мнения о выборе нового царя.

Предыстория проекта. Партия «Самодержавная Россия» была официально зарегистрирована в 2012 г. Первый пост в группе «Монархия» был размещен в марте 2013 г. Количество постов на стене группы росло, но не равномерно. На стене содержатся призывы к монархии и лозунги против монархии (от тех, кто не разделяет идеологию группы), монархисты высказываются о том, почему нужно пополнять их ряды, какой должна быть монархия. Например: «Господа монархисты, столица должна быть в Санкт-Петербурге», «Я вам так скажу, бездействие не даст плодов, надо действовать!». Можно сказать, что разногласия обусловлена тем, что у них нет явных лидеров. Страницы участников данного информационного ресурса, как правило, закрыты. Сложно проследить, какое у них образование, постоянное место работы. Также остается открытым вопрос, кто их финансирует. Как нам представляется, пока данная группа является сообществом энтузиастов, которое находится на стадии зарождения и поиска способов сотрудничества с другими подобными сообществами.

Критика идей группы. В обсуждениях группы представители других политических течений (в основном коммунисты) критикуют идеологию монархии. Было высказано мнение, что монархисты разрушили СССР, публикуются призывы вернуться к советской идеологии. Например, несколько раз подряд был написан отрывок из гимна СССР:

«Славься, Отечество наше свободное,
Дружбы народов надежный оплот!
Партия Ленина — сила народная
Нас к торжеству коммунизма ведет!» [4].

Тем не менее монархисты не вступают в активную полемику с коммунистами. В нашем понимании, это свидетельствует о том, что между членами группы существует некая разрозненность во взглядах, нет полного представления о монархии и, соответственно, об идейно-содержательной концепции ее воплощения.

Идентификационные символы. Герб и флаг Российской Империи. Основной целью символов, в нашем понимании, является

закрепление в сознании основных цветов монархического проекта: черного, желтого, белого. Также данные символы могут являться для новых членов группы своеобразным наглядным пособием. Возможно, они способствуют появлению ассоциаций с историческими событиями.

Способы взаимодействия с аудиторией. Информация распространяется через обсуждения в группах. До 7 октября количество сообщений в созданных обсуждениях оставалось неизменным, с 7 октября стало увеличиваться (было 591, возросло до 610). Количество обсуждаемых тем на протяжении 5 недель оставалось неизменным. Это может говорить о том, что для членов группы актуальны темы, которые были заданы ранее. Участники сообщества добавляются в друзья к новым членам группы. Сами они не являются инициаторами полемики или пропаганды через личные сообщения. К радикальным действиям участники обсуждений не призывают, уличные и социальные акции также не планируются. Вероятно, это связано с тем, что пока не появились явные молодежные лидеры, недостаточно финансовых и информационных ресурсов.

Эффективность пропаганды политических идей через информационный ресурс зависит от целей и того, насколько четко они сформулированы, целевых аудиторий, ключевых сообщений, стратегии, деятельности, графика (пошаговых действий, распланированных по времени), расходов (финансовых ресурсов), четкой системы контроля [7]. В настоящее время четко прослеживается одна цель — восстановление монархии в России. Задачи по ее достижению четко не сформулированы. Ключевые сообщения содержат в основном призывы и лозунги, стратегия и тактика действий по внедрению монархической идеологии в общественное сознание пока также не просматриваются, как нет и самой практической деятельности. Пошаговые действия носят скорее условный характер, члены группы не пришли к согласию. Судя по всему, источник финансирования группы не найден. Из многочисленных участников сообщества выделяются только несколько человек, которые ведут активную полемику с теми, кто не разделяет их идеи, или с теми, кто ищет иные варианты восстановления монархии в России.

Как нам представляется, в связи с расплывчатостью многих положений нельзя точно определить, насколько монархическая идея применима к современной российской действительности. Возможно, если активные участники рассматриваемого нами политического ресурса выработают четкую программу, придут к консенсусу друг с другом и определяют четкую последовательность действий, эффективность функционирования и практическая значимость группы возрастут.

Литература

1. Большой энциклопедический словарь, 2014-2015. URL: <http://slovari.299.ru/enc.php>.
2. ВЦИОМ, Пресс-выпуск № 2256 «Монархия в России: пройденный этап?». 2013. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113775>.
- ³Группа «Монархия», тема «Возрождение монархии». URL: http://vk.com/topic-7534944_27764626.
4. Группа «Монархия», тема «Церковь в пустыне. Продолжение». URL: http://vk.com/topic-7534944_29992748.
5. Лоусон Т., Гэррод Дж. Социология А — Я. Словарь-справочник. М., 2000.
6. Поверницын Ф. Монархизм в современной России // Русское самодержавие. 2009. URL: <http://samoderjavie.ru/node/316>.
7. Почепцов Г. Г. Информационные войны. М.; Киев, 2000.
9. Философия. Энциклопедический словарь / под ред. А. А. Ивина. М., 2004.

М. А. Воскресенская

С.-Петербургский гос. ун-т

ПУБЛИЦИСТИКА СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ: УРОКИ ПОНИМАНИЯ И НЕПОНИМАНИЯ ЖИЗНИ

В статье рассматриваются отклики публицистов Серебряного века на проблемные вопросы эпохи, которые спустя столетие вновь обрели актуальность.

Ключевые слова: публицистика, понимание, ценности, конфликт, журналистика, Серебряный век, современность.

M. A. Voskresenskaya
St. Petersburg State University

**JOURNALISM OF THE SILVER AGE
IN THE CONTEXT OF THE PRESENT:
LESSONS OF UNDERSTANDING
AND MISUNDERSTANDING OF LIFE**

The article examines the responses of the writers of the Silver age to the problematic issues of the epoch, which a century later regained topicality.

Key words: publicistic writing, understanding, values, conflict, journalism, Silver age, present.

В перестроечные годы, когда заново открывалось культурное наследие Серебряного века и широко обсуждалось возвращение России на некий «магистральный» путь развития после ее советского «отклонения», было подмечено сходство двух рубежных эпох: конца XIX — начала XX и конца XX — начала XXI столетий. Обнаружилось, что их роднит высокая напряженность общественной жизни, нерешенность многих «больных» вопросов, стоящих перед страной, надежды на обновление всех сторон социальной действительности. Философская публицистика Серебряного века, извлеченная из спецхранов, была воспринята как напрасно забытое откровение и не услышанное вовремя предупреждение, но в ней, по сути, не искали ничего, кроме критики радикалистского мышления, направлявшего революционную деятельность. Между тем не стоит сводить содержание публицистики «русского духовного ренессанса» лишь к вполне очевидному пафосу неприятия насильственных методов политической борьбы. Она может слу-

жить источником, раскрывающим более глубокие и разноплановые смыслы важных социокультурных явлений и процессов, которые по сей день не утратили своей актуальности.

Анализируя причины и результаты общественных потрясений начала XX в., которые придали освободительному движению в России уродливые формы, мыслители «русского ренессанса», прежде всего веховцы, в своих публицистических выступлениях приводили немало точных наблюдений и выводов. Не оспаривая наличие множества объективных предпосылок развития революционного процесса, особое внимание они уделяли его социально-психологическим и социокультурным факторам. Главным двигателем революционного подъема мыслилось духовное состояние общества и прежде всего интеллигенции. Веховцы отмечали удручающе низкий культурный уровень интеллигенции, что в свою очередь было обусловлено отсутствием в стране широкой культурной среды и устойчивой культурной традиции. Одним из негативных следствий данной ситуации явилось неадекватное, узкодогматическое и поверхностное восприятие гуманистических начал западной культуры [1; 45–49; 8; 374–381; 6; 61–69; 11; 99–100; 14; 145–149, 163, 167]. Социальная страта, призванная служить обществу своим интеллектуальным трудом и духовным подвижничеством, вместо просвещения народа занялась революционной пропагандой, вместо нравственного, умственного и профессионального усовершенствования во благо своей страны развернула экстремистскую деятельность, что заставило веховскую критику с горечью констатировать: «Надо иметь, наконец, смелость сознаться, что в наших государственных думах огромное большинство депутатов, за исключением трех-четырех десятков кадетов и октябристов, не обнаружили знаний, с которыми можно было бы приступить к управлению и переустройству России» [14; 167].

Свою роль в эскалации революционных настроений леворадикалов, по мнению веховцев, сыграло «отщепенство» русской интеллигенции, «ее отчуждение от государства и враждебность к нему» [17; 207–208; 5; 103]. Это проистекало из профессиональной и жизненной невостребованности значительной части

русского образованного общества, а также было связано с политикой преследований общественно активной интеллигенции со стороны властей, что влекло за собой разрушительные социокультурные последствия: «Русская историческая власть нравственно себя убивала, создавая мучеников» [7; 62]. Еще один вывод, сделанный веховцами: Россию привел к кризису и низкий уровень правосознания как всего народа в целом, так и его наиболее образованной части — интеллигенции, никогда не выдвигавшей идеалов правовой личности и правового государства [15; 169–202]. При этом отмечалось, что либерально настроенная интеллигенция столь же мало интересовалась вопросами права, как и радикалы [16; 273–274].

В описанных публицистами начала XX в. ментальных характеристиках прослеживаются определенные параллели с социокультурным обликом современного русского общества, что подтверждает актуальность их размышлений. Вместе с тем поучительны и некоторые заблуждения культурной элиты Серебряного века. Основной вывод мыслителей «русского ренессанса» о путях возрождения страны, о способах ее нравственного и социального оздоровления сводился к тезису, что главная задача состоит не в насильственном свержении существующего строя, а в изменении умов: «Теперь уже неизбежно сознание, что не политические формы жизни как таковые определяют добро и зло в народной жизни, а проникающий их живой нравственный дух народа» [20; 324]. Эта мысль благородна и вряд ли опровержима, однако для ее осуществления совершенно недостаточно таких мер, как преодоление «зла мира сего» его замещением в душах «силою добра» [1; 38] или изобретением некоей творческой идеи, «идеи-страсти», способной «заразить нас до восторга» и тем самым сплотить противников радикализма [18; 290]. Слишком расплывчатыми, неопределенными и попросту далекими от реальной жизни были представления культурной элиты о непосредственных практических задачах устройства общества и мира.

Провозглашая, что «путь к возрождению лежит через покаяние, через сознание своих грехов, через очищение духа народного от духов бесовских» [5; 106], *Н. А. Бердяев* ссылаясь не на анализ

наличной социальной действительности, а на художественную литературу. П. Б. Струве, ставивший важнейшей задачей национальное и культурное возрождение, вообще не связанное с какими-либо политическими или социальными формами [18; 301–302], не задавался вопросом, каким образом на этих идеалистических благопожеланиях можно построить государственность, устроить экономическую и бытовую жизнь. Говоря о необходимости создания новой личности, творцы Серебряного века не раскрывали каких-то подробностей о необходимых качествах этой личности и о методах ее воспитания, взращивания. Теоретические утопии культурной элиты уводили ее от действенного решения мучительнейших российских проблем. На реальные запросы жизни творцы Серебряного века отвечали философскими размышлениями о спасительной роли духовной красоты, в то время как стране необходим был радикальный практический выход из тупиковой и губительной конкретно-исторической ситуации. Наиболее жизнеспособными в сложный исторический момент оказались политические силы, предлагавшие реальный способ разрешения кризиса, не смотря на то, плох он был или хорош.

Современная журналистика также не лишена склонности к отвлеченным рассуждениям, подменяющим по-настоящему актуальный разговор. В сегодняшней общественно-политической обстановке острые дискуссии по вопросам перспектив дальнейшего развития страны обычно сводятся к обсуждению персоналий. Как правило, спор ведется вокруг двух основных позиций — за сохранение у власти определенных лиц или за их смену. При этом ни одна из полемизирующих сторон не предлагает конструктивных подходов к решению насущных проблем общества. Примечательно, что журналисты не часто спрашивают и самих политиков, как представителей власти, так и оппозицию, о конкретных практических путях решения самых наболевших вопросов наличной социально-экономической действительности, предпочитая обсуждать некие абстрактные «западные» и «не западные» ценности. Массовая аудитория, не имеющая возможности услышать и взвесить компетентные суждения о различных вариантах преобразования неудовлетворяющих условий жизни,

в сложной общественной ситуации может некритически воспринять любые популистские лозунги и решиться на деструктивные действия.

Мыслители Серебряного века не замыкались на внутривнутриполитических проблемах страны. Серьезное место в их публицистическом наследии занимает тема мировой войны. Обострившаяся в настоящее время международная обстановка актуализирует их отклики на это масштабное вооруженное противостояние. Восприятие Великой войны (как изначально называли Первую мировую) представителями культурной элиты Серебряного века по-своему раскрывает специфику их картины мира. Эти люди были далеки от вопросов геополитики и военной стратегии. Не каждому из них довелось побывать на фронте. Но глобальный конфликт, в котором решались судьбы России и всего мира, не мог пройти мимо их гражданского, творческого, личностного сознания. Представители культурной элиты могли занимать различные, порой противоположные, гражданские и нравственные позиции по отношению к войне, но понимание ее сущности у них было общим: они истолковывали войну в культурософском ключе — как явление духовного порядка, что вполне отвечало их неоромантическому мировидению. Мыслители «русского ренессанса» не углублялись в вопросы, связанные с политическими, экономическими, социальными факторами международного противостояния. Они размышляли о глубинных нематериальных истоках грандиозного столкновения народов на мировой арене. *Н. А. Бердяев* настаивал: «Война может и должна быть рассматриваема как духовный феномен и оцениваема как факт духовной действительности. Все историческое (войны, революции, передвижения народов и т. п.) предстает нам в материальном облики, и слишком многое кажется обусловленным причинами внешними. Но за всем подлинно всемирно-историческим действуют скрытые духовные силы...» [2].

С. Н. Булгаков видел в трагических событиях войны «духовное банкротство Германии, в которой вся мощь ее цивилизации — ее университеты, ученые, философы, ее социал-

демократия и промышленность — не помешали безмерному варварству и отсутствию культуры духа, явленным этой войной» [10; 43]. Конечной целью всемирного столкновения цивилизаций мыслилось не борьба с немецким народом, а спасение мировой культуры от германского милитаризма, мещанства, бездуховности. С. Л. Франк подчеркивал: «Война идет не между Востоком и Западом, а между защитниками права и защитниками силы, между хранителями святынь общечеловеческого духа — в том числе и истинных вкладов в него германского гения — и его разрушителями» [19; 132]. Немецкая культура, по образному выражению В. Ф. Эрн, проделала путь «от Канта к Крупшу», от величайших взлетов человеческого духа к бездушному механицизму, вследствие чего в германском обществе меркантильность вытеснила духовные потребности [22; 116-124]. Эта ментальная эволюция и подтолкнула Германию к войне, в которой России уготована особая миссия — ей предстоит, говоря словами В. И. Иванова, «вселенское дело» по духовному оздоровлению, очищению и возрождению мира: «Сердце знает: вселенское дело творит отечество наше в эти священные дни» [12; 97].

Мировое противостояние оживило в общественном сознании россиян панславистские и славянофильские настроения. Не случайно В. Ф. Эрн заявлял в дни войны, что теперь само «время славянофильствует в том смысле, что русская идея всечеловечности загорается небывалым светом над потоком всемирных событий» [21; 6–7]. С. Н. Булгаков высказывался в том же ключе: «Распадение Европы, внешнее и внутреннее, на два враждующих стана... совершенно гармонирует с двойственной славянофильской оценкою Европы как “гниющего Запада” и как “страны святых чудес”...» [10; 44].

Мессианские утопии сопровождались надеждой на позитивное разрешение болезненного польского вопроса. В тот период много говорилось о «славянской мировщине» [13; 19–23], о необходимости преодолеть застарелый раскол между Россией и Польшей. Под мировщиной подразумевались не унификация народов, а поиски путей к сближению, восстановлению утраченного до-

верия, к забвению былой вражды между поляками и русскими. *Н. А. Бердяев* подчеркивал: «Русская душа останется православной по своему основному душевному типу, как польская душа останется католической. Это глубже и шире православия и католичества как вероисповеданий, это — особое чувство жизни и особый склад души. Но эти разные народные души могут не только понять и полюбить друг друга, но и почувствовать свою принадлежность к единой расовой душе и сознать свою славянскую миссию в мире» [4; 166].

Вместо осмысления реальных причин войны, истинных позиций каждой из воюющих сторон, возможных способов снятия международной напряженности публицисты Серебряного века фактически способствовали ее эскалации. В своих мессианских утопиях культурная элита доходила до оправдания войны, приписывая ей высшие гуманистические функции. *С. Н. Булгаков* убеждал своих читателей: «“Варварская” Россия спасает Европу от нее самой и, конечно, не военным только превосходством, но побеждающей духовной мощью русского воинства и всего русского народа, ибо ведь в этой войне войско и есть народ» [10; 44]. Философам Серебряного века хотелось верить, что в ходе страшной войны «свершается очистительная жертва» [10; 27], благодаря которой больная духом новоевропейская культура исцеляется, обретает новую жизнь. «И не должны ли мы, не колеблясь, признать, что настоящая война, этот бич Божий, ведет за собой не только разгром, но и духовное пробуждение?» — восклицал *С. Н. Булгаков* [10; 27].

Рассуждения культурной элиты о «священной» войне за абсолютные ценности были исполнены благородного пафоса, но в этих отвлеченных построениях не находилось места непосредственно осязаемым реалиям войны, таким как подробности повседневной солдатской жизни, тяготы мирного населения на оккупированных территориях, трудности военных будней жителей тыла... В результате вместо побуждения общества к поиску реалистичных путей разрешения конфликта культурная элита демонстрировала прекраснодушие, граничащее с безответственностью, особенно очевидной, когда неоднозначные идеи не вы-

сказываются в узком кругу единомышленников, а адресованы массовой аудитории.

Вскоре после Октября, катализатором которого стала Первая мировая, Н. А. Бердяев выпустил сборник статей, написанных им за военные годы. В предисловии он признался: «Все время войны я горячо стоял за войну до победного конца. И никакие жертвы не пугали меня. Но ныне я не могу не желать, чтобы скорее кончилась мировая война. Этого должно желать и с точки зрения судьбы России, и с точки зрения судьбы всей Европы... Всей Европе грозит внутренний взрыв и катастрофа, подобная нашей. Жизнь народов Европы будет отброшена к элементарному, ей грозит варваризация. И тогда кара придет из Азии. На пепелище старой христианской Европы, истощенной, потрясенной до самых оснований собственными варварскими хаотическими стихиями, пожелает занять господствующее положение иная, чужая нам раса, с иной верой, с чуждой нам цивилизацией» [3; 2–3].

Это запоздалое прозрение спустя столетие вновь становится пугающе актуальным. Сегодняшняя действительность заставляет задуматься о том, что «западные ценности не универсальны, что существует иной мир человеческих ценностей, с которым мы не умеем говорить» [9; 33]. Тревожная международная ситуация усугубляется тем, что взаимопонимание стремительно утрачивается не только между различными мировыми цивилизациями, но и внутри каждой из них. В этих условиях важно не допустить, чтобы интенции к разрушению старого возобладали над интенциями к созиданию нового. Современной журналистике имеет смысл учесть опыт публицистов Серебряного века, как позитивный, так и негативный, для того, чтобы способствовать складыванию конструктивного диалога между различными общественно-политическими силами и социокультурными образованиями.

Литература

1. Аскольдов С. А. Религиозный смысл русской революции // Из глубины: Сборник статей о русской революции. Нью-Йорк, 1991.

2. Бердяев Н. Война и возрождение // Утро России. 1914. 17 авг.
3. Бердяев Н. Мировая опасность (Вместо предисловия) // Бердяев Н. Судьба России: Опыты по психологии войны и национальности. М., 1918.
4. Бердяев Н. Русская и польская душа // Бердяев Н. Судьба России: Опыты по психологии войны и национальности.
5. Бердяев Н. А. Духи русской революции // Из глубины: Сборник статей о русской революции. М., 1990.
6. Бердяев Н. А. Из психологии русской революции // Бердяев Н. А. Духовный кризис русской интеллигенции. Статьи по общественной и религиозной психологии 1907–1909 гг. СПб., 1910.
7. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма. М., 1990.
8. Бердяев Н. А. Революция и культура // Бердяев Н. А. Sub specie aeternitatis. Опыты философские, социальные и литературные (1900–1906). СПб., 1907.
9. Березовая Л. Г. Культурная история: проблема научной интерпретации // Традиционное сознание: проблемы реконструкции. Томск, 2004.
10. Булгаков С. Война и русское самосознание. М., 1915.
11. Булгаков С. Н. Героизм и подвижничество (Из размышлений о религиозной природе русской интеллигенции) // Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции. М., 2007.
12. Иванов В. Вселенское дело // Русская мысль. 1914. № 12. Отд. II.
13. Иванов В. Славянская мировщина // Иванов В. Родное и вселенское. М., 1917.
14. Изгоев А. С. Об интеллигентной молодежи (Заметки об ее быте и настроениях) // Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции.
15. Кистяковский Б. А. В защиту права (Интеллигенция и правосознание) // Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции.
16. Покровский И. А. Перуново заклътье // Из глубины: Сборник статей о русской революции. М., 1990.
17. Струве П. Б. Интеллигенция и революция // Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции.
18. Струве П. Б. Исторический смысл русской революции и национальные задачи // Из глубины: Сборник статей о русской революции. М., 1990.
19. Франк С. О поисках смысла войны // Русская мысль. 1914. № 12. Отд. II.
20. Франк С. Л. De profundis // Из глубины: Сборник статей о русской революции. М., 1990.
21. Эрн В. Время славянофильствует. Война, Германия, Европа и Россия. М., 1915.
22. Эрн В. От Канта к Круппу // Русская мысль. 1914. № 12. Отд. II.

Л. П. Громова

С.-Петербургский гос. ун-т

**«ОДЕЙСТВОВАНИЕ» ФИЛОСОФИИ
В ЖУРНАЛИСТИКЕ
(ПАМЯТИ ПРОФЕССОРА Ю. Н. СОЛОНИНА)**

Статья посвящена памяти Юрия Никифоровича Солонина (1941–2014) — философа, культуролога, доктора философских наук, профессора СПбГУ, в разные годы возглавлявшего кафедру зарубежной журналистики и кафедру философии культуры и культурологии. Ю. Н. Солонин был деканом факультета журналистики и философского факультета, в 2005–2013 гг. — член Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации.

Ключевые слова: профессиональное сознание, идеальное, реальное, понимание.

L. P. Gromova

St. Petersburg State University

**PRACTICAL USE OF PHILOSOPHY IN JOURNALISM
(MEMORIES OF PROFESSOR YU. N. SOLONIN)**

The article is devoted to Jury Nikiforovich Solonin's memory (1941–2014). He was a philosopher, culturologist, Dr of Philosophy, Professor of St. Petersburg State University; he worked as a Chair of Foreign journalism department and Philosophy of culture and cultural science department. Yu. N. Solonin was a dean of Faculty of journalism and Faculty of philosophy, in 2005–2013 was a member of Council of Federation of the Federal Assembly of the Russian Federation.

Key words: professional consciousness, ideal, real, understanding.

Удивительную особенность имеет наш университетский мир: он обладает уникальной возможностью миграции, создавая таким образом новые научные направления, междисциплинарные исследования, новые образовательные программы, оригинальные подходы к уже сложившимся теориям. Мы иногда скептически или с опасением относимся к тому, что руководить коллективом приходит человек из другой научной и профессиональной среды. Так поначалу был воспринят и переход *Ю. Н. Солонина* с философского факультета университета на факультет журналистики.

Он возглавил созданную в 1980 г. кафедру зарубежной журналистики, а вскоре стал и деканом факультета журналистики. Как показало время, эта страница жизни *Юрия Никифоровича* была закономерной, она обогатила его опытом ученого, администратора и общественного деятеля. Его гибкий ум и способность легко адаптироваться к новым условиям и новому кругу общения позволили ему очень быстро освоиться в незнакомой профессиональной среде, в которую он привнес свой взгляд и свое понимание этой сферы деятельности. А его талант педагога и популярность у студентов сделали его присутствие на факультете ярким и запоминающимся.

Впоследствии, анализируя разные этапы развития факультета журналистики, первый его декан *А. Ф. Бережной* напишет, что *Ю. Н. Солонин* достиг многого «без каких-либо резких реформаторских движений», что «при нем устанавливался деловой спокойный ритм деятельности факультета, активно заработала созданная кафедра зарубежной журналистики, очень необходимая в связи со все возрастающим числом направляемых к нам иностранных студентов» [1; 154].

Что дал *Юрий Никифорович* факультету журналистики? Говоря словами *А. И. Герцена*, призывавшего в своей философской публицистике к «действиютворению» философии, приближению ее к жизни, *Ю. Н. Солонин* сумел приложить философское знание к осмыслению новой для него профессиональной сферы. Как человек широких взглядов и нетривиального мышления он щедрой россыпью дарил в своих выступлениях и публикациях ори-

гинальные идеи, предлагал по-новому посмотреть на, казалось бы, известные истины. Он заложил основы преподавания профильных лекционных курсов по зарубежной журналистике. Под его руководством коллектив кафедры разработал базовые учебные пособия «Журналистика социалистических стран» (1989) и «Журналистика западноевропейских стран» (1990). Конечно же, в наше время они уже интересны скорее историкам прессы. Но тогда это были одни из первых работ, которые в системном виде представляли закономерности и современные тенденции развития журналистики разных стран и континентов.

Ю. Н. Солонин установил тесные научные контакты между двумя факультетами, которые впоследствии привели к ежегодному включению журналистской секции в программу организованного им форума «Дни философии в Санкт-Петербурге», к защите диссертаций преподавателей факультета журналистики на философском факультете, их участию в работе диссертационных советов при философском факультете и во многих других совместных проектах.

Философское мышление помогало Ю. Н. Солонину находить новые глубокие смыслы в понимании разных сфер профессиональной и общественной деятельности. Он «добавил» философской фундаментальности во взгляде на журналистику, рассматривая ее не только с праксеологической точки зрения, с позиций исключительно инструменталистского подхода к творческому процессу, но переводя исследование в область профессионального сознания, «понимаемого как особое видение мира, заданного своеобразным призванием личности» [2; 20].

Понимание им особой природы журналистской деятельности, которая не исчерпывается «социологическим сциентизмом» или «традиционным филологизмом», не только не утратило актуальности, но получило новый вектор осмысления в связи с непрекращающимися дискуссиями о необходимости профессионального журналистского образования. Размышляя над тем, кто, когда и как становится журналистом, Ю. Н. Солонин говорит о том, что обычный ответ, подтверждаемый практикой, сводится, как правило, к следующему: «становление журналиста в значительной

степени отождествляют с профессиональной подготовкой и последующим совершенствованием навыков» [2; 23]. При этом он отмечает типичное противоречие любой массовой профессии: когда мы говорим об идеальном типе специалиста, сочетающего уникальные личностные достоинства с высоким уровнем их развития и мастерства в результате обучения, то упускаем из виду, что массовое производство профессионалов неизбежно ведет к занижению требований — и прежде всего к личностным качествам. Однако в общественном сознании и в качестве ценностного ориентира продолжает существовать идеальный тип профессионала.

Это противоречие между должным и реальным свойственно массовой подготовке любых профессионалов (учителей, врачей, юристов, экономистов). Сфера особенного — это всегда выбор между идеальным и общим. И мы неизбежно это признаем, обсуждая качество и уровень профессиональной подготовки. И все же, каким бы низким ни был усредненный тип профессионализма, сама проблема феномена профессионализации не упраздняется. *Солонин* видит ее решение «не только в качестве овладения функциями, но и в наличии специфического нравственного самоопределения» [2; 24]. По его мнению, это не дается простым процессом обучения и технологической профессионализацией. Даже требование компетентности не определяет своеобразие журналистской деятельности. «По нашему мнению, — пишет исследователь, — искать его надо в своеобразиях конституции профессиональных сознаний, в том, что можно назвать журналистским воображением» [2; 24]. Воображение, в его понимании, является «ядром профессионализма и придает ему смысл не простой выучки, утонченного умения, а достоинство творческого состояния личности в ее отношении к избранной сфере деятельности» [2; 26].

Журналистское воображение, по мнению автора, не дается образованием, но образование призвано развивать его и совершенствовать, ибо оно «формирует нравственность, создает специфическое профессиональное поведение, почти совпадающее с жизненной ориентацией» [2; 26].

Что же составляет основание профессиональной журналистской подготовки, призванной формировать профессиональное сознание и поведенческие стандарты? Сославшись на неразвитость теории профессионального сознания вообще и журналистского в частности, Солонин определяет эти базовые опоры (которые он называет секторами, стремясь избежать иерархической субординации элементов системы знаний) профессионального журналистского образования:

1. Когнитивно-эпистемический сектор, включающий в себя систему базового знания, методологию и методику журналистской работы, которые определяют профессиональные ориентиры, способ отбора материала и его преобразования в журналистский текст с индивидуальным авторским языком и стилем.

2. Деонтический (нормативный), определяющий этические нормы профессионального поведения, которые участвуют в формировании исходных установок восприятия реальности и нередко определяют сам результат журналистского поиска. При этом профессиональная этика не существует в отрыве или в противоположности к нормам повседневной и общечеловеческой морали, входящим в структуру профессионального сознания.

3. Аксиологический сектор, где вырабатываются ценностные установки и ориентиры профессиональной деятельности, включая взгляды, интересы, убеждения, предпочтения, которые оказывают воздействие на позицию и оценки журналиста.

Кроме названных компонентов профессионального сознания, по мнению исследователя, необходимо учитывать и уровень обыденного сознания, влияющий на поведенческие стандарты в работе журналистов.

Журналистское сознание, в основе которого лежит воображение, по мнению автора, не подлежит формальной регламентации и изучению в парадигме социологического сциентизма. Возможно, пишет ученый, следует идти по пути развития «понимающей журналистики, отказывающейся от формулировки принципов, законов и нормативных положений, регулирующих журналист-

скую практику, но ориентирующей на воспроизведение глубинных взаимодействий человеческих, социальных, культурных и иных факторов, определяющих жизнедеятельность общества» [2; 29].

Понимание как основа гражданского согласия, общественного диалога виделось Ю. Н. Солоницу сущностью не только журналистской профессии, но, впоследствии, и собственной политической деятельности. Он как философ воплощал свои идеи в реальной политике, влиянии на решение проблем государственной важности. И во всех сферах деятельности в нем естественным образом сочетались философ-мыслитель и практик.

Литература

1. Бережной А. Ф. Отделение-факультет журналистики Ленинградского государственного университета в 1945–1985 гг. СПб., 2003.

2. Солонин Ю. Н. Журналист и его сознание: в защиту профессионализма (к феноменологии профессионального мышления) // Журналист. Пресса. Аудитория: межвуз. сб. Вып. 4 / под ред. И. П. Лысаковой, Ю. Н. Солонина. Л., 1991.

А. С. Казеннов

С.-Петербургский гос. торгово-экономический ун-т

ПОНЯТИЕ КАК СРЕДСТВО И ЦЕЛЬ ПОНИМАНИЯ

В статье рассматривается проблема понимания со стороны средств и цели этой деятельности. В качестве методологической основы этого рассмотрения взяты идеи Аристотеля и Гегеля о познании, понимании и роли понятий в этих процессах. Понимание описывается как процесс выражения содержания познания в понятиях.

Ключевые слова: понимание, познание, понятие, теория.

A. S. Kazennov

St. Petersburg State University of Trade and Economics

NOTION AS A METHOD AND A GOAL OF UNDERSTANDING

This article is devoted to the problem of the role of the notion in the process of the understanding. The understanding is important in the process of getting knowledge. The Aristotle's and Hegel's ideas of the understanding are taken as methodological basis of the analysis. The understanding is considered as a process of expression of the knowledge essence in notions.

Key words: understanding, knowledge, notion, theory.

Понимание — это важнейший аспект индивидуального познания и общественных коммуникаций, который, в силу его значимости, является постоянным предметом исследований в философии, психологии, религии, искусстве с глубокой древности. Развитой формы исследование понимания достигает уже у *Платона* и *Аристотеля*, которые сформулировали глубокую теорию познания (понимания), предопределившую поиски в этой области на полторы тысячи лет.

Здесь важно не отделять ученика *Аристотеля* от учителя *Платона*, а выяснить их единое устремление, вызванное открытием их общего учителя — *Сократа*, который впервые осознал роль понятия в процессе познания и перевел процесс познания на уровень сознательного понимания в понятиях. Но *Аристотель* сразу различает опыт, знание и понимание. С первых страниц «*Метафизики*» он разъясняет: «...мы полагаем, что знание и понимание относится больше к искусству, чем к опыту, и считаем владеющих каким-то искусством более мудрыми, чем имеющих опыт, ибо мудрость у каждого больше зависит от знания, и это потому, что первые знают причину, а вторые нет» [1; 66]. Он отводит знанию и пониманию очень важную роль: «А знание и понимание ради самого знания и понимания более всего присущи науке о том, что

наиболее достойно познания, ибо тот, кто предпочитает знание ради знания, больше всего предпочтет науку наиболее совершенную, а такова наука о наиболее достойном познания» [1; 68].

В эпоху Нового времени проблема понимания стала одной из главнейших в учениях величайших умов XVII-XVIII вв. Собственно, вся проблематика метода у *Галилея*, *Бэкона*, *Декарта* и других исследователей этого периода стимулируется стремлением познать: как, с помощью чего мы понимаем процессы природы и общества, и насколько истинно наше понимание природы, общества и самих себя. К середине XIX в. сложились две европейские школы понимания: гегелевский панлогизм и контовский эмпиризм. К концу этого века было много попыток соединить позитивизм с философией жизни и на этой почве разработать специальную науку о понимании — герменевтику: о понимании духа, культуры и человека. Фактически же в XX в. науки, изучающие процесс познания, умножились, дифференцировались и сегодня изучают процесс познания со своих сторон. Само же понимание не стало предметом отдельной науки: ни герменевтика не развивалась в большое научное направление, ни отдельные большие работы в духе «О понимании» *В. Розанова* не оказали серьезной конкуренции двум основным европейским традициям. При этом, как и в других философских проблемах, появилась масса промежуточных форм, соединяющих элементы обеих традиций.

Представляется, что теоретическим наукам ближе традиция *Г. Гегеля*. И это, в общем, понятно. Эмпирическим наукам ближе методологические установки позитивизма. И это тоже понятно. Но поскольку эмпирические науки также выражают свои результаты в понятийной форме, то и им без строгой логичности, а, следовательно, и без строгих логических понятий и методов не обойтись. И если позитивизм хочет уничтожить субъективный момент с его понятиями, то он просто ставит свой особый субъективизм на место понимания объективной роли субъекта в познании, осознанного со времен *И. Канта* в европейской философии. Что и показала история позитивизма в форме «логического позитивизма», который пришел к логике, но и к ней он отнесся узко эмпирически и потому непродуктивно.

До сих пор, однако, не обращали достаточного внимания на то обстоятельство, что именно *Гегель* связал процесс познания как поиск объективной истины с процессом понимания как субъективной формой этой деятельности [2; 308-310]. Однако, если проблема понимания исследовалась, то в большей мере психологией, чем философией. И это не случайно: ведь *Гегель* тоже исследовал проблему понимания в разделе «Психология» своей работы «Философия духа». Если сегодня мы интересуемся проблемой понимания на почве теории журналистики, то это также естественно. Потому что журналист занят тем же делом, что и индивидуальный дух в науке: понимает происходящее (единичные события) у него на глазах, но от имени (или в интересах) общества (группы). И это познание и понимание надо выразить в словах (образах, понятиях), чтобы быть понятым читателями (зрителями). Но слова и образы будут поняты потребителями информации только тогда, когда они выражают содержание события близкими понятиями. В этом отношении одной из больших заслуг *Гегеля* является та, что он открыл понятие не только как субъективную логическую форму познания, но показал, что оно стало таковой потому, что имеет структуру, общую со структурой предметов природы и общества: соотношение в себе самом всеобщего, особенного и единичного моментов, необходимо связанных друг с другом и с целым. А насколько исследователь может найти, да еще и выразить эти связи, зависит от субъекта познания и понимания, ограниченного не только индивидуально-личностными характеристиками (талантом), но и социально-историческими условиями своего существования (исторической эпохой). Будь ты хоть трижды *Менделеев*, в XV в. до периодической системы было не додуматься. Да и ЭВМ изобрели не в Новой Гвинее.

Понятие и понимание в понятиях — это относительно недавнее достижение человечества, а систематическому исследованию этого процесса всего двести лет. В век стремительного увеличения объема знаний (вернее, количества информации) это кажется чем-то древним (кто, однако, проверил эти знания и информацию на качество и глубину?). Но проблема понимания

остаётся, и она сегодня так же актуальна, как двести и триста лет назад.

Две отмеченные традиции в XIX в. стали явными, хотя возникли они со времен *Бэкона* и *Декарта*. Оба они вели речь о ясных и строго определенных понятиях. Поэтому, когда *Г. Гегель* говорит: «Понять — значит выразить в понятиях», то как бы ничего нового тут нет, все понятно. Мы понимаем (в науке) других авторов, если они выразили свое познание в понятиях. И мы уверены, что поняли их, если сами можем выразить познанное в научных понятиях. Но в других областях познания, в том числе и в СМИ, люди познают в форме представлений, причем чаще всего — обыденных представлений. Для обмена текущей информацией этого, как правило, бывает достаточно.

Поэтому само слово и термин «понимание» имеют еще и три других значения, о которых здесь не будет идти речь, но которые затрудняют сам процесс *понимания* понимания. Это, во-первых, понимание практическое, во-вторых, «понимание» в обыденных разговорах в смысле сочувствия и прощения и, в-третьих, понимание в смысле получения и передачи представлений. Отметим только, что понимание практическое есть перевод объяснения «как сделать что-то» в само это дело. Если человеку объяснили (что называется «на пальцах»), как сделать что-то, и он это сделал, значит, он понял. Если не сделал, значит, не понял (при прочих равных условиях). А в обыденных разговорах слово «понимание» может иметь много значений, вытекающих из морального или психологического контекста. Что же касается понимания на уровне представлений, то оно сейчас, в век Интернета, самое распространенное, и большинство познаний мы получаем в представлениях. Так, что представление о предмете или ситуации нам дали, и мы его имеем, хотя и не вникли в них глубоко. А это и значит: не вникли в их понятие.

Другое дело наука. Исследователь, собственно, стремится к пониманию в точном смысле слова, то есть к такому осознанию предмета исследования, которое схватывает его сущность в мыслях, и передает это содержание (мысли) другим субъектам в понятиях. И усвоение предмета (объекта) субъектом в мысли,

и передача мыслей о предмете (объекте) другим субъектам производятся в научных понятиях. Хотя сам предмет может иметь чувственно-материальную форму и содержание, его сущность выражается лексически, а научная лексика имеет специальный дисциплинарный характер. Переводя предмет в процессе познания в лексические формы, субъект пользуется готовыми, социально опробованными словами и терминами, понятными другим субъектам научной коммуникации.

Научное понимание может происходить и как краткий момент озарений (интуиций), когда вдруг устанавливается (открывается) связь между понятиями, и как долгий путь познания, когда ищутся различия в определениях предмета или устанавливаются тождества между ними. Отдельные предметы и отношения между ними часто понимаются сразу, а сложные предметы и науки понимаются после длительного изучения. Подготовленный изучающий многое понимает быстрее, а неподготовленный (начинающий) — медленнее. Подготовленный имеет более широкий круг усвоенных понятий и больший опыт работы с ними. Но путь понимания в науке завершен и цель достигнута лишь тогда, когда предмет выражен в понятиях, когда усвоено его понятие.

Отсюда следует: понятие является не только целью, но и средством познания, и его результатом. Поэтому *Г. Гегель* высказывает свою мысль и в другой форме: понять — значит осознать понятие предмета. При этом понятие понимается как объективность и истина, если оно соответствует предмету. Поэтому и истина определяется им как соответствие понятия предмету или предмета понятию.

Но здесь есть одна проблема, которая обнаруживается, если вспомнить выделенные *Гегелем* основные определения понятия: единичное, особенное и всеобщее. Когда он говорит, что понять — значит осознать понятие предмета, то мышление настраивается на абстрактно единичное понятие. Но ведь каждое понятие есть единство всеобщего, особенного и единичного. Поэтому каждое понятие есть свернутая теория, то есть оно содержит в себе в снятом виде другие понятия «своей» теории, отраженного в ней всеобщего. Каждое связано с другими понятиями строго

логическими опосредствованиями, поэтому и имеет их в себе в снятом виде. Например, в трудовой теории стоимости все понятия содержат, непосредственно или опосредствованно, понятия «труд», «стоимость» и др. Так, понятие «цена» определяется как денежное выражение стоимости, стоимость как накопленный труд; товар имеет стоимость, а стоимость есть накопленный труд, так что товар есть также накопленный труд и т. д.

Вот эта сложная внутренняя система понятия вызывает необходимость вернуться к проблеме понимания в философии *Гегеля* и конкретизировать ее с учетом этой системы. А именно: выяснение содержания и сущности предмета на уровне понятия (то есть понимание в собственно научном смысле слова) приводит к необходимости познать его понятие в целой системе понятий данной области. Иначе говоря, постичь предмет научным образом можно только осознав его понятие, а осознать его понятие можно только в системе какой-то, соответствующей природе этого предмета и его понятию, теории. Поэтому в целом можно определить понимание так: понять предмет — значит определить его понятие и вписать это понятие в теорию. Понятно, что если нет готовой теории (такие случаи редко, но бывают), то надо придумать новую теорию (на первых порах, до проверки практикой, она будет называться гипотезой) как развернутое понятие. Но в любом случае: понять — значит усвоить понятие предмета и вписать его в систему понятий теории. В другом виде эту мысль можно выразить так: понять предмет — значит выяснить его связи с другими предметами.

Это — задача, которая решается по отношению к готовой науке, или в сфере образования.

Но ведь похожая задача решается и в сфере науки, действующей в направлении поисков новых предметов, в исследованиях неизвестных предметов, в получении новых знаний о свойствах известных предметов. Тогда вопрос встает не в плане усвоения известного в науке понятия и углубления в известное понятие, а в направлении первичного возведения предмета в мысль, в понятие. На первый взгляд может показаться, что это другое направление мысли: не с поверхности предмета к его внутреннему, а из

внутреннего вверх к внешнему. Но на самом деле это одно и то же движение, поскольку речь идет о мысленном выражении понятия самого предмета и именно этого предмета. Его основное содержание присуще самому предмету, и мы лишь адекватно выражаем его в наших известных или новых понятиях, двигаясь в процессе познания в двух направлениях: от внешнего к внутреннему и наоборот.

Таким образом, понять новый предмет — это значит возвести его в мысль (в понятие) и соотнести с другими понятиями теории.

Собственно, и определение (возведение в мысль) любого отдельного нового предмета начинается с поиска класса предметов, к которому относится предмет, обозначаемый данным термином, — с родового понятия, называющего и выражающего этот класс, а заканчивается поиском специфического отличия (*differentia specificata*), которым данный предмет отличается от других предметов этого рода (класса предметов). Поэтому понимание на переднем фронте науки проходит как бы две ступени: непосредственное возведение отдельного предмета (явления, процесса) в мысль и включение этой мысли в систему мыслей (понятий) теории, которая изучает предметы данного рода. Но это не две отдельные поочередные ступени, а связанные друг с другом моменты, во взаимодействии которых проходит процесс понимания предмета (понятия) и его предметной области, которая изучается теорией.

Так это происходит и с теорией журналистики: теория журналистики развивается посредством разных ее трансформаций, таких как социология журналистики, политическая журналистика, основы журналистики, и посредством дискуссий теоретических школ, а также благодаря новым понятиям, терминам, дисциплинам, таким как «политическая культура журналистики», «средства массовой информации», «политические коммуникации» и другим, которые постепенно включаются в состав понятий теории журналистики.

Литература

1. Аристотель. Метафизика // Соч. в 4-х т. Т. 1.
2. Гегель Г. В. Философия духа. М., 1977.

М. В. Ливанова
Смоленский гос. ун-т

**ТРАДИЦИОННЫЕ СМИ
И НОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ
ЛОКАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ:
СИНДРОМ ОТЧУЖДЕНИЯ**

В статье рассматриваются отношения традиционных печатных СМИ и аудитории в процессе социального диалога и формирования общественного согласия. В качестве партнеров журналисты выбирают общественные объединения, поддерживаемые государством, но принимают пассивное участие в гражданской самоорганизации.

Ключевые слова: традиционные СМИ, локальное сообщество, коммуникативные практики.

M. V. Livanova
Smolensk State University

**TRADITIONAL MASS MEDIA
AND NEW COMMUNICATIVE PRACTICES
OF LOCAL COMMUNITIES:
ALIENATION SYNDROME**

The article deals with the relationship of traditional print media and audience in the process of social dialogue and formation of public consent. Journalists choose the associations, supported by the state as their partners, but take a passive part in the civil self-organization.

Key words: traditional mass media, local community, communicative practice.

Участие журналистики в формировании взаимопонимания как условия общественного согласия возможно рассматривать с позиции ее роли как участника социального диалога. «Коммуникативное поведение субъектов социального процесса (власть, граждане), того самого диалога, который открывает дверь в гражданское общество, формируется и становится нормой взаимодействия только с участием средств массовой информации» [4; 15]. С точки зрения коммуникативного подхода СМИ являются площадкой широкого информационного обмена, форумом, где аргументируются позиции, вырабатываются понимание ситуации, знание о целях и способах дальнейшего взаимодействия. Формы и методы диалогического общения базируются на группе функций, в числе которых — установление адекватной интересам аудитории повестки дня, артикуляция общественных интересов, публичное представление различных взглядов в целях укрепления социальных связей.

Другой подход к диалогизму как технологии журналистского творчества, нацеленной на реализацию обратной связи с аудиторией с помощью методик и техник полемического общения, представлен в работах В. Ф. Олешко. По его мнению, «оперативные связи с аудиторией СМИ — это технически и творчески осуществленные, планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание взаимопонимания между журналистом и конкретным представителем, группой или всей аудиторией, а также способствующие формированию его имиджа и в конечном счете — реализации коммуникативной функции СМИ в обществе» [3; 116]. Массово-коммуникативный процесс во всей его совокупности можно рассматривать как непрерывный диалог между создателями продукции СМИ и их аудиторией.

Сегодня данные подходы, выработанные в начале 2000-х гг., могут быть дополнены в связи с развитием новых медиа и их параллельным функционированием с традиционными СМИ. «Современная Россия <...> представляет собой страну двух отдельных коммуникативных культур, первая из которых, вертикальная, традиционно формируется телевидением — главным каналом односторонней монологической коммуникации государства с обществом. Вторая <...> организована по принципу горизонтальных

сетевых связей. Развитие новой горизонтальной коммуникативной культуры приводит к нарастанию медиаактивизма и самоорганизации интернет-пользователей с выходом в офлайн-реальность» [1; 351].

Для традиционных СМИ очевидна консервация следующих проблем, отмеченных нами ранее в исследованиях презентации образа власти в локальной и региональной смоленской прессе (2002, 2003, 2010 гг.), а также контент-анализе ее публикаций (2004 г., проект факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова «Повестка дня выборной кампании на должность Президента РФ»):

1) сохранение журналистских установок на односторонний режим деятельности («мы вещаем, вы внимаете»): в освещении ключевых тем (экономика, региональная политика, социальная сфера) преобладают журналистский корпус или представители властных структур, нештатным авторам остаются темы культуры, краеведения, досуга;

2) присвоение журналистами общественного мнения, которое подменяется их агрессивным самовыражением: комментарии, анализ, экспертиза предвыборных программ, организация обмена мнениями на 60% исходили от журналистов. Они же взяли на себя функцию артикуляции настроений, ожиданий, требований электората (форма повествования от «мы»). Произошла своего рода трансформация профессиональной журналистской роли в маску представителя аудитории, «простого человека»;

3) традиционные СМИ по-прежнему выступают «средством легитимизации социальных проблем общества, что является одной из их важнейших функций, однако в условиях информационного избытка актуализация социальных проблем перестает быть прерогативой СМИ» [2; 78]. Социальная проблематика задается более широким спектром акторов.

Эти компоненты традиционной профессиональной культуры журналиста основаны, на наш взгляд, на понятии обратной связи, что является информационной практикой (содержание понятия сводится к получению отклика на контент, размещенный журналистами), в отличие от понятия «интерактивность», которое еще

недостаточно разработано, но социальная сущность которого очевидна. С развитием социальных медиа и социального активизма, формированием публичной сферы, новыми возможностями получения и распространения информации актуальная повестка дня устанавливается, помимо редакции, самими представителями локального сообщества посредством сетевых связей, а коммуникативной площадкой становится пространство городов и сельских поселений.

Традиционные и новые коммуникативные практики с целью достижения взаимопонимания и общественного согласия были исследованы на материале анализа печатных версий, страниц в социальных сетях и сайтов газет Ельнинского и Сафоновского районов Смоленской области, удостоенных знака «Золотой фонд прессы-2013».

Газета «Знамя» Ельнинского муниципального образования с социально-экономическим вектором «не развития, а выживания» и возрастной аудиторией (население города составляет немногим более 9 тыс. человек) транслирует в печатном формате контент с опорой на традиционные ценности (патриотические, духовные, семейные). При обсуждении актуальных проблем местного самоуправления издание делает достоянием гласности факты коррупции и неэффективного расходования чиновниками средств на развитие территорий. По сути, личное противостояние редактора структурам городской власти (учредителем газеты является администрация района) и поддержка его аудиторией формируют актуальную повестку дня. В 2012–2013 гг. издание инициировало протестные акции с целью изменения структуры муниципальной власти — упразднения ее городской ветви и создание аналога районной общественной палаты, опираясь на активность основной аудиторной группы — пенсионеров. Интересы местного сообщества представляют созданные еще в советское время организации ветеранов войны и труда, воинов-интернационалистов, женсоветы, а также местные отделения КПРФ и ЛДПР.

Другим субъектом диалога является глава региона (губернатор), к которому апеллирует издание от имени граждан. Публичная коммуникация осуществляется на мономедийной площадке,

хотя свыше 40% жителей района зарегистрированы в социальных сетях. Максимальная сплоченность, максимальный уровень понимания и согласия были достигнуты на базе критики. Освоение публичного пространства (уличный социальный протест) явилось высшей точкой проявления обратной связи с аудиторией, а в диалоге с местной властью издание использовало единственно возможный для традиционных СМИ депрессивных территорий способ — обращение к персоне власти более высокого уровня.

Иной формат коммуникаций общества и государства возникает при создании газетной интернет-площадки (или нескольких) для самоорганизации граждан и заявления ими прав на локальное пространство (город) в качестве медиа. Помимо сайта муниципальной газета «Сафоновская правда» создала открытую группу в социальных сетях. Субъектами коммуникации становятся локальные активисты — семьи, соседи, группы по интересам, объединяющиеся с целью использования пространства улиц, дворов, зон отдыха для совместного общения, досуга, обучения. Эти процессы происходят вопреки прогнозам о замещении непосредственных форм межличностной коммуникации «интернет-активизмом, представляющим собой пассивную форму социального участия при помощи комментариев или отметок типа “лайк”. <...> Наблюдается обратный процесс: возвращение к оффлайновой форме взаимодействия с новым опытом его оптимизации в социальных медиа» [1; 351]. То, что не удастся властным структурам, решается в публичном взаимодействии и новых формах социальной солидарности (организация акций помощи, сбор средств для больных детей, волонтерство — помощь беженцам и очистка природных ландшафтов, донорство).

Это свидетельствует о появлении новых субъектов «горизонтального» диалога, принимающих модель ответственного поведения в аналогичных ситуациях выживания и самосохранения. Задачей издания становится защита гражданских социальных проектов (мастер-классы, летний читальный зал, фестиваль уличного искусства) от их переформатирования профильными официальными структурами. При организации рок-фестиваля инициативные группы рок-музыкантов и байкеров отказались от сотрудни-

чества с движением «Молодая гвардия» и депутатами областной Думы из опасений превращения добровольной коммуникативной практики в регламентированные ритуальные «мероприятия».

Основная часть традиционных мономедийных локальных изданий, в особенности государственных, не проявляют активности в гражданской самоорганизации, хотя это предоставляет им новые возможности для оптимизации контента в тематическом, жанровом, формообразующем аспектах. Участие в укреплении социальных связей, формировании локального сообщества на основе социального согласия и равного доступа граждан к информации и коммуникации является новой (и во много чуждой) практикой для традиционных локальных СМИ. Независимо от того, осуществляют они информационное сопровождение деятельности власти или ее критику, им в большей степени присуща роль подиума или трибуны, нежели интерактивной площадки публичного обмена мнениями. По утверждению *И. Д. Фомичевой*, сегодня меняется культура профессионального поведения журналистов. Они осваивают роли модератора и фасилитатора (того, кто делает комфортным общение) публичного обсуждения, «научаются интерактивному общению с аудиторией, вовлекают ее части в вербальную интеракцию, создают “клей” для укрепления связей между людьми, не только получают отклики со стороны аудитории, но и сами активно реагируют на них» [5; 139].

Л и т е р а т у р а

1. *Квят А. Г.* Новые коммуникативные практики в российских городах // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникативные и этические проблемы: матер. научно-практ. конф. М., 2013.

2. *Коломиец В. П.* Социологические исследования массовых коммуникаций в России // Актуальные проблемы медиаисследований-2014: тезисы конф. Национальной ассоциации исследователей масс-медиа. М., 2014.

3. *Олешко В. Ф.* Журналистика как творчество. М., 2004.

4. *Реснянская Л. Л.* Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. М., 2001.

5. *Фомичева И. Д.* Медиа, обсуждение, социальные общности: актуальные проблемы исследований // Актуальные проблемы медиаисследований-2014.

В. Д. Мансурова

Алтайский гос. ун-т

ПЛЮРАЛИЗМ КАРТИН МИРА И РЕЛЯТИВИЗМ «ЛИЧНОСТНОГО ЗНАНИЯ»

Критерием истины журналистского постижения реальности всегда была ее адекватность практике. Логические правила корректности аргументации считались обязательными. «Онтологический поворот», эпоха «картин мира» (М. Хайдеггер) изменили систему генерации социального опыта и смысла. Основными стали когнитивные практики, основанные на признании очевидности и достаточности здравого смысла, ощущений и образов, идущих от повседневности. Но «личностное знание» (М. Полани) журналиста нередко противоречит дискурсу взаимопонимания в пространстве коммуникации. Релятивизм таких истин обнажает проблему интеллектуальной ответственности журналистов за моральную честность суждения о мире.

Ключевые слова: коммуникативная рациональность, «личностное знание», дискурс взаимопонимания, релятивизм экзистенциальной истины, моральная честность.

V. D. Mansurova

Altai State University

PLURALISM OF WORLD VIEWS AND RELATIVITY OF “PERSONAL KNOWLEDGE”

The truth criterion of understanding reality by journalism had always been the consistency with practice. Logical rules of correct argumentation were mandatory. The “Ontological Turn” and era of “world views” (M. Heidegger) changed the rules of harvesting social experience and meaning. Cognitive practices based on the recognition of obviousness and sufficiency of the common sense, mood, and

images of daily life have become predominant practices. However, it is not uncommon that “personal knowledge” (M. Polanyi) of a journalist contradicts with an understanding discourse in communication space. Relativity of truths reveals the problem of intellectual responsibility of journalists for moral certainty of the reality understanding.

Key words: communicative rationality, “personal knowledge”, understanding discourse, existential truth relativity, moral certainty.

«Журналистика — это поиск истины в интересах общества». В этом определении редактора газеты «Вечерний Петербург» выражено понимание ее роли в условиях материалистического воззрения на приоритетное отношение познающего субъекта (журналиста) к объекту когнитивной деятельности — реальности, «дающейся нам в ощущениях». Диалектическим критерием истины с неизбежностью выступает практика, адекватно раскрывающаяся в результате такого познания. Восприятие истины в парадигме классической рациональности основано на логико-гносеологическом прочтении объективной реальности в причинно-следственных связях ее движения и развития, а понимание истины, открытой в соответствии с реальностью, базируется на логико-семантической выраженности в терминах правильности, корректности, достоверности.

Господство онтологии материального мира и воспроизведение его в «совокупности социальных ситуаций» (Е. П. Прохоров) совпало с «золотым веком» отечественной журналистики — журналистики созидания, критики, борьбы за действенность и эффективность находимых ею алгоритмов совершенствования общественных отношений. Отношения личностные, бытующие на ценностно-экзистенциальном уровне, рассматривались как «надстройка» над практической деятельностью людей, выстраиваемая по законам целесообразности и прагматизма. Кардинальные изменения в базисных структурах реальности, вызванные геополитическими, технологическими и социокультурными

трансформациями, раскрыли ее как мир плюралистический, мир изменчивой культуры и социума. Абстрактно-гносеологические, нормативно-рациональные подходы к репрезентации этой транзитивной реальности встали вровень, а зачастую и просто оказались вытесненными когнитивными практиками, основанными на признании очевидности и достаточности здравого смысла, ощущений и образов, идущих от повседневности. «Онтологический поворот», отмеченный *М. Хайдеггером* по отношению к научному знанию, оказался тотальным для всей сферы духовно-практического знания. Эпоха «картин мира» [7] стала «поворотной» и для журналистики как структурного каркаса в системе генерации социального опыта и смысла. Обращение к различным коммуникативным практикам — феноменология с признанием «жизненного мира» как формы intersубъективного опыта, элементы бытийно-экзистенциального подхода и допонятийных довербальных феноменов в осуществлении рефлексии над реальностью — открыли перед журналистикой «врата ада / рая».

Цифровой мир и глобальная коммуникация, с одной стороны, обеспечили журналистике безграничную власть над новой, коммуникативной, онтологией, «...интегрирующей на своей основе множество онтологий, соответствующих разным типам когнитивных практик» [6; 40]. Доминирование новой рациональности — коммуникативной — позволило снять противопоставление субъекта и объекта именно в онтологической реальности, уже не задающей критериев истины. В картинах мира, создаваемых журналистикой, мгновенно отразились глубокие по смыслу и оригинальные по форме репрезентации различных сторон бытия, как социально-детерминированного, так и «свободного от общества». Торжество истины, «освобожденной» от критериев практики, позволило предъявить чрезвычайное разнообразие «миров повседневности», воспроизведенных в текстах и сюжетах различных медиаформатов. Но саморефлексия журналистов, реализованная даже в филигранном исполнении, зачастую оказывается не реферируемой публикой, распределенной в пространстве коммуникативной реальности. Инструментальный характер журналистских картин мира сталкивается с проблемой

их конвенциональности с коммуницирующим большинством, которая фокусируется в границах восприятия и понимания предлагаемого дискурса.

Действительно, извлечение «экзистенциальной правды» оказалось менее затратным делом, нежели добывание гносеологической истины в форме практической целесообразности и полезности. Вместе с тем субъектно-объектные отношения, рассматриваемые сквозь призму коммуникативной рациональности, предполагают вопросно-ответный дискурс, диалог, напряженность коммуникативного взаимодействия, задачей которого являются и отражение, и интерпретация пространственно-временных реалий, корреспондирующих с различными онтологиями. «...Субъект познания предстает в этом случае как задающий предметные смыслы, понимающий, интерпретирующий и расшифровывающий глубинные и поверхностные, буквальные смыслы» [2; 18-19].

Следовательно, «врата» коммуникационного «рая», когда свобода возведена в бесконечность и расчищает пространство человеческого бытия от любых ограничений, открываются в разные стороны: в «оргию свободы», по выражению *Ж. Бодрийяра* [1; 3], или же в пространство социально востребованного и социально значимого смысла. Журналист, как субъект познающий и объясняющий, поставлен перед дилеммой диктата реальных фактов и личностных восприятий и переживаний, связанных с их интерпретацией. Сопряжение этих онтологий составляет неустранимую основу понимания. Отечественный философ *В. Н. Порус* видит суть интерпретации в понимании, или в наполнении смыслом того, что без этой процедуры смыслом не обладает. Понимание предваряет, сопутствует и завершает объяснительные процедуры. Понимание предполагает объяснение в той мере, в какой объяснение развивает понимание. *П. Рикёр* сформулировал это в виде девиза: больше объяснять, чтобы лучше понимать.

Калькуляция эмпирически регистрируемых фактов, логические процедуры выводного знания как гносеологическая база классической, традиционной журналистики вытесняются новым «инструментарием» интерпретации реальности, в которой

коммуницируют онтологии всевозможных символично-знаковых форм и систем. «Символический универсум» (Э. Кассирер) многократно усложняет понимание глубинного смысла кросс-культурных реалий, значения экономических, политических и социальных явлений, объяснение которых, а затем и «собрание» общего смысла становятся задачей высочайшего интеллектуального накала. Когнитивный фундамент понимания реальности, уровни взаимопонимания с аудиторией предполагают и обеспечение сверхточной сенсорной дискурсивности. Гармония когнитивных, социокультурных и социально-психологических универсалий в коммуникационном процессе — удел немногих, даже профессионально подготовленных журналистов. Чем же обеспечен дискурс взаимопонимания в глобальном пространстве коммуникации?

Когда «игра» в объективность «закончена и все освобождено», делается акцент на иррациональных способах познания, в частности на интуиции; актуализируются фрагменты индивидуального опыта, обобщаемого на уровне обыденного сознания. Эта роль имплицитного (подразумеваемого) знания, определенного *М. Полани* как «личностное знание», трактуется современной наукой как одна из форм получения вероятностной картины мира. «Потому что, будучи человеческими существами, мы неизбежно вынуждены смотреть на Вселенную из того центра, что находится внутри нас, и говорить о ней в терминах человеческого языка, сформированного насущными потребностями человеческого общения. Всякая попытка полностью исключить человеческую перспективу из нашей картины мира неминуемо ведет к бессмыслице» [3; 20].

Неявное, невербализованное знание, востребованное ранее в основном в процессах повседневного социального взаимодействия, в скоростном спринте глобального коммуницирования получило статус претендующего на истину. Имея человеческое измерение, оно понимается как личностно продуманная и прочувствованная ценность, утверждаемая человеком в жизненных поступках. Дискурс взаимопонимания, основанный на приоритете «личностного знания», дал быстрые всходы на почве обосно-

вания журналистской субъективности в понимании и интерпретации реальности. Дело в том, что составной частью концепции *М. Полани* о неустранимости личностного фактора из процесса познания является его тезис о роли «интеллектуальных чувств» — чувства красоты, интереса, эвристического чувства, чувства убежденности. «Личностное знание» журналистов — при этом не есть конгломерат сведений из различных сфер жизни. Фоновое, по выражению *М. Полани*, «неявное знание» — это знание культурных универсалий и социокодов, рационалистических ценностей общества и его сообществ. Когнитивная адаптация новых знаний, сопряженных с «фоновым» знанием, позволяет делать понятной и адекватной публике суть любой социальности.

Синтез когнитивных практик в раскрытии реальности журналистикой обусловил функционирование самых причудливых картин мира — от декларации социальной гармонии в официальной прессе до экзистенциальной трактовки той же социальной дисгармонии в «интеллектуальных» изданиях и уничтожительно-ниспровержения всех ценностей в оппозиционных средствах массовой информации. Согласно идее постмодернизма о тотальности плюрализма, множество картин мира воспроизводимой реальности не наносит существенного ущерба в понимании их адекватности насущным потребностям человечества. Релятивность форм репрезентаций мира социально-гуманитарными науками воспринимается как данность, а релятивизм модификаций интерпретаций в культуре расценивается уже как торжество мультикультурализма.

Вместе с тем необязательность, относительность ценностной интерпретации современной реальности сферой духовно-практической деятельности вызывает все большую озабоченность представителей науки, четко разграничивающих релятивизм гносеологический и моральный. Так, в «Теории справедливости» американского философа *Дж. Ролза* [5] как альтернатива классическому утилитаризму и интуитивизму выдвинута концепция «справедливости как честности», которая рекомендует избегать спорных этических моментов и опираться на общепринятые и традиционные принципы морали. Рассматривая границы когни-

тивного релятивизма, другой американский философ *Н. Решер* утверждает: «Мы должны примириться с гносеологическими реалиями, расхождением в опыте, наличии информации, ценностей. Важно занять позицию и принять на себя ответственность, ведь именно релятивизм отражает достойную сожаления неготовность взять на себя интеллектуальную ответственность» [4; 52].

Проблема интеллектуальной ответственности за моральную честность суждения о мире, воспроизведенного в координатах «личностного знания», стала ареной дискуссий теоретиков и практиков журналистики, вкусивших плоды коммуникативной свободы. Не оспаривая права на субъективное мнение, сугубо личностную интерпретацию понимаемых социальных проблем и противоречий, необходимо отметить непреложность должностования профессиональной честности журналистики как института генерации социальных смыслов и значений.

С появлением коммуникативной рациональности меняются деонтологические аппликации журналистского постижения реальности. Если принцип идейности в достижении объективности ее репрезентации списывается в архив, то журналистика, модернизирующаяся на приоритетах «личностного знания», не может не выработать подходы, адекватные потребностям общества в установлении дискурса взаимопонимания и социального взаимодействия.

Л и т е р а т у р а

1. *Бодрийяр Ж.* Прозрачность зла / пер. с франц. Л. Любарской, Е. Марковской. М., 2000.
2. *Микешина Л. А.* Философия познания. Полемиические главы. М., 2002.
3. *Полани М.* Личностное знание. На пути к посткритической философии. М., 1985.
4. *Решер Н.* Границы когнитивного релятивизма // *Вопр. философии.* 1995. № 4.
5. *Ролз Дж.* Теория справедливости. Новосибирск, 1995.
6. *Федорова Н. Г.* Научная истина в контексте коммуникативной онтологии // *Вестн. Томск. гос. ун-та.* 2012. Вып. № 362.
7. *Хайдеггер М.* Сборник / пер. с нем. и сост. А. Михайлова. М., 1993.

Б. Я. Мисонжников

С.-Петербургский гос. ун-т

«ГЕОМЕТРИЧЕСКИЙ ДИСКУРС» КАК МЕТАФИЗИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

В статье рассматриваются аспекты графического выражения формальной структуры вербального текста: при переводе знакового комплекса из одной семиотической системы в другую — в частности в геометризованную — образуется другой знаковый комплекс. Возникает эффект «геометрического дискурса».

Ключевые слова: текст, информация, геометрический дискурс, семиотическая система, система координат.

B. Ya. Misonzhnikov

St. Petersburg State University

“GEOMETRICAL DISCOURSE” AS A METAPHYSICAL CATEGORY

This article discusses aspects of graphic expression of the formal structure of verbal text: when a sign complex is transferred from one semiotics system to another (in particular a geometrized system) the new sign complex appears. An effect of “geometrical discourse” arises.

Key words: text, information, geometric discourse, semiotic system, the coordinate system.

Есть много примеров графического отражения — точнее сказать, попыток отражения, поскольку преждевременно говорить о совершенстве методологии — формальной структуры и содержания вербального текста самой разной модификации, от художественного до публицистического. По сути, производное этого дей-

ствия — геометрическое письмо, направленное на более полное понимание семантики текста, его аксиологической состоятельности. Речь здесь не идет об иллюстрировании или каком-либо ином графическом дополнении вербального материала, например о включении инфографики, вследствие чего образуются поликодовые текстуальные системы. Имеются в виду инструменты более полной идентификации вербального (символического), а также иконического или поликодового текста через его конвертацию в иную семиотическую систему. Важно, если у субъекта познания существует «оптико-геометрическая структура зрения»: благодаря этому возможно, к примеру, «представить последовательность топологического перевода слова Sein в структуру бытия» и погружение «в топологическое измерение бытия» [8; 260, 304, 305]. Автор данного высказывания за основу «топологического перевода», то есть помещения в систему ограниченного пространства, места, в котором реализуется определенный смысл, берет одну из ключевых хайдеггеровских категорий, а именно Sein (бытие) и старается эксплицировать это при помощи геометрических конструкций. В принципе, это еще раньше было теоретически обосновано.

Ж. Деррида в своем пространном введении к работе *Э. Гуссерля* «Начало геометрии» обратил внимание на то, «что поверх эмпирического нетипизируемого содержания истории, само содержание некоторых эйдетик — геометрии, например, как эйдетики протяженной природы, — было произведено или открыто в истории, которую теперь невозможно редуцировать из бытийственного смысла этого содержания. Если история геометрической эйдетики обладает, как утверждает Гуссерль, характером образца, то, значит, история в целом рискует перестать быть неким ограниченным зависимым сектором более радикальной феноменологии. Пребывая в известной относительности, она тем не менее целиком задействует феноменологию со всеми ее возможностями, техниками и оригинальными установками, со всей ее ответственностью» [5; 17].

Этот внезапный интерес двух философов к разделу математики о пространственных структурах не кажется странным или слу-

чайным: уже несколько столетий тому назад *Р. Декартом* был открыт координатный метод, положенный в основу аналитической и дифференциальной геометрии, *Н. И. Лобачевский* разработал основы неевклидовой геометрии и отказался от аксиомы параллельности, а позже, доказав состоятельность открытия *Лобачевского*, *Ф. Х. Клейн* создал алгебраическую классификацию в области геометрии, поставив во главу угла проективную геометрию.

Э. Гуссерлю были хорошо известны открытия в области геометрии, и он в поиске методов эпистемологии стремится дать «основание необходимости, аподиктичности положений математики, логики, теории познания», исключая «всякий натурализм». В его истолковании, «теория познания при таком понимании — это эйдетическая дисциплина, связанная с описанием феноменов трансцендентального сознания» [13; 11, 10]. У *Гуссерля* — трансцендентальная эйдетика, и она сопрягается со многими феноменами (это «чистые феномены»), и в частности — с геометрией. Он говорит о «геометрическом дискурсе» — а это не что иное, как актуализированный текст — и, что принципиально важно, настаивает на применении «теории геометрического познания» в изучении когнитивных процессов: «Что за диковинное упрямство желает свести вопрос об истоке геометрии к какому-то неуловимому и даже и не легендарному Фалесу геометрии? Геометрия дана нам в своих положениях, в своих теоремах. Естественно, мы должны и можем до мелочей и с очевидностью отвечать за эту [ее] логическую структуру. Разумеется, мы переходим к первым аксиомам и от них — к изначальной очевидности, возможной благодаря базисным понятиям. Что же это, как не „теория познания“, в данном случае теория геометрического познания?» [3; 216, 232-233].

Геометрические эйдетики *Гуссерля* соотносимы с его трансцендентными феноменами и феноменологией. Они строятся не на тех образах, которые сформированы вследствие увиденного или услышанного конкретного явления предметного пространства, то есть рожденные под действием знаковых комплексов, а это образы, существующие вне чувственного мира: геометрический комплекс в контексте данного рассуждения — это чаще всего индексальный текст, в нем означаемое и означающее кор-

релируют не на основе внешнего сходства, что обуславливает возникновение иконического текста, или на основе конвенции определенной группы субъектов, что становится условием продуцирования символического текста. Вся феноменология Гуссерля трансцендентна: в онтологическом плане, по верному замечанию К. Леманна, исследователя философии Хайдеггера и Гуссерля, эта «феноменология не является теорией познания» [15; 115], но именно через нее можно выйти на новый уровень понимания и познания предметного мира, она может дать ключ, в частности, к применению «теории геометрического познания», а это, как совершенно определенно говорит Гуссерль, как раз и есть один из методов «теории познания».

Ж. Деррида это хорошо почувствовал. Вследствие перевода знакового комплекса из одной семиотической системы в другую — в частности в геометризованную — возникает другой знаковый комплекс, «а Другой может быть тем, что он есть только как абсолютно, бесконечно другой, отстраненный от своего отношения с тождественным». Парадокс заключается в том, что новая возникающая система «абсолютно, бесконечно другая», но она же становится и двойником предыдущей системы, поскольку, «как только начало и центр начали со своего повторения, со своего удвоения, двойник не просто лишь добавлялся к простому. Он его разделял и дополнял. Сразу было двойное начало и его повторение» [5; 193, 476]. «Геометрический дискурс» — это актуальный текст, являющийся одновременно и другим, и двойником, феноменом в традиционном онтологическом истолковании, и «чистым феноменом». Это как бы «чистое бытие» (*das «reine Sein»*) и «идеальное начало» (*der «heile Ursprung»*), в поиске которых Хайдеггер стремился в течение многих лет назад к досократикам» [15; 50].

Таким образом, «геометрический дискурс», созданный вследствие модифицирования вербального дискурса, в пределах которого публицистический дискурс является едва ли не самым ярким, — это текст и абсолютно другой, и тот же самый. С позиции классической логики это суждение представляется, конечно, абсурдным, тогда как с позиции логики неклассической — вполне обычным: еще Н. А. Васильев говорил о том, что «воображаемая

(то есть неклассическая. — Б. М.) логика могла бы стать орудием познания. Нетрудно видеть, что эти обозначения аналогичны обозначениям той „новой геометрии“, которую создал Лобачевский. Он назвал ее воображаемой геометрией... <...> Мышление подчиняется этому закону (закону противоречия. — Б. М.) как норме, когда мы стремимся согласовать мышление с представлениями, для которых закон противоречия есть естественный закон. <...> А priori мы могли бы мыслить мир совершенно иным, чтобы все предикаты были совместимы между собой. Это предположение, конечно, в высокой степени абсурдно с нашей точки зрения, но, если его развить в логическую систему, то мы никогда не встретим внутренних противоречий» [1; 54, 69, 159].

В любом тексте будет находиться «непрочитываемая» составляющая. Даже обычный вербальный медиатекст не может быть полностью и с предельной точностью идентифицируем, не говоря уже о тексте философском. Тем более «геометрический дискурс», в котором, как правило, без проблем «прочитывается» семиотический элемент, перцепируемый на уровне первой сигнальной системы, хотя и очевидно, что не все может быть адекватно освоено реципиентом. «Чистые феномены», воссозданные на трансцендентной основе, неперцепируемые, не могут быть фиксированными при помощи семиотического материала, не могут иметь означающего как элемента предметного плана выражения. Но и «геометрический дискурс», испытывающий воздействие императивов трансцендентной феноменологии, становится важным средством познавательной практики, в частности истории человечества, и расширяет горизонт онтологического понимания: «Парадоксальность устремлений Деррида проявляется прежде всего в том, что предполагается возможным обнаружить ответ... в исследовании Гуссерлем интенциональной истории геометрии. Деррида считает, что уже геометрия (в интерпретации Гуссерля) демонстрирует те универсальные закономерности человеческого существования, к выявлению которых стремится феноменология. <...> Прямое прочтение философского текста неизбежно сужает и обедняет его семантические горизонты; текст должен читаться как голо-

воломка, обладающая своим собственным шифром, который еще следует обнаружить; смыслы располагаются в глубине, в лабиринте текста» [2; 14-15].

Извлечь эти смыслы порой бывает очень сложно. Один из вариантов установления дополнительной аутентичности вербального текста, хотя бы косвенной и неполной, — перевод его в другую семиотическую систему. Это могут быть разные вариации бесписьменного текста — от просто озвученного до музыкального, наделенного усложненными и гармонизированными темпом, ритмом и метром, обладающими соответствующим уровнем синтагматических и парадигматических отношений. Это известные и достаточно распространенные модификации, поскольку «звук является тем общим корнем, из которого произрастали и язык, и музыка» [7; 327].

Процесс перевода вербального текста в геометризованный может осуществляться на основе достижения определенной структурной изоморфности: морфологические компоненты вербального текста, представленные на уровне внутренней формы вербального произведения и имеющие безусловно ноуменальный характер, воспроизводятся на уровне феноменальной репрезентации. Они уже перцепируемы и включены в систему развития компонентов текстопорождения как феноменального процесса, данного реципиенту в ощущениях, и лишены ноуменальной и тем более трансцендентной энигматичности. Но весь данный процесс должен осуществляться в рамках метафизической идентичности, так как текстовой материал — категория онтологическая, включенная в качестве основополагающего фактора в сферу метафизики. Поэтому, с одной стороны, требуется достаточная графическая точность отражения, а с другой стороны, реализовать эту задачу отнюдь не просто: «Транскрипировать границу — нелегкая задача прежде всего потому, что геометрически внятная граница — прочерченная линия — имеет трудно уловимый метафизический смысл. Граница беспринадлежна, и потому как бы не существует, она одновременно *и есть и не есть*» [6; 137].

Данная парадигма текстовой геометризации достаточно свободна и гибка, что неизбежно сочетается с высоким уров-

нем энтропийности визуализированного текста. Она скорее не обладает точной прагматикой, а воссоздает структуры в их потенциальной возможности, на уровне космологических построений и интерпретаций. К. Поппер, ссылаясь на Платона, справедливо говорит о том, что «космический порядок есть *порядок геометрический*» [9; 396]. И действительно, космология и геометрия особым образом коррелируют как метафизические категории.

Но может быть применена также иная парадигма текстовой геометризации: зафиксированные с относительной объективностью содержательные данные могут быть отражены на том или ином уровне декартовой системы координат. Условность этой парадигмы, пожалуй, более высока, но она в то же время, будучи четко алгоритмизованной, может дать сравнительно объективные результаты в силу своей традиционалистской и классической методологии, которая вполне укладывается в нормы формальной логики. Ее дискурсивность вырастает из четкой аксиоматики в аспекте евклидовой геометрии, в русле которой идет и Декарт, предлагая систему координат, отражающую пространства любых, по сути, размерностей. В этом усматриваются как определенная ущербность данной системы, так и ее простота и надежность. Ст. Тулмин отмечает зависимость картезианской системы познания от евклидовой: «Приверженность Декарта евклидовой геометрии в действительности включала в себя невысказанное убеждение не только в наивысшей точности математических методов в целом, но и в окончательном характере специфических евклидовых понятий и аксиом» [11; 251–252].

В прямоугольной системе координат, или в декартовой системе, можно выделить ось абсцисс с отрицательным (до начала координат) и положительным (после начала координат) значением и представить ее как основу отражения информационного ресурса вербального произведения в качественном и количественном отношении. Информацию как сугубо онтологическую категорию в схеме удобно размещать по горизонтали. Если в произведении дается ложная информация или неполная, необъективная, по причине, в частности, того, что уже устарела, то есть уровень энтропийности окажется очень высоким, то отражающая ее точка

уйдет по оси абсцисс в зону отрицательного значения, устремляясь к максимуму. По мере повышения качества информационного наполнения материала и увеличения его позитивной составляющей точка отражения будет передвигаться вправо в зоне положительного значения. Информация подобного вида должна рассматриваться как социальная, потому что «каковы бы ни были источники информации, как только она попадает в сферу деятельности человека и используется им, становится социальной по своей природе. Социальная информация является высшим, наиболее сложным и многообразным видом среди всех других видов информации...». Но и этот вид может быть оценен и таксономически обусловлен, поскольку «расширение понимания социальной информации требует выделения внутри нее качественно различных видов» [12; 194, 195].

Таким образом, данная информация может быть идентифицирована в качественном и количественном отношении и с учетом этих параметров отражена на числовой оси. Адекватность отражения может быть очень высокой, хотя она имеет свою специфику: «ничто из физических элементов и процессов первой системы (в нашем случае — вербализованной. — Б. М.) непосредственно не переносится во вторую систему (в нашем случае — геометризованную. — Б. М.) и не воспроизводится в ней. Для информации не характерно субстратное (и физическое) воспроизведение... Однако все это выражает самую общую природу любого отражения. Любое отражение — это процесс воспроизведения (инвариантного или „кодированного“) структуры (а через нее и содержания, которое всегда „кодируется“) одной системы в другой в результате их причинно-следственного взаимодействия» [14; 275].

Итак, через воспроизведение структуры воспроизводится и содержание, которое кодируется и может обладать исключительной сложностью и социальной ценностью. Наивысшее ее проявление — способность затрагивать самые важные и существенные стороны жизни общества на уровне антропосоциогенеза. В принципе, не составит большого труда определить в вербализованном тексте уровень его духовной состоятельности и ценности (мы и так делаем это практически всегда), значимости в гуманитарном

отношении, в плане непричинения зла. В онтологическом выражении это то же самое, что «бегство от энтропии путем возврата к Омеге», способность «вообразить энергетику духа; представить себе в противовес энтропии восходящий ноогенез» [10; 214, 227]. И для фиксации уровня духовной и гуманитарной ценности содержания текста выделим соответствующий уровень на оси ординат. В случае негативизации содержания, направленного на разрушение сознания и духа, этот уровень окажется в зоне отрицательного направления оси. Положительный уровень может и будет представлен в разных вариантах — от слабого восхождения над точкой, определяющей начало координат, когда энтропийные процессы в системе еще велики, до сильного устремления вверх.

В результате двумя координатами определяется положение текста на плоскости — хотя может быть применен и метод использования прямоугольной системы координат в пространстве — в соответствии с его основными качественными признаками, вплоть до помещения его в зону полностью отрицательного значения. По сути, это таксономический вариант деления системы — в данном случае текста — на основе иерархизации качественных признаков с переводом из одной семиотической системы в другую — из вербальной в геометризованную. Само собой разумеется, данный метод обнаруживает значительные структуралистские доминанты, и при этом неизбежны семантические и психоэстетические потери, да и сам процесс, как и любое аналитическое действие, не может не страдать условностью. В то же время именно структурализм, который вырос из структурной лингвистики, стимулировал развитие семиотики, что имело, несомненно, исключительно позитивное значение. Сам же *Декарт*, предлагая систему координат, осознавал ее огромное инструментальное значение и подчеркивал, что «из других известных дисциплин только арифметика и геометрия остаются не тронутыми никаким пороком лжи и недостоверности» [4; 81].

Литература

1. Васильев Н. А. Воображаемая логика. Избр. тр. М., 1989.
2. Гурко Е. Деконструкция: тексты и интерпретация. Деррида Ж. Оставь это имя (Постскрипtum); Как избежать разговора: денегации. Минск, 2001.

3. Гуссерль Э. Начало геометрии. М., 1996. URL: http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2014/07/%D1%94%D0%B4%D0%BC_1.pdf.
4. Декарт Р. Соч.: В 2 т. Т. 1. М., 1989.
5. Деррида Ж. Введение // Гуссерль Э. Начало геометрии. М., 1996. URL: http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2014/07/%D1%94%D0%B4%D0%BC_1.pdf.
6. Лола Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции. М., 1998.
7. Орлов Г. А. Древо музыки. Вашингтон; СПб., 1992.
8. Подорога В. А. Метафизика ландшафта. Коммуникативные стратегии в философской культуре XIX–XX вв. М., 1993.
9. Поппер К. Открытое общество и его враги. Т. 1. Чары Платона. М., 1992.
10. Тейяр де Шарден П. Феномен человека. М., 1987.
11. Тулмин Ст. Человеческое понимание. М., 1984.
12. Урсул А. Д. Проблема информации в современной науке (Философские очерки). М., 1975.
13. Эпистемология вчера и сегодня / отв. ред. В. А. Лекторский. М., 2010. URL: <upfile/root/biblio...Epistemologiya.pdf>.
14. Янков М. Материя и информация. М., 1979.
15. *Lehmann, K. Vom Ursprung und Sinn der Seinsfrage im Denken Martin Heideggers. Versuch einer Ortsbestimmung. Korrigierte 2. Fassung. Freiburg: Universitätsbibliothek, 2003.* URL: <http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/7/pdf/seinsfrage1.pdf>.

В. А. Сидоров

Санкт-Петербургский гос. ун-т

ЖУРНАЛИСТИКА И ПУБЛИЧНОСТЬ ИНТЕРПРЕТАЦИИ СМЫСЛОВ

В статье рассматривается коммуникативный детерминизм журналистской интерпретации смыслов жизни в публичном пространстве демократического общества. Особое внимание уделяется взаимодействию журналистики и «культурно побуждающей среды».

Ключевые слова: журналистика, медиа, интерпретация смысла, ценность.

V. A. Sidorov

St. Petersburg State University

JOURNALISM AND PUBLIC INTERPRETATION OF MEANINGS

The paper covers the communicative determinism of journalistic interpretation of meanings of life in public space of a democratic society. Special attention is paid to the interaction of journalism and “culturally inducing environment”.

Key words: journalism, media, interpretation of meaning, value.

В сборнике статей по вопросам философии коммуникаций автор одной из публикаций свое представление о жизненных перспективах существования вложил в критерий ценности и заключил, что базовой ценностью культуры является *смысл* [3; 44, 47]. Статья во многом противоречива, но утверждение о ценности смысла нельзя не отметить, правда, тут же поставив вопрос, который, впрочем, и сам по себе никогда не изымался из повестки дня. Суть его в следующем.

Журналистика, бесспорно, является частью социальной публичности, причем наиболее заметной. И также бесспорно, что формы и результаты ее функционирования неоднозначны. Отчего в медиасферу вбрасываются взаимоисключающие смыслы событий, явлений, людей. Зачастую эти смыслы обозначаются одними и теми же словами, просто по-разному трактуемыми. Вот самые понятные тому примеры из политического ряда журналистского лексикона: свобода (свобода слова, печати, самоопределения, политического выбора, сексуального поведения), права человека, сепаратизм, восстано-

динение, аннексия, суверенитет, глобализация (экономики, культуры, информации) и т. д.

Кстати сказать, именно об этом говорил Патриарх Московский и всея Руси *Кирилл* на открытии Первого международного съезда православной молодежи 18 ноября 2014 г., также приведя в качестве примера из публичной сферы далеко не однозначное толкование свободы. Объяснять, с чем связана неодинаковость понимания важнейшей нравственно-политической ценности, не приходится — все давно растолковано классиками философской мысли. А вот задержать свое внимание на самой, пожалуй, существенной составляющей этой неоднозначности желательно. Каждое понимание свободы / любой иной ценности выражается с обязательной претензией на истинность, что объективно присуще процессу целеполагания понимающего. Не случайно в философии истинность признается нормативной ценностью [7; 12]. Следовательно, каковы бы ни были мотивы субъекта, интерпретирующего смысл свободы, результат его понимания может быть верифицирован в системе научных представлений. В журналистике нормативная ценность истинности дополняется описательной характеристикой ее познания, которая позволяет разобратся, насколько истинно предъявленное публичной сфере.

Припоминается давно услышанное мнение специалиста в области международной политики: «Если одно и то же идейно определяющее понятие используют разные политические силы, их теоретики и журналисты, то это значит, что максимум одна политическая сила вкладывает в это слово его истинное значение, все остальные — произвольное. Они “красятся”, а те, кто слушает их, сквозь наведенную маскировку уже не способны разглядеть подлинную сущность». Политолог назвал прием, позволяющий произвольно интерпретировать вроде бы устоявшееся ценностное представление, расчленением его смысла.

Ценность дробится на составляющие, и поначалу все части целого в наличии, потом изменяются порядок сочетания, иерархия, некоторые элементы выпадают, в результате представление о целом искажается. Такова принципиальная схема механизма дробления, который, как отмечают публицисты, постоянно ис-

пользуется. Сегодня фальсифицируется главный критерий развития общества — свобода, пишет автор «Литературной газеты». И указывает, что «в новой [неолиберальной] трактовке исчезла такая обязательная составляющая понятия “свобода”, как ответственность человека перед другими... Сегодня наше внимание искусственно сосредоточили на “свободе” различий». А далее, читаем в той же публикации, «под воздействием СМИ происходит отрицание традиционных ценностей... “Вечные” ценности объявляются тоталитарными и параноидальными идеями, которые якобы препятствуют свободному развитию и творческой реализации личности» [14; 9]. Публицист во многом прав, и все же будет верхом наивности ожидать от критикуемых им коллег неукоснительного, прямо по учебнику философии, соблюдения наставлений о научности познания и предъявления его результатов обществу. Даже в самой философии применительно к идеологии познания постулируется, что «прямое отождествление идеалов научности и реальных образцов знания недопустимо» [7; 16].

В медийной среде слов много, их значений / этикеток еще больше. Но если взглядеться в них попристальней, то окажется, что список составляющих ценностной основы этих и любых других употребляемых в прессе этикеток весьма лаконичен и сводится к обозначению витальных ценностей жизни и ее продолжения, социальных ценностей семьи и родства, ценностей самостояния и независимости личности. И как не задуматься: если ценностная база одна и та же для всех (найдите того, кто от нее откажется!), то почему искушение «подкраситься» правдой столь легко осуществимо? В поисках аргументов и ходить далеко не надо, стоит лишь прислушаться, какова в эфире разногласия, как часто одни и те же ценностные суждения выступают в совершенно разных интерпретациях. Прислушаться и понять — нет единственно верного ответа, потому что значение ценности может как искажаться / дробиться / скукоживаться, так и расширяться / обогащаться в своем понимании.

Поиск объяснений сложностей публичной интерпретации ценностных суждений следует начинать с установления того, что «ценность — это нечто иное, нежели одухотворяющая истина... и

соотносятся она не с истиной, а с представлением об идеале, желаемом, нормативном. *Ценности придают смысл человеческой жизни... Ценность — лично окрашенное отношение к миру, возникающее не только на основе знания и информации, но и собственного жизненного опыта человека»* [4; 218, 220]. К месту припомнить и глубокое замечание А. Ф. Лосева о том, что «ценности человеческой культуры есть сгустки человеческих отношений данного времени и данного места» [8; 194]. Вот и возможное объяснение противоречивости журналистского восприятия мира. Плюс к тому напрашивается еще одно объяснение разногласия журналистских интерпретаций ценностной картины мира — через аналогию с известным утверждением насчет языка дипломата, который дан ему, чтобы скрывать мысли. Итак, чего же на самом деле добивается журналист — раскрыть смысл события или надежно укрыть его подходящей к случаю этикеткой?

Журналист, — пишет один из авторов коллективного труда по психологии медиа, — дает свою интерпретацию того или иного политического, социального, экономического события, события культуры и искусства; берет интервью у известной, малоизвестной или совсем неизвестной личности и доносит свои представления о жизни, о людях до многотысячной аудитории, что-то меняя в их картине мира, в их сознании [11; 187]. В таком подходе все правильно, но при этом из поля зрения выпадает важнейшее звено — журналистское понимание жизни, ибо обозначенное в цитате представление о ней далеко не адекватно пониманию мира, потому что в понимание как минимум входит субъективное, как максимум научное объяснение жизни. Это нельзя не отметить, так как другой автор этого же труда уверен, что журналистскому пониманию мира свойственны две мыслительные стратегии — опора на неопределенные интуитивные переживания вместо опоры на рациональные соображения и категорическое мышление, то есть готовность к безапелляционным и быстрым суждениям [15; 379]. Итак, рациональность исчезает, остаются публично демонстрируемая слепая вера, в которой ни на гран понимания мира, и неизбежный вопрос, зачем человеку коммуникация.

Ответ не так прост, как может на первый взгляд показаться. Скажем, профессор Ф. Гиренок уверяет, что «мы вступаем в коммуникацию для того, чтобы избежать встречи с самими собой, чтобы скрыть от себя свою пустоту... Коммуницируют в отсутствие смысла, тогда как в присутствии смысла люди молчат» [2; 11]. Если так, то в коммуникации нет другого смысла, кроме смысла лгать. «Ложь, — пишет Гиренок, — условие коммуникации с другим... отчего любая истина некоммуникативна». Попробуем не согласиться с ученым, по крайней мере, применительно к журналистике, в которой мы так или иначе не только ищем смыслы жизни, но и постоянно интерпретируем их.

Сама по себе эпоха предопределяет особенности интерпретации смыслов жизни в журналистике. Не станем обращаться к уже привычным для научного дискурса детерминантам вроде интернет-мобильности современного человека или в целом возросшему значению сетевого пространства в жизнедеятельности социума; обратимся к связанному с ними, но находящемуся в иной плоскости объяснению. Сегодня «неотъемлемой составляющей практически любого процесса научного познания стала трансграничность / междисциплинарность, которая ведет к новым формам организации научного знания. *Междисциплинарность, полидисциплинарность и трансдисциплинарность являются социальными механизмами конструирования науки.* <...> Свои изменения в дисциплинарную структуру науки внесло даже использование поисковых машин. Поиск по ключевым словам игнорирует дисциплинарные рамки, и то обстоятельство, что публикации в дисциплинарных журналах сегодня сопровождаются набором key words, есть без сомнения уступка междисциплинарному веб-сообществу. Ключевые слова создают общее интеллектуальное поле...» [6; 13, 19].

Несомненно, что процессы, характерные в целом современному научному познанию мира, так или иначе проникают в журналистское освоение жизни. Так что и сегодня вопрос публичной (в каналах массовых коммуникаций) интерпретации смыслов прошедших и происходящих событий, социально значимых фактов и явлений, поведения людей следует отнести к числу сложней-

ших в области теории журналистики и массовых коммуникаций, и в нем следует выделить два аспекта. Во-первых, мы говорим о медийном конструировании картины мира, предъявляемой совокупными массмедиа обществу в целом, и эта картина является результатом интеллектуального освоения мира журналистами; во-вторых, интеллектуальное освоение социально детерминировано, отчего понимание / интерпретация смыслов жизни никогда не могут быть едиными для всех причастных к журналистике. Это обстоятельство сопряжено, прежде всего, с активной ролью субъекта в познавательном процессе — в формулировании знания, в определении путей и методов изучения жизни, оценке его результатов. Так что чрезвычайно важна роль познающего субъекта. И это согласуется с парадигмой гуманитарного идеала научности.

Примечательно, что сторонники концепции гуманитарного идеала научности настаивают на широкой трактовке субъекта познания, под которым они понимают не только носителя «разума», но человека во всем богатстве его способностей и возможностей, со всеми его чувствами, желаниями и интересами. Плюс к тому, трактовка гуманитарного идеала научности подразумевает такого активного субъекта познания, который «не только познает мир, но и дает оценку всему добытому в результате познавательного процесса» [7; 22]. Конечно, речь не столько о внутренней, невидимой миру оценке, сколько о публично выраженной, связанной с ценностным строем социума. В публичности оценки реализуется «взаимность коммуникации: наличие ответа и ответственности» [10; 222]. В журналистике публичность оценки следует рассматривать еще шире — не только оценка познано-го, но и глубина понимания, влекущая за собой необходимость социального вмешательства. Без журналистского желания изменить определенным образом понимаемый мир нет востребованной обществом журналистики, такой, которая бы соответствовала правилу, гласящему, что «гуманитарное познание по своей сути является принципиально не замкнутым, открытым по отношению к социально-культурным воздействиям» [7; 27]. К тому же сегодня само гуманитарное познание / гуманитарный идеал

научности нуждается в органичном вживлении в коммуникативную реальность. «Для того чтобы выжить, — пишет *Гиренок*, — гуманитарные науки совершают коммуникативный поворот, объявляя о существовании некоего третьего, нейтрального феномена, того, в чем совпадают социальное, антропологическое и когнитивное. Этим третьим является коммуникация» [2; 11].

Ю. Хабермас в одной из своих работ признается, что его всю жизнь занимала публичность как пространство *разумного* коммуникативного межчеловеческого обхождения, а понятийная триада «публичность — дискурс — разум» фактически господствовала в его научной работе и его политической жизни [13; 16]. Знаменитый философ ведет к утверждению всего межчеловеческого — публичного, в неявном виде аргументируя демократическое устройство жизни. И в первую очередь говорит о политике, о политическом дискурсе в условиях публичности. Именно в этом видится ему квинтэссенция публичности разума, поскольку в политике сконцентрировано важнейшее, что возникает между людьми. Политика — это не просто публичное выражение собственной позиции, это еще умение выслушать оппонента, вступить с ним в диалог.

Концепт политической публичности *Хабермаса* ощутимо соприкасается с представлением *А. А. Гусейнова* о моральной коммуникации. Ученый уверен, что «одно из важных этических требований, обеспечивающих продуктивность социокультурного плюрализма, состоит в том, чтобы воздерживаться от негативных моральных оценок в общественной коммуникации», в противном случае может быть закрыт «путь к равноправной, готовой к компромиссам и сотрудничеству дискуссии, и одновременно с этим расчистится дорога к насилию» [5; 8].

Естественно, с идеей равноправной и не доводящей до конфликта дискуссии согласиться хочется. Однако, как дело доходит до реалий журналистских интерпретаций политики, картина усложняется. Скажем, в вопросе о толерантности, не очень ясное представление о которой давно обосновалось в студенческих учебниках, где она интерпретируется как основа для равноправного диалога в публичной сфере. Но по этому вопросу дав-

но нет согласия ни в науке, ни в медиа. Так, вопреки постулатам плюрализма постоянный автор колонки мнений «Литературной газеты» громит устоявшееся представление о толерантности: «Толерантность — это отключение социального иммунитета прогрессивного человечества... Это средство превращения народа в социальную пыль» [1; 2].

Читаешь статью, и припоминаешь не Хабермаса, а К. Манхейма, который утверждал, что «политическая дискуссия резко отличается по своему характеру от дискуссии научной. Ее цель — не только доказать свою правоту, но и подорвать корни социального и интеллектуального существования своего оппонента... В политическом конфликте, который с самого начала является рационализированной формой борьбы за социальное господство, удар направляется против социального статуса оппонента, его общественного престижа и уверенности в себе». Правда, социолог ни в коем случае не абсолютизировал различие позиций дискутирующих настолько, чтобы пренебрегать позицией оппонента; напротив — он считал, что «политическая жизнь с ее полярными типами мышления как бы сама в ходе своего становления производит коррекцию, уменьшая слишком резкое преувеличение одной концепции данными другой. Уже по одному этому в каждой конкретной ситуации совершенно необходимо принимать во внимание по возможности всю совокупность взглядов» [9; 39, 147].

Уместно отметить, что Хабермас, отталкиваясь от идеи Аристотеля, согласно которой человек есть животное политическое, то есть существующее в публичном пространстве, выводит формулировку чересчур общего плана: «Если мы рассмотрим биологическую оснащенность новорожденных млекопитающих, то увидим, что ни один другой вид не рождается столь не готовым к жизни и беспомощным, не требует столь длительного периода выращивания под защитой семьи, а также в такой степени не зависит от публичной, intersубъективно разделяемой обратьями по биологическому виду культуры, как человек. Мы, люди, учимся друг у друга. И это возможно лишь в публичном пространстве культурно побуждающей среды» [13; 17]. Его представление

уводит от политической конкретности в сторону абстрактных общедемократических рассуждений, зато вводит в научный оборот примечательное для теории журналистики понятие культурно побуждающей среды. Хабермас постоянно подчеркивает политическое начало своей теории, в которой его «теоретическое внимание» обращено на «политическую публичность». Таким образом, в процедуре оценки политической публичности заключена возможность диагностики демократии: «Хрупкая общность между гражданами, которые уже не могут знать друг друга лично, может устанавливаться и репродуцироваться лишь с помощью процесса формирования общественного мнения и общественной воли. К состоянию демократии можно прислушаться по пульсу ее политической публичности» [13; 24].

Публичное пространство культурно побуждающей среды можно воспринимать как разветвленную ризому непрерывно изменяющихся и нарождающихся коммуникаций, в которых одновременно осуществляются понимание жизни и доступная всем ее интерпретация. Здесь происходит «момент жизненной борьбы, самовыражения человека»; здесь реализуется диалогизм, представляющий собой «не просто ту часть мира, где ведутся диалоги... а тот формат познания, в котором *постигается человек*» [10; 241, 244]. Журналистское понимание мира, медийная интерпретация чего-либо из событийного ряда, конечно, есть продукт культурного освоения мира — обобществленный продукт. Сущность культуры в том, что освоение мира / «возделывание почвы» у людей происходит сообща. В одиночку культура не возникает, не закрепляется в опыте и традициях. То же следует сказать и о журналистике. И, опираясь на Манхейма, добавить, что за ней особая миссия: «в каждом обществе есть социальные группы, главная задача которых заключается в том, чтобы создавать для данного общества интерпретацию мира» [9; 15]. Журналисты из их числа.

Для журналистов понимание мира неотделимо от непрерывного обсуждения социально значимых проблем / диалога с обществом и его представителями «в публичном пространстве культурно побуждающей среды». При этом «о культуре рацио-

нального обсуждения можно говорить в том случае, когда коммуникация основана на нормах критической дискуссии и этике дискурса, в соответствии с которыми участники дискуссии учитывают разные мнения, извлекают из этого определенный опыт, а если их интересы противоречат друг другу, то находят какие-то формы взаимопонимания и компромисса» [12; 243].

Поэтому публичный диалог в демократическом обществе понимается нами в качестве обязательной «культурно побуждающей среды» интерпретации ценностей / смыслов. Так что реализуемая журналистикой «политическая публичность», с одной стороны, обеспечивает демократию, с другой — сама журналистика только и возможна в диалоговом режиме.

Л и т е р а т у р а

1. *Воеводина Т.* Священная корова толерантности // Лит. газ. 2014. № 11.
2. *Гиренок Ф.* О коммуникативном повороте гуманитарных наук // Лит. газ. 2012. № 30.
3. *Гогин А. В.* Ценности жизни в сетях информации. Коллизии культуры и перспективы сетевой коммуникации // *Философия коммуникации: интеллектуальные сети и современные информационно-коммуникативные технологии в образовании* / под ред. С. В. Клягина, О. Д. Шипуновой. СПб., 2013.
4. *Гуревич П. С., Палева Н. Н.* Философия культуры. М., 2014.
5. *Гусейнов А. А.* Этика и плюрализм // *Этическая мысль-1991: научно-публицистические чтения*. М., 1992.
6. *Касавин И. Т.* Междисциплинарные исследования и социальная картина мира // *Философия науки*. Вып. 19: Эпистемология в междисциплинарных исследованиях. М., 2014.
7. *Кезин А. В.* Наука в зеркале философии. М., 1990.
8. *Лосев А. Ф.* Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1976.
9. *Манхейм К.* Идеология и утопия // Манхейм К. *Диагноз нашего времени*. М., 1994.
10. *Назарчук А. В.* Теория коммуникации в современной философии. М., 2009.
11. *Петренко В. Ф.* Истина и правда публичного слова // *Человек как субъект и объект медиапсихологии*. М., 2011.
12. *Фарман И. П.* Коммуникативная парадигма в социальном познании // *Наука глазами гуманитария* / отв. ред. В. А. Лекторский. М., 2005.

13. Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи. М., 2011.
14. Чалдымов Н. Путь Каина [Беседу вел В. Сухомлинов] // Лит. газ. 2014. № 46.
15. Чудова Н. В. Картина мира и социально-психологическая адаптированность журналиста // Человек как субъект и объект медиапсихологии.

А. О. Филимонов
Союз писателей России

Проблема интерпретации и понимания новых направлений в литературе. Вневизм, противостоящий постмодернизму

Статья посвящена пониманию и интерпретации литературных направлений в России в постперестроечное время. Литературно-философское направление вневизм, опирающееся на классическую традицию, возникло в Санкт-Петербурге в 2007 г. Оно стало уникальным явлением в культурной жизни, имея сторонников и противников.

Ключевые слова: постмодернизм, символизм, инновация, вневизм, понимание

A. O. Filimonov
Union of Writers of Russia

THE PROBLEM OF INTERPRETATION AND UNDERSTANDING OF NEW DIRECTIONS IN THE LITERATURE. VNEVISM, AS OPPOSED TO POSTMODERNISM

The article is devoted to the understanding and interpretation of literary trends in Russia in the post-perestroika period. Literary-

philosophical direction vnevism based on the classical tradition, appeared in St. Petersburg in 2007. It has become a unique phenomenon in the cultural situation and now has both supporters and opponents.

Key words: postmodernism, symbolism, innovation, vnevism, understanding.

Как сердцу высказать себя?

Другому как понять тебя?

Ф. Тютчев. *Silentium*

Понимание — прежде всего себя — начинается с конфликта, противостояния, переходящего в диалог. Литературно-философское направление вневизм задумывалось мной на рубеже 1980–1990-х гг. как инновационный синтез достижений литературы советского времени, возвращаемой традиции классики и мало известной нам литературы русской эмиграции и духовного подполья. Широкая презентация вневизма прошла в 2010 г., в годовщину столетия кризиса русского символизма, когда символисты объявили о его завершении.

Сегодня новое направление может стать предметом обсуждения в СМИ, выходя за рамки чистого искусства и литературного направления, предлагая свою систему ценностей, методологию, эстетическую концепцию — философам, писателям, публицистам, социологам, ибо литература в России всегда играла особую роль. Однако не все так просто. Главенствующее сегодня направление — постмодернизм — заявляет от лица своих сторонников о том, что никакие направления при нем и после него уже невозможны. Постмодерн знаменует последние времена культуры, навязывая набор стереотипов, штампов и клише языку и сознанию. Постмодернизм гораздо шире, чем просто условное литературное направление, его диктат проявляется во всех сферах жизни общества. Постмодерн — дискурс эпохи потребления,

демонстрирующий мертвую природу и мертвое слово как единственно возможную среду существования. Противостояние постмодернизму — это отказ от плоскостного понимания культуры и синдрома последних времен, через возвращение иерархии ценностей, понимание формы и содержания как единого целого, непрерывного пути в литературной эволюции.

Писатель сегодня уже не творец, он составитель текстов; так, известный «Код да Винчи» — компиляция из многих текстов, авторы которых остаются за кадром. Модернизм знаменовал искажение пропорций единого целого, постмодернизм — их деформацию и распад. Можно говорить о философии времени постмодерна. Времени, где продукт потребления имеет длину распада, к которому привязана человеческая судьба. Постмодерн как разложение пропитал собой все, это чадящая, никогда не угасающая свалка, куда подбрасываются книги, отработанная информация, предметы быта, политические лозунги, массовая культура. Он лишен иерархии ценностей, по этому безграничному пространству отходов бродят уже не люди, а некие потребляющие продукты разложения сущности. Социальные сети уравнивают всех, кто размещает в них свои произведения. Процесс становления и обретения писателем мастерства сводится к минимуму: главное назвать себя таковым, поднять рейтинг. Так закладывается механизм совместного поведения, программа матрицы.

Безусловно, теория постмодернизма глубже, чем его массовые проявления. Постмодернизм в своем вульгаризированном виде диктует систему миропонимания, тиражируемую СМИ, и противостоять этому негласному монстру куда труднее, чем тоталитарной диктатуре, потому что постмодерн как изощреннейшая паутина имитации подменяет понятия, мимикрируя под подлинник. Порой вбрасывается новое имя, чтобы вскоре устареть и смениться новым модным автором. Механистический перечень имен выдается за появление в культуре новых личностей, за тиражируемыми ими броскими цитатами трудно распознать живое цитирование, как это было у поэта *Г. Иванова*, в чем достиг мастерства *В. Набоков*. Это уже не карнавальная литература, где

профанация сакрального способствовала, тем не менее, его выявлению. Индивидуальности, стиля, голоса более не существует. Сама работа издателей с авторами похожа на конвейер. Пишите как все, — советует редактор. Читатель проглотит книгу, а потом купит новую. Он не должен долго останавливаться на одной книге, потому что он прежде всего потребитель. То же самое происходит с публицистикой, этот жанр практически исчезает, а ведь именно публицистика и литературная критика должны указывать нам на болевые точки литературы.

Мышление изгоняется из словесности. «Отравлен хлеб и воздух выпит...» — пророчествовал *Мандельштам*, предвидя и духовную подмену: если раньше сетовали на пустые полки, то теперь они заполнены литературными клонами или ядовитыми и модифицированными продуктами. Золотой и Серебряный век объявляются безнадежно устаревшими и ненужными. Реклама — даже не кинематограф — заменила литературу, мы всегда чувствуем в ней какую-то, явную или скрытую, направленность против русского языка, которому чуждо навязывание материальной доктрины. В агрессивной рекламе успеха, успешных людей и проектов слово «успех» перекликается со словами «спешка» и «усмешка».

Если модернизм был свидетелем и участником века машин, вовлекших людей в свою конкурентную борьбу, то постмодернизм знаменует век электроники, нового диктата магического кристалла, управляющего сознанием, когда собрания сочинений и многие тома проявляются для прочтения на экране гаджета, а содержание их для удобства может сводиться к нескольким условным страницам. Если советским формалистам было важно узнать, из чего скроена «Шинель» *Гоголя*, то теперь написание текста превратилось в анатомический театр приемов. В массмедиа, манипулирующих болевыми точками, это открытая для всеобщего обозрения кунсткамера человеческих страданий.

В чем же главные отличия предлагаемого сегодня вневиизма от формальной школы исследования и постмодернизма? Это — взгляд из иного времени, иного, нематериального сознания, взгляд извне, если говорить простым языком. «Восторг внезап-

ный ум пленил» — так начиналась «Ода на взятие Хотина 1739 года» *Михаила Ломоносова*, с нее, по мнению *Ходасевича*, родилась русская силлабо-тоническая поэзия. Вневизм говорит о необходимости первоизданной эмоции, предлагает вернуться к истокам и стать, по выражению *Мандельштама*, подлинным читателем, вступая в диалог с культурой. Теория вневизма не окончательно совпадает с произведениями, образуя зазор, паузу, зияние, откуда сквозит непроявленный и непредугаданный мир.

Вневист является несогласным, иным, дивергентом, изнанником (от слова «изнанка»). В «Манифесте» направления говорится: «Вне-В-изм — это пребывание В — внутри целостной традиции, но и — Вне ее, словно идея полноводной Невы, дающая жизнь реке, Речи, существующая в обособленном измерении — незримом и непредсказуемом.

Это — бытие В — внутри определенной творческой концепции, но также Вне оной, опровергая догматизм и схоластику какого угодно „течения“ и попытки созидания стиха вне живого потока речи. Вневизм перенимает богатейший опыт русской и мировой культуры по кристаллизации и поиску структуры в приближении к идее красоты и красоте идеи. Целостность идеи и символа, замысла и образа, конкретного и безличного, синтеза и воскрешения, волны и воли, влечения и отрешенности» [3; 45–46].

Литературная эволюция, как известно, проявляется в том, что новое резкое противостоит условному старому, и грань эта контрастна и болезненна. Презентации нового направления состоялись в Доме писателя в Санкт-Петербурге, прошли международные конференции, новое направление было представлено на международных симпозиумах. Наибольший интерес за границей вневизм вызвал в Поднебесной. Тем не менее вневизм практически не был отмечен литературным сообществом. Существует проблема понимания того, что именно хотят донести вневисты и как — а главное для чего — изменить существующую картину мира. Ничего странного в этом нет, все литературные направления изначально затрагивали узкий круг пишущих, даже предтеча символизма *Владимир Соловьев* высмеивал символистов в своих стихах. Но это до поры до времени. В 1910 г. ведущие представи-

тели символизма объявили о кризисе направления, и Александр Блок в программной статье «О современном состоянии русского символизма» заявил, что символизм исчерпал себя, породив множество эпигонов, подражающих произведениям, приемам, пародирующих в балаганном тоне «страшный мир», о котором он пел.

В XX в. расцвет течений пришелся на эпоху с 1905 по 1917 гг. Для их проявления в России, помимо осознания необходимости новых форм и приемов в искусстве, понадобились:

1. критическая ситуация, массовое недовольство на фоне войны, возможность перекраивания границ, борьба традиционных «православных» и западных «протестантских» ценностей. «Долой вашу любовь!», «Долой ваше искусство!», «Долой ваш строй!», «Долой вашу религию!» — заклинал *Маяковский*;

2. кризис искусства;

3. ощущение близости потустороннего мира, религиозно-философские искания, увлечение спиритуализмом, магией;

4. новый скачок в развитии техники и рынка потребления.

Налицо возможная аналогия с нашим временем, если рассматривать вневизм как социальное явление. Как это связано с теорией и практикой направления, само существование которого обусловлено понятием **вне**, то есть за скобками, рамками, по ту сторону барьеров и ограничительных знаков? Парадоксально, но человек, не обладающий специальными гуманитарными и культурными знаниями, воспринимающий вневизм впервые, может острее и глубже почувствовать его идеи, нежели личность, имеющая к этому предпосылки. Возможно, вневизм косвенным образом отражает идеи, заложенные, но не пробужденные до поры в человеческом сознании и прапамяти. Шоры псевдокультуры мешают их разглядеть.

В системе русоскептицизма (популярный на Западе термин) русская культура с ее обостренным противостоянием *pro et contra* оказывается неудобной, лишней, побочной. Создана глобальная сеть, противостоящая развитию литературы, которая становится уделом одиночек, творящих маргиналии на полях эпохи. Но, конечно, главная причина — это генетический страх, засеянный тысячелетиями, когда «нельзя за флажки» (*В. Высоцкий*) опреде-

ленных стереотипов, обжитого пространства, «авторитетных» мнений. Лирический герой вневизма становится арлекином, с помощью своей планки или жезла кадуцея — авторучки, электронного стилуса — путешествующего в мировой культуре вне таможенных пунктов пропуска и вне контроля.

Вневизм не в состоянии отчетливо противостоять всемирной системе постмодерна, прежде всего потому, что находится вне — как медийного пространства, так и пространства литературного постмодернизма. Не случайны скептические отклики на вневизм: «Это невозможно. Это никому не нужно. Развитие литературы закончено. Вневизм надо запретить». Идеи Серебряного века, законсервированные до поры до времени, дали опору вневизму, вместе с нотой потусторонности мировой культуры. Все это спроецировалось в одну точку времени и пространства, когда вневисты выражают свои идеи, следуя духу свободы, «стихии чуждой, запредельной стремясь хоть каплю зачерпнуть» (А. Фет).

Вневизм как ощущение инобытия здесь существовал всегда, это древнейший дух литературы. Возможно рассматривать русскую литературу с точки зрения вневизма, как единый метафизический поток.

Язык является и лирическим героем вневизма, и внеперсональным началом, и перводвигателем бытия. Путь языка и его развитие вместе с автором роднит вневизм с даосизмом и христианством. Дао — то, что лежит по ту сторону, и дорога к нему бесконечна, Христос говорит о том, что Он — путь и истина. **Вневистианство** — рожденное на основе вневизма веротечение, экуменически объединяющее идеи религий и конфессий.

«Общественная миссия публицистики выражается в ее функции прояснения наиболее актуальных и острых проблем социальной онтологии и реализации сложнейшей медиумической задачи. Это наибольшее, что мы можем от нее ожидать» [2; 9], — говорит Б. Я. Мисонжников. Вневизм обладает инструментами для оценки современной литературы, шире — культуры и любой сферы знаний и жизни общества. Медиумической задачей может быть его роль проводника в мир теней и обрат-

но, когда мир предстает заново, доступный непредвзятой оценке, — в этом «публицистичность» вневизма, стремление создать всеобъемлющее слово, сколь бы герметичным и странным оно ни казалось.

Словарь вневизма — **внежник** — устремлен в будущее, его протологизмы — это своего рода словарь *Даля*, спроецированный в будущее и предвосхищаемый в отражении грядущих времен. Слово — многозначно, текуче, как и символ, оно может объединять разнородные и взаимоисключающие понятия, будучи растянуто во времени, запечатленном в пространстве произведения. Слова, собираясь в одно понятие из нескольких, включают в него и дополняющие, и взаимоисключающие смыслы. Это отражено в названиях невестических стихотворений автора статьи: «Переплавание» — от слов плавание и переплавка, преобразование, «Прощаница» — от слов плащаница и прощение, «Молнива вневизма», — молниеносная молитва извне. Порой стихотворение целиком является трактовкой смысла слова, метафорой его развития в пространстве произведения, например, «Стилестница» — лестница обретения стиля, восхождения к нему во времени.

Раздел внежника — **Вещник** — словарь протологизмов, связанных с материей, тканью бытия, например: вещадие, преднет, мгновеций, тленовещество, облакамень. Ткань стиха рождает новые слова, создает гнезда для новых смыслов, а слова появляются из «чернил непрояви». **Вневарь** — букварь знаков и символов новой речи.

Академия вневизма призвана объединить сторонников исследования духа искусства, метафизического мироощущения слова. Вневизм — духовное паломничество по освоению новых мест, где понятие крайствования перекликается с отрешенностью *М. Хайдеггера*, призвано расширить границы мышления, вывести к подлинному мышлению, через озарение путешествовать к раю, где гау — это луч, английский омоним русского слова.

Вневестиарий — словарь таинственных существ вневизма. Крайничий и Крайночерпий подобны стоящим на вечной вах-

те корабля, устремленного в неизведанное. Топонимика переходит в топонимику, предвещая новые страны и города: Вневастополь, Санкт-бездну, Белорысь. Стихотворение уподобляется его названию, «Головостих» — полусущество, подобное амфибии, его пространстве заселено непроявленными внеперсонажами:

Головостих

Звери немолчно стоят у Фонтанки,
звери по Лиговке молча бредут,
тигроудавы спешат спозаранку,
рыбомартышки по небу плывут.

Код генетический Питера бледен,
только весной, распоров зеркала,
к нам прибывают ацтекомедведи,
птицы-этруски, акула-пчела.

Места пред веком довольно для спавших
и пробудившихся в зареве сна,
не зоопарк — восхождения башня
в устье Петрополя — вот их страна.

И у Сената, в мерцании донном,
из-под земли выкликая своих,
жабрами дышит, светло и огромно,
чудище бездны, живой многостих.

Вневизм — по латыни *extraintravissimus* — представлен в альманахе «Синь апельсина». В Доме писателя прошли две научно-практические конференции, «Вневизм и традиция» и «Вневизм и диалог с Востоком». Серебряный век был подчеркнута европоцентричен, *Хлебников*, *Клюев*, *Есенин* и отчасти *Блок* более других были ориентированы на Восток, находя в нем близкое для русской культуры и черпая оттуда вдохновение. Профессор *Чжан Бин*, профессиональный переводчик, в своей работе «А. О. Фили-

монов и его вневизм. Вневизм в переводе с русского на китайский» затрагивает проблему перевода и интерпретации языка вневизма на китайский язык и объясняет, чем вневизм интересен китайским исследователям: «Для нас, китайских русистов, эта особенность проявлена в том, что вневизм мировоззренчески тесно связан с древней китайской философией Дао, даосизмом. А. О. Филимонов говорит о том, что философия вневизма, опирающаяся на древнекитайскую мудрость, не предусматривает его формальной законченности... Я думаю, что причина... кроется еще и в том, что для молодого — и древнейшего одновременно — направления в поэзии, конечные, твердые определения ограничивают свободу его развития. Важное качество вневизма — его саморефлексия» [4; 22–23].

Вневизм продолжает символизм, но уже на другом витке, имея ряд отличий:

1. вневизм создает не только язык символов, но язык вне, для перехода в иные миры, пересотворяющий действительность, сам язык вневизма творит новый мир, раздвигает границы сознания, крайствования, соединяя времена и пространства, дотоле несопрягаемые;

2. теория вневизма целостна, в отличие от теории русского символизма, где поэты и философы имели расходящиеся точки зрения;

3. вневисты используют приемы модернизма, авангарда, новаторские методы, то есть куда более широки в художественных выражениях;

4. символизм пришел из Европы. Вневизм родился на русской почве, вступая в диалог со школами, как западными, так и восточными;

5. вневизм куда больше, чем литературное направление, это эстетическое озарение, путь к истине. Вневизианство родилось на стыке религии, философии, науки, культуры, а в центре его — сознание человека;

6. поэзия символистов оказала огромное влияние на последующую традицию, создав особую музыкальность русского стиха, придав языку поэзии некоторую монотонность, сделав его книж-

ным. Вневизм призван оживить лексико-интонационный строй, придать новые обертоны, вернуть современной поэзии язык природы и фольклора;

7. все произведения вневизма — единый миф, целостное мистериально-драматическое действие, своего рода отражение и исследование реальности.

Немало произведений минувшего времени оказало влияние на вневизм. Например, «Тихие песни» *Иннокентия Анненского*, вышедшие под псевдонимом Ник. Т-о, где развернута характерная для него идея «невозможности» из одноименного стихотворения, подхваченная символистами. В статье «Что такое поэзия?» (1903) *Иннокентий Анненский* писал о загадке слов, чье гипнотическое действие разгадать невозможно, и вторил тютчевской мысли «Нам не дано предугадать, как слово наше отзовется»: «По-моему, вся их сила, ценность и красота лежит вне их, она заключается в поэтическом гипнозе» [1; 207]. Только поэтический экстаз из глубин бытия, соединяющий лирическое волнение с сердцем читателя, способен помочь невозможному идеалу утвердить связь с миром.

Вневизм не только метод, но живая игра с пространством и временем, где миг бытия сопоставим с вечностью. Он призывает противостоять распаду и эклектичности, раздвигает границы проявленного нами бытия, отраженного в речи. Внеправление обновляет проблему понимания и ищет новые пути диалога с классикой и современностью. Сам язык творит извне новую действительность, если мы готовы его услышать. Вневизм не только вещь в себе или нечто за пределами — он существует здесь и сейчас.

Литература

1. *Анненский И. Ф.* Стихотворения. М., 1987.
2. *Мисонжников Б. Я.* Феноменология публицистического текста // Публицистика в современном обществе: матер. научно-практ. семинара. СПб., 2014.
3. *Филимонов А. О.* Вневизм. Поэтический манифест // Эдита. 2010. № (2) 40.
4. *Чжан Бин. А. О. Филимонов и его вневизм.* Вневизм в переводе с русского на китайский // Парадный подъезд. 2014. № 65.

А. В. Шевченко

Рос. академия народного хозяйства и госслужбы
при Президенте Российской Федерации

ПОНИМАНИЕ КАК СРЕДСТВО ПОДДЕРЖАНИЯ ЧЕЛОВЕЧНОСТИ СМИ

Для изучения понимания как категории и инструмента журнализма обоснована целесообразность использования методов информационно-коммуникативного анализа. Рассмотрены возможности трех групп теорий — объектных, субъект-объектных и субъективных — для исследования степени понимания при сдвигах семантического пространства и массовых манипуляциях СМИ. Выделены особенности интенциональной функции журналистики.

Ключевые слова: журналистика, интенция, коммуникация, манипуляция, массмедиа, понимание, семантический сдвиг.

A. V. Shevchenko

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

UNDERSTANDING AS AN INSTRUMENT OF MAINTAINING HUMANENESS OF THE MASS MEDIA

The expediency of using information and communication methods of analysis is proved as a journalistic category and an instrument for researching the understanding. The potentialities of three groups of theories are considered: objective, subject-objective and subjective ones; the theories may be used for studying the degree of understanding in the conditions of shifts in the semantic space and mass media manipulations. Special features of the intentional function of journalism are revealed.

Key words: journalism, intention, communication, manipulation, mass media, understanding, semantic shift.

В теории журналистики проблема понимания специально не рассматривается, но присутствует как фоновое условие формирования и поддержания обратной связи. Реже на эффект понимания / непонимания указывают при анализе его проявления в определении степени доверия / недоверия СМИ. Направленность современной науки на конвергенцию теорий журналистики и коммуникативистики (очередной разворот в сторону средств коммуникаций!) располагает к выявлению важных для теоретической журналистики позиций.

И. Клюканов (российский ученый, практикующий в США) определяет коммуникацию как целеориентированную на «построение определенного миропорядка путем координации действий участников сообщения» иерархическую систему, созданную «в результате координированных действий по определенным правилам и на основе определенных ресурсов» [8; 110]. Признавая (на основе информационной антропологии и права индивида на коммуникацию с имманентной его сущности герменевтичностью и «понимательностью» [9]) исключительно информационную природу коммуникации, заметим, что средства массовой информации опосредуют не исчерпывающую, но существенную сферу коммуникативного.

И. Клюканов выделяет пять стадий реализации коммуникации со специфическими уровнями понимания.

1-я стадия — информационная: характеризуется снижением неизвестности (неопределенности) опыта функционирования субъекта в различных ситуациях.

2-я стадия — коммуникационная: характеризуется свойством проверяемости, тестируемости, «поскольку здесь в фокусе внимания оказываются конкретно-эмпирические ситуации взаимодействия, в которых нужно принимать решения (и их проверять)» [8; 110].

3-я стадия — коммуникационно-коммуникативная: здесь в результате очередной трансформации коммуникативная природа предстает как созданность, как результат определенного дискурса участников сообщения, которое «всегда опосредуется определенными медиа» [8; 166].

На четвертой стадии формируется критерий обоснованности коммуникации, то есть соответствие опыта природе коммуникации. На этом уровне «создаются новые... смыслы значения как новые возможности продолжения коммуникации» [8; 167]. С пятой стадией автор связывает критерии экономии и простоты, где степень понимания наиболее высока.

Если применять модель *И. Клюканова* в журналистской работе, то на первых двух стадиях она настраивает на усвоение истины, предостерегающей от смещения социальной роли профессии в сторону замыкания на самое себя. Здесь медийная коммуникация обусловлена внешним фактором: люди выбирают СМИ как носителя информации ожидаемой, но лишь вероятностной для удовлетворения информационных потребностей и потому подвергаемой личностной оценке как начальной стадии процесса понимания. Если не учитывать эту фазу, то третья и последующие могут вообще не состояться на условиях понимания: потребляться информационный продукт, может, и будет, но «смотреть» не означает «видеть», а «слушать» — не значит «услышать»...

В выборе инструментария (методов) изучения понимания в информационно-коммуникативных структурах популярны и конкурентны как минимум два подхода: аналитически-эмпирический и герменевтически-гуманистический. Первый, по мнению польского политолога *Б. Крауз-Мозер*, страдает «методологическим натурализмом» и «беспомощен перед нормальным человеческим поведением», в то время как «исследования, проводимые в рамках герменевтически-гуманистической программы, приносят знания, которые нельзя проигнорировать под угрозой утраты понимания собственной человечности» [10; 75].

При технологически и социально-политически обусловленной размытости пределов свободы коммуникации, этого, по определению *С. Г. Корконосенко*, «единого явления бытия и единого феномена сознания» [9], обостряется проблема, порождаемая свойством коммуникации поглощать человеческое в человеке: вследствие аксиологической дихотомии «она и яд, и противоядие»; если индивид не включает механизмы саморефлексии, защиты от избыточной коммуникации, то она превращается

в «смертельную воронку», и промедление с рационализацией смерти подобно; «задача — в выведении вектора коммуникации на жизнь, а не на смерть» [8].

Направленность и сила такого вектора придается свойствами и потенциалом понимания как непосредственного постижения некоторой душевно-духовной целостности, интуитивного проникновения одной жизни в другую (*В. Дильтей*). Анализ социально-политических коммуникативных теорий *Т. Парсона*, *Ю. Хабермаса*, *Н. Лумана* и др. показывает, что классики признавали категорию понимания интегративным показателем эффективности коммуникации.

В объяснение проблемы *Л. Г. Васильев* [4] на обширной научной базе выделяет три группы теорий (но не исключает увеличения их числа на основе семиологических закономерностей): объектные, субъект-объектные и субъектные. Каждая, в определенной мере, может быть полезна развитию теории журналистики. Если **объектные теории** устанавливают значения языкового знака в текстах и их компонентах, то субъект-объектные предписывают проводить не только синтактико-семантический анализ, но и описывать те реальные психологические процессы, на фоне (или в результате) которых создаются или анализируются языковые знаки.

В соответствии с **субъектно-объектной теорией**, сложившейся благодаря исследованиям *А. Л. Никифорова*, *Л. Г. Лузиной*, *О. Л. Каменской*, *Л. В. Васильева*, *А. Р. Лурия*, *Н. А. Жинкина*, *А. А. Залевской*, *В. Ф. Петренко*, *Дж. Лакоффа*, *Т. ван Дейка*, *А. Гарнхэма*, выделяются следующие типы понимания, наблюдаемые в восприятии журналистских текстов:

- антропологическое и рациональное;
- понимание и интерпретация;
- интерпретирование и прояснение;
- лингвистическое, логико-интерактивное и мотивационное понимание;
- ассоциирование, смысловые замены, интерпретация и утилизация;
- знания тем, целей и планов, концептов для глобальных действий, концептуальных зависимостей;

— тип смыслового прогнозирования, установления смысловых связей, формулирования смыслов [4].

Объектом понимания, кроме собственно текста, выступают: дискурс, диалог, явления действительности и текст, ситуация и текст.

В субъект-объектной теории основа исследования понимания представлена: индивидуальными смысловыми отношениями, ментальными моделями, концептами памяти и идеальными смысловыми конструктами, ценностями, знанием стереотипных ситуаций, индивидуальной системой знаний (тезаурусы, картины мира), прототипами и гештальтами, интенциями, гипотетическими интерпретациями.

Различные способы описания понимания в субъект-объектной теории в обобщенном виде предстают как познавательные нормы. К ним относят: восхождение от материального к идеальному; эвристические процедуры; каузальные, темпоральные, логические, пространственные и интенциональные связи; процедуры обработки релевантных компонентов и концептуальные зависимости; стратегические и синтагматически-тактические процедуры; движение от значения к подтексту; психологическая предикация, стратегия антиципации темы-фрейма.

Нет сомнения, что некоторые тексты и фреймы текстов выдерживаются журналистами в соответствии с познавательными нормами понимания, то есть с учетом семантических ресурсов реципиентов. Навыки такого письма формируются зачастую интуитивно, исходя из обыденного отношения к сообщениям СМИ (например, при усилении или подавлении информации, при параллельном интерпретировании и ориентации на предшествующую информацию с коррекцией результатов). Определенная степень компетенции формируется при изучении медиапсихологии, психологии журналистского творчества, социологии журналистики. Однако есть нужда в систематизированном теоретическом знании о соприродности коммуникативистики и журналистики.

Важные для эффективного взаимодействия редакции и аудитории механизмы оценки результатов понимания потребителя-

ми продуктов СМИ содержатся в **субъектных теориях** понимания, где объектом считается текст как след деятельности другого субъекта (самооценка, мыслительная деятельность, ценности и логико-когнитивная система реципиента). Типология понимания ориентирована на сопрягаемые характеристики участников коммуникации: 1) семантизирующее, когнитивное и распределяющее понимание; 2) понимание и объяснение; 3) понимание-узнавание; 4) понимание-гипотеза; 5) понимание-объяснение. В качестве основы понимания выступает фонд общих знаний и рефлексия или «растягивание смысла» [2, 6]. В частности, это касается правил организации обратной связи в диалоге или авторской рефлексии в монологе, но применимо и для исследования масштабных дискурсных полей.

Например, *М. Р. Радовель* и *А. С. Гампарцумов* развивают концепцию коммуникативно-диалоговых отношений [11]. В рамках исследованного прояснены вопросы субъектности акторов диалоговых взаимодействий; коммуникативные характеристики, проявляющиеся в этих отношениях; контекстуальная обусловленность выявленных при этом свойств. Авторы анализируют в виде диалога скоординированное во времени взаимодействие крупных субъектов взаимонаправленных общественных отношений, например власти и населения, по разным аспектам: когнитивному, эмотивному, эффективному. «Каждый из них представляет собой определенный психологический фон общения: первый связан с мыслительной, интеллектуальной стороной понимания, второй — с эмоционально-чувственной, третий — с действиями, поступками» [2; 110].

Особый предмет теоретических исследований в информационно-коммуникативном пространстве, опосредованном СМИ, представляют семантические сдвиги, или шире — сдвиги семантического пространства (первый термин используется преимущественно в социолингвистике). Они происходят вследствие изменения социально-психологических установок по отношению к известному и значимому в картине социально-политической реальности. Массовые семантические сдвиги возникают как стихийные коммуникативные бедствия в дискурсном пространстве

в период смен идеологий. Они не только отражают состояния общественного сознания, но и управляют им. Проблема изучения формирования семантических сдвигов в аспекте понимания, их структуры, динамики, траекторий, влияния средств массовой информации и коммуникации на долгие циклы трансформаций массового сознания остается открытой. Видимо, и для развития теоретического базиса журналистики было бы полезно синтезировать исследовательские приемы не только известных теорий понимания, но и пока кажущихся экзотическими теорий хронологии, лингвокоммуникологии, биосемиотики.

Пока же остановимся еще на одном направлении субъектной теории, позволяющем оценивать, прогнозировать и выявлять особенности отражения понимания текстов СМИ массовым сознанием — лингвосемиотическом. Используя аналитические приемы интеллектики и целесообразной логики (на наш взгляд, для журналистских текстов, претендующих на понимание, наиболее подходит деонтическая логика) [9], можно диагностировать реакцию аудитории на пропагандистские или манипулятивные экзерсисы СМИ. Например, исследования *Е. Г. Борисовой* ценностных составляющих политической картины мира российской аудитории печатных СМИ, выявленных через оценочный потенциал общественной лексики, показали, что «слова “протест”, “митинг”, “возмездие” воспринимаются скорее негативно, чем позитивно, даже теми, кто поддерживает оппозицию и протестные организации» [3; 130]. Если бы журналисты умели пользоваться лингвосемиотическими приемами и знали, как понимает и оценивает аудитория ключевые термины, которыми описываются острые политические события, вряд ли они стали бы рисковать «понимательностью» материалов.

То же самое можно сказать о практиках скрытых влияний и воздействий на общественное сознание. *А. М. Дружинин*, исследовавший методы массовых манипуляций, отмечает широко используемые приемы придания множественности смыслов внешне однозначным текстам журналистских сообщений, возникающим при взаимодействии информационных потоков друг с другом и мимикрии одних жанров под другие. В зависи-

мости от того, какие коды для интерпретации используются, воспринимаемый текст дает возможность разного его прочтения. При этом «содержание манипуляций прячется за внешне корректными сообщениями, адресованными коллективному коммуниканту» [7; 134].

Чаще всего эти эффекты обнаруживаются в интервью, поскольку «именно в вопросах реализуются некие властные полномочия публициста... форма интерпретации объясняет, каким образом респондент интервью становится фиктивным коммуникатором, а текст, высказанный интервьюируемым в момент беседы, наделяется дополнительным содержанием. Темпоральность коммуникативного акта интервью создает условия для придания уже сообщенному тексту дополнительных смыслов. Однако коллективный коммуникант воспринимает сообщение в целом и не может дифференцировать первоначальный смысл текста и дополнительный. В этом дополнительном тексте и содержится манипулятивное сообщение» [7].

Проверенный многолетней практикой метод объяснения сущности понимания в сфере коммуникации и измерения понимания (а также взаимопонимания) содержится в социокоммуникативной парадигме устно-письменного взаимодействия, по праву носящий имя ее автора — *Т. М. Дридзе* [5]. Понимание достигается благодаря овладению механизмом интенции — направленности целедостижения участниками диалога. Последовательница учения *Т. М. Дридзе*, известный популяризатор социосемиопсихологического подхода *Т. З. Адамьянц* пишет: «Возможность выделения в рамках завершеного коммуникативного акта коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на интенцию и связанных между собой по принципу иерархичности (главные, второстепенные, третьестепенные и т. д.), позволяет доказательно выявлять интенцию даже в тех случаях, которые скрываются, например, при попытках манипулирования, или же — когда она “непроявлена”, непонятна или не совсем понятна даже самому автору...» [1; 173].

Заметим, что ситуации с выяснением того, что же на самом деле хотел сказать автор своим произведением, — довольно ча-

стая тема редакционных «летучек», но всегда ли критика основана на знании правил организации коммуникации по интенциональному критерию? Увы.

Методологическим концептом, объединяющим социосеміопсихологическую парадигму с фактологической парадигмой журналистики, выступает проблемная ситуация, «определяющая особенности интенциональности коммуникатора, а также социокультурный фон, на котором происходит коммуникативный акт. Проблемная ситуация пронизывает все уровни мотивационно-целевой структуры текста...» [1; 174]. Она формирует внешние (исходящие от инициатора коммуникации, журналиста) и внутренние (исходящие от реципиента, «принимающие») интенции, определяет способы их рационализации в мотивационно-целевой структуре текста и в сфере его восприятия.

Мотивационно-целевую доминанту, или интенцию, автор считает ключом к поиску смысла коммуникации, который сам по себе есть понимание (заметим, речь идет не о доверии или согласии с коммуникатором, а только о понимании его мотивов и целей). «Поскольку... процедура поиска смысла, или интенциональности, строго регламентирована и воспроизводима, полученный результат оказывается той точкой отсчета, по отношению к которой можно проводить дальнейший анализ: оказалась ли в результате восприятия интенциональность исходящего от коммуникатора текста понятной, и если нет — то какова степень (качество) понимания. Восприятие при этом различается как адекватное, частично адекватное и неадекватное (по отношению к интенциональности текста)» [1; 176].

Исследования особенностей процессов понимания текстов СМИ выявило несколько **информационно-коммуникативных архетипов**. Архетип вертикально организованный характеризуется тем, что при восприятии материалов общественно-политического содержания число адекватных интерпретаций составляет 13-14%; при восприятии других информационных материалов — от 9 до 18%, в зависимости от формы подачи и организации материала.

У горизонтально организованного архетипа, с частично адекватным восприятием и как следствие — отсутствием умения аналитически мыслить, информация агрегируется по принципу сбора и накопления, а не объемно, сведения и данные слабо связаны между собой или вообще не связаны. Численность аудитории с такими характеристиками понимания информационных и общественно-политических текстов достигает 30-35%.

Примерно такой же процентный состав имеет аудитория, представленная хаотично организованным информационно-коммуникативным архетипом, который сосредоточивает внимание лишь на отдельных фактах, подкрепляющих их «картину мира», атмосфера которой тревожна, хаотична, агрессивна или депрессивна. Эта особенность присуща лицам с неадекватным восприятием мотивационно-целевой структуры [1; 179]. Но определенный сегмент медийного пространства занят СМИ, намеренно поддерживающими информационно-коммуникативную активность такого рода или целенаправленно дезориентирующими эту аудиторию относительно других источников информации.

Знание принципов организации, осуществления и мониторинга массовой коммуникации по признаку понимания с целью достижения максимальной степени понятности и полноты может существенно интеллектуализировать профессиональную журналистскую среду, восстановить необходимый уровень социального доверия институту СМИ для нормального общественного развития.

Литература

1. *Адамьянц Т. З.* Коммуникативные механизмы понимания в семиосоциопсихологии // Понимание в коммуникации / сост. и предисл. Е. Г. Борисовой. М., 2009.
2. *Богин Г. И.* Типология понимания текста. Калинин, 1986.
3. *Борисова Е. Г.* Лингвополитология: понимание политики через данные языка // Общение в аспекте понимания / отв. ред.-сост. Е. Г. Борисова. Кн.1. М., 2012.
4. *Васильев Л. Г.* Три парадигмы понимания: анализ литературы вопроса. URL: <http://konf-csu.narod.ru/ze/lib/vasilyev.html>.

5. Дридзе Т. М. Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальные коммуникации и социальное управление в экوانтропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Кн. 1. М., 2000.

6. Дридзе Т. М. Интеракционные характеристики и классификация текстов (с учетом специфики интерпретационных сдвигов) // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М., 1976.

7. Дружинин А. М. Полисемантика и манипуляция в массовых коммуникациях // Общение в аспекте понимания.

8. Клюканов И. А. Коммуникативный универсум. М., 2010.

9. Корконосенко С. Г. Коммуникационная свобода личности: комплексный анализ // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире. М., 2010.

10. Крауз-Мозер Б. Теория политики. Методологические принципы. Харьков, 2008.

11. Радовель М. Р., Гампарцумов А. С. Взаимоотношение российской власти и населения: коммуникативно-диалоговое измерение // Общение в аспекте понимания.

12. Шевченко А. В. Эффект «жизнеподобия»: через смысл — в со-бытие // i-формат. Журналистика провинции: альманах. Вып. 8. Ставрополь, 2012.

Э. Г. Шестакова

Донецк, Украина

ПУБЛИЧНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛ И ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРЫ ПОНИМАНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье поднимается проблема взаимосвязи культуры публичных интеллектуалов и культуры понимания в журналистике. Доказывается, что публичный интеллектуал — это та фигура эпохи модерна, которая изначально и неустранимо предопределена в своем развитии системой социальной коммуникации, прежде всего журналистикой.

Ключевые слова: публичный интеллектуал, журналистика, культура понимания, эпоха модерна, язык, коммуникация, массмедиа.

E. G. Shestakova

Donetsk, Ukraine

PUBLIC INTELLECTUAL AND PROBLEMS OF CULTURE OF UNDERSTANDING IN JOURNALISM

The article raises the problem of the relationship between public intellectuals' culture and culture of understanding in journalism. Public intellectual is proved as a figure of the modern era, which was originally predestined and unavoidably involved in the development of social communication system, and journalism above all.

Keywords: public intellectual, journalism, culture of understanding, the era of modernity, language, communication, mass media.

В «Записях в ежедневнике (1968–1970 гг.)» М. Мамардашвили есть одно точное и красивое в своей парадоксальности философское наблюдение: «Объективность, достигаемая ценой отмысливания коммуникативного уровня общения с материалом, тогда как объективное существование символа, идеи, смысла имеет место лишь в коммуникации» [5; 157]. Хотя оно непосредственно и не касается журналистики, но может, а, скорее всего, и должно быть экстраполировано на ее основное проблемное поле. Журналистика — это, безусловно, стремление к объективности в видении, понимании и отображении социальной действительности, которая во многом для нее выступает материалом. Журналистика — это нацеленность на факт, событие окружающего мира, которые предполагают и зафиксированность в журналистском тексте, и ценностную их осмысленность, что неизбежно в силу слова, выбранного журналистом. Как определяет В. Биbihин в разделе «Понимание» курса лекций «Язык философии» (1989): «Мысль и слово <...> означают слово и смысл вместе. <...> Начало слова и мысли в событии, которого требует весть. <...> За словом всегда весть о событии» [1; 84, 99].

Журналистика, устремленная к событиям, живущая ими, всегда и неустраимо внутренне коммуникативна. Но журналистика — это коммуникация, предполагающая не столько тривиальное уведомление и реакцию на актуальные факты, события, постоянно происходящие в социальном пространстве жизнедеятельности человека, сколько иное. Журналистика — это коммуникация, нацеленная на уловление и постижение объективно существующих в социальном пространстве идей, смыслов, символов, которые и позволяют увидеть и воспринять факт и событие как значимые для этой культуры и этого времени факт и событие. Журналистика — это социально важное общение, реализуемое не через передачу и осмысление фактов, а через сложный организованный спектр понимания тех смыслов и идей, которые неизбежно и неустраимо всегда стоят за фактами. При этом важно помнить лотмановское утверждение, что «...с позиции передающего факт — всегда результат выбора из массы окружающих событий события, *имеющего, по его представлениям, значение*», «факт — не концепт, не идея, он — текст, т. е. имеет всегда реально-материальное воплощение, он есть событие, которому придано значение, а не значение, которому придан вид события. <...> он для получателя *подлежит интерпретации*» (курсив автора. — Э. Ш.) [4; 304]. Именно поэтому для журналистики изначально важно понимание как своеобразный способ приближения и постижения идей, смыслов, которые проявляются через факты, события социальной действительности и затем входят в журналистский текст. Медиатекст — это ценностное пространство встречи и осуществления фактов, событий, смыслов, идей действительности и слова о ней. Понимание для журналистики не менее важно и как процесс постижения и принятия (непринятия) фактов, событий, смыслов, идей, которые существуют в социальной действительности, стоящей за журналистским текстом, активно пробивающейся сквозь него с помощью слова, которое «...в своем существе голос события» [1; 52]. И в журналистском тексте важно воспринять, услышать голос события, то есть понять.

Понимание в журналистике — это и одно из сущностных проявлений коммуникации, направленной на обнаружение значи-

мых ментальных смыслов, идей, ориентаций. Факт и событие в журналистике, даже с учетом ее обусловленности социальной действительностью, не могут быть ни самодостаточными, ни даже достаточными, несмотря на их внешнюю объективную данность. Они — всегда лишь репрезентанты глубинных социально-культурных состояний и процессов, которые нуждаются в понимании, прежде всего как интерпретации на адекватном им языке. Без того, что *Мамардашвили* называет коммуникативным уровнем общения с материалом, без смыслов и идей, существующих только *в* и *через* коммуникацию, факт и событие в журналистике оказываются зачастую не только выхолощенными, не воспринятыми, но даже «несуществующими». Факт, событие, смысл, идея в журналистике находятся не только в сложных взаимоотношениях, что естественно, но и предполагают, даже настоятельно требуют практического преодоления этой сложности в акте общения, в том, что называется мыслительной традицией.

Именно поэтому для журналистики значимо то, что *Мамардашвили* в курсе лекций «Введение в философию» назвал техникой понимания. Ее суть, что хорошо известно журналистике и что роднит ее с философией, заключается в способе осмысления мира и том языке, которым она пользуется. *Мамардашвили* показал это нарочито просто, обнажив до предела проблему понимания. Он привел незамысловатый пример с фонарным столбом, стоящим под окнами аудитории: «Он в моем сознании, в вашем сознании; но каким образом он посылает один образ в мою голову, один образ в вашу, в третью, в четвертую и т. д. Что, он размножается? <...> И к тому же он ставит нас перед проблемой: как мне пережить ваш фонарный столб, а вам — мой? <...> ...возникает проблема коммуникации, являющаяся в данном случае проблемой проникновения нами в сознание друг друга. <...> Мир — один (он дается один раз). Но перед языком, на котором мы говорим, стоит задача коммуникации... потому что язык внушает нам определенные наклонности, содержит в себе определенные натуральные видимости и порождает определенные вопросы...» [5; 131–132, 133].

Пример со столбом направляет мысль в сторону более сложных проблем. Как журналистика вырабатывает, поддерживает и развивает культуру понимания, которая базируется на технике понимания предметов, фактов, событий, смыслов, идей? Что и как помогает журналистике создавать и осуществлять коммуникацию общественно важными смыслами при условии, что она имеет дело с массовым сознанием? Что такое слово и ответственность в журналистике, которая неизбежно в силу своих функциональных задач и целей «печатает много текстов», и при этом как «ей удастся сказать свое слово» [1; 43]? Как и почему получается у журналистики воспитать в человеке гражданина, относительно успешно выполнив задачу социально ответственной коммуникации? Каким образом, чьими усилиями журналистика достигает столь значимое для нее объективное существование идеи, смысла, избегая при этом превалирования разрушенной коммуникации, или того, что *Мамардашвили* называет *глухотой*, и еще жестче — «абсурдом, который душит любое человеческое чувство» [6; 139]?

Другими словами, на что, почему и как может и должна рассчитывать прежде всего качественная или высокая журналистика, пытающаяся установить реальный диалог с реальным обществом? Как журналистика, касающаяся, например, таких актуальных вопросов, как урбанизация, состояние высшего образования и медицины в конкретном обществе, ловушки и перспективы развития нанотехнологий, роль генной инженерии, выбор политического развития государства, может достичь понимания в социальном пространстве? Что и как может помочь журналистике вовлечь людей в коммуникацию, стать понимающим участником события? На каком языке и как ей следует поддерживать коммуникацию с обществом и осмысливать себя, чтобы акты понимания не оборачивались фарсом, а то и трагедией непонимания? Суть такой коллизии (не)понимания, создаваемой поздней советской пропагандой, идеологией и журналистикой, *Мамардашвили* охарактеризовал в интервью газете «Заря Востока» (1989): «Совершенно противоположные, исключаящие друг друга вещи раздирают наши души, ибо мы пытаемся

жить вне мыслительной традиции, вне мысли, т. е. в отмененной реальности. Двигаясь по магнитным линиям языковых ловушек, социальных ловушек, идеологических ловушек, реальные эмоции, например, женщины, переживающей за сына, воевавшего в Афганистане, выражаются готовностью публично распять единственного человека, который пытался остановить убийство ее сына, и бить поклоны человеку, который послал ее ребенка на смерть. Что за реальность такая? (Я имею в виду эпизод с академиком Сахаровым на съезде.)» [6; 142].

Сейчас уже совершенно понятно, что прошедшие после этого интервью четверть века продемонстрировали усугубление проблемы культуры понимания в журналистике и действительности, стоящей за журналистским текстом. Прошедшие четверть века обнаружили важность уже именно для журналистского, а не только философского или художественно-литературного текста, проблемы ответственного понимания, когда «мы слышим слово, насколько способны отвечать ему» [1; 103]. И это все больше подтверждается практикой социально-политической, общественной жизни, когда общественная глухота и разрушенная коммуникация оборачиваются катастрофами социальной действительности. Но в то же время эти четверть столетия показали возможные и, главное, по своей сути традиционные, проверенные практикой пути преодоления коллизии (не)понимания. Если внимательно посмотреть на то, к чему постоянно апеллирует журналистика и на что обостренно реагирует общество в процессе понимания значимых для себя смыслов и идей, то можно увидеть, что это слово и позиция авторитетных в обществе людей. Не случайно *Мамардашвили* в одном из самых идейно напряженных моментов интервью, рассуждая о роли языка (точнее — коммуникации) в формировании ценностных смыслов советской реальности, о том, почему разрушена культура понимания социальной действительности, почему отсутствует «иммунитет против действия тоталитарных структур сознания» [6; 141], приводит в качестве знакового примера имя академика *А. Сахарова*. Он одновременно противопоставляет его неназванным знаковым фигурам: безымянной, нивелированной мас-

совидным самосознанием женщине-матери и политическому лидеру сверхдержавы. *Мамардашвили* делает это специально, подчеркивая особое социально-культурное положение *Сахарова*: публичный интеллеktуал — творческая, граждански активная личность, чей интеллеkt, направляемый и питаемый совестью, создает мощное идейно-смысловое, морально-нравственное напряжение, позволяющее противостоять омертвлению и гибели общества.

Публичный интеллеktуал — это известная и социально значимая фигура, которая своими поступками во многом, во-первых, поддерживает и развивает культуру понимания в журналистике; во-вторых, обнаруживает для общества и журналистики качественно новые смысловые и ценностно-идейные перспективы; в-третьих, служит обществу своеобразным знаком существующих, вопреки всему, высших идей, ценностей и возможностей. Публичный интеллеktуал — это один из героев качественной журналистики: не будучи профессиональным журналистом, он в состоянии и высказывать социально значимые идеи, способные изменить общественные настроения, и облекать их в журналистскую форму. Публичный интеллеktуал — это голос актуального события, запечатленный в слове-поступке, утверждающий и моральную важность, и практическую значимость того, что «мы осуществляемся в той мере, в какой принадлежим значительности события» [1; 103].

Как хорошо известно, публичный интеллеktуал — это явление, порожденное и легитимированное эпохой Просвещения и традициями Французской революции. Его истоки и специфика дальнейшего развития коренятся в ситуации кардинального слома культурных парадигм, смены самосознания, когда наступающая секуляризация почти всех форм общественной и повседневной жизни требовала и создавала новые социально-культурные репрезентанты. *М. Фуко*, рассуждая о том качественно новом, что принесло с собою Просвещение, тонко подметил: «...основная особенность тех процессов, которые совершались во второй половине XVIII в., — не в реформе социальных институтов и не в придании им новой направленности» [8; 382], а в ином. Пре-

жде всего в том, что «...человек классической эпохи сам стоит не на плоском берегу чисто рационального сознания, а, так сказать, на вершине того акта разума, который кладет начало этическому выбору. <...> всякому разуму присуща способность свободно выбирать» [8; 152, 154]. Своеобразное открытие культурой Просвещения новых взаимосвязей между частным человеком, повседневностью и социальными институтами неизбежно привело к трансформации всей системы понятий и ценностей. В этом плане представление о публичном интеллектualе соприродно современным (в смысле модерным) понятиям государства, власти, политической нации, гражданина, традиций либерализма. Оно также родственно, в первую очередь по основаниям и причинам своего возникновения и формирования, понятиям общественного мнения, общественного человека, общественного долга, массовой коммуникации, массмедиа. Первым публичным интеллектualом принято считать *Вольтера*, который своей личностью и спецификой деятельности создал тип нового героя модерной культуры. А *Э. Золя* — одним из образцов публичного интеллектuala, использовавшего в деле *Дрейфуса* свою силу, авторитет романиста и возможности прессы для влияния на общественно-политические умонастроения.

По мнению *У. Дюваля*, занимающегося изучением этого феномена во Франции: «Интеллектual, счастливо сочетающий в себе черты философа, публициста, духовного светоча и политического активиста, — знаковая фигура на сцене современной истории...» [3; 337]. Причем имеется в виду общеевропейская история Нового и новейшего времени, когда публичный интеллектual стал знаковой фигурой в национальных государствах и длительное время занимал лидирующее положение, которое классическое культурное сознание определило так: властитель дум. Публичный интеллектual — это убедительный оратор, авторитет в своей стране и для международного сообщества. Он верит в воспитание, универсалистские ценности и социальные реформы, отдает приоритет этической свободе гражданина общества перед морально-политической свободой гражданина государства, активно влияет на культурные умонастроения. *Ю. Хабермас*, анали-

зируя природу, истоки, историю и современное состояние феномена публичного интеллектуала, четко указывает: «Корни этого эгалитарного самопонимания уходят в Германии к первому поколению после Гете и Гегеля. Беспокойные литераторы и приват-доценты из кружка „Молодая Германия“ и левогегельянцы в такой же степени способствовали созданию образа свободно парящих, спонтанно вмешивающихся, часто сентиментальных, возбужденно-полемичных и непредсказуемых интеллектуалов, как и устойчивых предрассудков против них. Неслучайно поколение Фейербаха, Гейне и Берне, Бруно Бауэра, Макса Штинера и Юлиуса Фребеля, Маркса, Энгельса и Кьеркегора появилось перед 1848 годом, когда парламентаризм и массовая пресса образовались под крылом раннего либерализма» [9; 65–66]. Это период, когда по всей Европе «вырисовывается та самая констелляция, в который найдет свое место тип интеллектуала эпохи модерна» [9; 66].

Наиболее убедительными примерами современных публичных интеллектуалов для немецкого философа являются *М. Фуко*, *Ж. Деррида*, *П. Бурдьё*, *Р. Рорти*, *Р. Дворкин*. К публичным интеллектуалам, повлиявшим на социально-культурный и общественно-политический облик XX в. и нашего тысячелетия, можно отнести также *А. Камю*, *Ж.-П. Сартра*, *Т. Адорно*, *Г. Маркузе*, *М. Фриша*, *Г. Белля*, *Ю. Хабермаса*, *Дж. Ватимо*, *У. Эко*, *Ф. Лаку-Лабарта*, *С. Жижека*, *М. Мамардашвили*. Публичный интеллектуал реализует себя через взаимодействие национальной и интернациональной, мировой культур, культур интеллектуальной и политической, когда последняя понимается в широком толковании: как системная деятельность государства, его официальных институтов, общественных организаций и граждан.

Важно, что публичные интеллектуалы сознательно и целенаправленно поддерживают своими поступками «справедливый политический порядок» и «правильный образ человека». Причем делают это, максимально и целенаправленно используя возможности качественной журналистики. *Хабермас* акцентирует: «Правильный образ человека имеет эстетическо-экспрессивные черты творческой личности, которая ощущает обязанность сделать

из своей жизни нечто продуктивное... Канту здесь принадлежит не последнее слово. На Страшном суде мы должны держать отчет, но в первую очередь не за раны, которые мы нанесли другим, а за упущенные возможности собственной, неправильно использованной жизни. Уважение к другим основывается на обобщении этого долга по отношению к самим себе» [9; 58]. Проблема понимания в ее взаимосвязи с проблемами личного выбора, поступка и ответственности за него — это основная коллизия для публичного интеллектuala, который не может не ощущать своей причастности ко всем социально значимым проблемам. Проблема понимания — это еще и проблема нахождения публичным интеллектualом слова для воплощения сделанного выбора: правильный образ человека и события не могут существовать вне правильно найденного для них языка. В противном случае активизируется коллизия глухоты или (не)понимания. Одним из условий неразрушения культуры понимания в журналистике оказывается то, что «даже радио и телевидение, а также остальная пресса в своих политических сообщениях и комментариях в значительной степени зависят от тем и статей, которые поставляют им “резонирующая” публицистика» [9; 109]. К тому, что Хабермас точно называет «“резонирующая” публицистика», относится, в первую очередь, целенаправленная деятельность публичных интеллектualов, питающая качественную прессу. Начиная с XVIII в. и по сегодня ведущие жанры, в которых проявляют свою позицию публичные интеллектualы, — это журналистские жанры: заявление (личное и коллективное), манифест, воззвание, петиция, речь по поводу, интервью, открытое письмо (обращение), программная статья, социально-политическое эссе, памфлет.

Публичный интеллектual — это профессиональный и ответственный коммуникант, для которого журналистика — не столько площадка для самореализации, сколько возможность показать, что «слово зовет нас к ответу» [1; 103]. Публичный интеллектual — это своеобразный социально-культурный идеал, который необходим современному типу общества и государства для успешного длительного функционирования. П. Нора, написавший несколько концептуальных исследований об интеллектualах

лах, объяснил их необычайно сильное влияние на умонастроения тем, что в эпоху просвещенческого кризиса веры и христианства, а также отсутствия однородности и упорядоченности в социальной среде именно публичный интеллеktуал является носителем и олицетворением духовной власти. Начиная с XVIII в. «именно в пустое пространство, возникшее из-за отсутствия политического и социального консенсуса и руководства, а также из-за упадка религии (метафорической „смерти Бога“), интеллеktуал и вступил как пророк, вождь и учитель. Он не просто выступал от имени тех, кто не мог сам говорить за себя; он выступал от имени каждого, перекрикивая беспорядочный гул мнений, резюмируя, анализируя, морализируя, освещая путь» [Цит. по: З.; 345].

Однако, размышляя о сущности и роли публичного интеллеktуала, *Хабермас* утверждает: «Когда интеллеktуалы риторически заостренными аргументами оказывают влияние на формирование общественного мнения, они зависят от способной к резонансу, активной и информированной общественности. Им необходима более или менее либерально настроенная публика, и они должны опираться на сколько-нибудь функционирующее правовое государство... Они принадлежат к миру, где политика не исчерпывается государственной деятельностью; их мир — политическая культура противоречий, в которой коммуникативные свободы граждан могут быть раскованными и мобилизованными» [9; 66]. В этом плане именно журналистика помогает публичным интеллеktуалам не только исполнить их гражданский долг, но и создать условия для того, чтобы люди услышали, поняли те идеи, смыслы, которые заложены в поступках, выступлениях публичных интеллеktуалов. Следовательно, публичный интеллеktуал изначально не является самодостаточным общественным феноменом. Он всегда осуществляется *в и через* активность системы публичных коммуникаций, прежде всего качественную журналистику.

В этом плане весьма показательна относительно недавняя акция европейских интеллеktуалов. *Хабермас* и *Деррида* посвятили ей программную статью «15 февраля, или Что связывает европейцев», которая впервые опубликована в мае 2003 г. в немецкой

газете *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Эта статья — часть инициативы, в рамках которой У. Эко, А. Мушг, Р. Порти, Ф. Саватер, Дж. Ватимо одновременно выступили в разных европейских массмедиа с размышлениями по поводу событий 15 февраля 2003 г. Это день, когда против нападения США на Ирак «выступили массы демонстрантов в Лондоне и Риме, Мадриде и Барселоне, Берлине и Париже. Одновременность этих потрясающих демонстраций, самых грандиозных с конца Второй мировой войны, ретроспективно можно было бы отметить в учебниках истории как знак рождения общеевропейской общественности» [10; 39, 40]. Для Хабермаса и его коллег — европейских интеллектуалов — важно, что этот факт проявления новых общественных настроений обусловлен не столько волей политиков и государственных деятелей, исходящих из своих властно-государственных, национальных и политэкономических задач и целей, создающих новое социально-политико-экономическое образование — ЕС, сколько качественно иным фактором. А именно — становлением новых культурных жизненных форм обыкновенных людей, все более ощущающих и воплощающих в своих личных и коллективных поступках новое общественно-культурное миропонимание.

Публичный интеллектual, в силу личностных качеств и этики профессионализма, наиболее чуток к проблеме понимания, общественному долгу и особенностям современной публичности, массового сознания. Так, если массы простых людей вышли на спонтанные митинги протеста против внешней политики США, то долг публичного интеллектуала — рефлексия происходящих событий и выступления по их поводу в прессе. Журналистика для публичного интеллектуала — возможность показать, что за фактом нападения США на Ирак, событиями 11 сентября, ситуацией с Сахаровым на съезде и т. п. стоят более сложные и тонкие идеи, смыслы, нежели может увидеть обыкновенный, погруженный в калейдоскоп социальных образов и проблем человек. Эти идеи, смыслы уходят корнями и в историко-культурную перспективу, и в особенности национально-политического, общественного сознания, и в филигранность языка, на котором осуществляется коллективная социально значимая коммуникация. Не случайно

и Эко, и Хабермас, и Мамардашвили, и Лотман, начиная разговор со своими читателями, зрителями или беседу с журналистами, берущими у них интервью, всегда настаивают на проясненности смысла тех понятий и традиций их понимания, которыми собираются оперировать.

Казалось бы, публичный интеллеktуал — это удачно найденная культурой Нового времени стабильная и прочная основа моральности, соблюдения общественного долга общественно сознательным человеком. Понятно, что, являясь совестью, моральным образцом общества, публичный интеллеktуал зачастую находится в конфронтации с официальной позицией государства или его отдельных институтов. Отношение к публичному интеллеktуалу со стороны государства и общества — это показатель развития политической, интеллектуальной, морально-духовной культуры, точнее даже так: уровня цивилизованности. При этом понятно, что отношение к публичному интеллеktуалу может разворачиваться в диапазоне от признания его высокого статуса через попытку замалчивания значимости его деятельности до стремления его нивелирования, уничтожения. И это может идти как от официальных установок государственной политики (СССР и А. Ахматова, А. Сахаров, И. Бродский, А. Синяевский), так и от превалирующих массовых настроений, обусловленных рядом ментальных, историко-культурных факторов. Однако в любом случае публичный интеллеktуал — это своеобразный проявитель внутренних процессов и проблем социальной коммуникации, которые, при условии их длительного игнорирования, могут стать глобальной катастрофой. Одним из таких примеров может служить судьба СССР, а с ним и биполярного мира, последствия распада которых мы все переживает и сегодня. Российский академик Б. Пивоваров в интервью о феномене «оттепленного человека» для «Коммерсанта.ru» это сформулировал так: «...,люди оттепели» сегодня отходят на второй план, возобладали другая тенденция — охранительная и изоляторская. Приходится признать, что руководители, которые не допустили третьей мировой войны, пережили Вторую мировую и понимали, о чем идет речь. Сегодняшние политики — как российские, так и западные — это

послевоенное поколение, которое таким знанием не обладает... <...> Как тогда, так и сейчас они [и политики, и простые граждане] не видят губительных последствий своих желаний, и благородное, но часто безнадежное дело интеллектуалов — попытаться их предупредить» [2; 39, 40].

Рубеж тысячелетий продемонстрировал, во-первых, то, что «в нашем медийном обществе вновь происходит структурное изменение общественности, плохо вяжущееся с классическим образом интеллектуала» [9; 66]; во-вторых, рождение нового типа медиатического интеллектуала или же «застольного стратега», как его определяет *Хабермас*. *Р. Дебре* так характеризует этот тип публичного интеллектуала, пришедшего после поколения *Сартра* и *Фуко*: «Это медиатические интеллектуалы, постоянно присутствующие в средствах массовой информации. Их имена знают все, но, в отличие от великих предшественников, они абсолютно нелегитимны. Своей известностью они обязаны привлекательной наружностью и остроумию гораздо больше, чем выдающимся идеям или великим свершениям» [Цит. по: 11; 354]. *П. Нора* и *М. Винок* определяют жестче: «Медиатический интеллектуал — игрушка средств массовой информации, лишенный собственного голоса и собственного лица, — предстает как отрицание самой идеи интеллектуала» [Цит. по: 11; 355]. Этот аспект проблемы проявляет значимый для нашей эпохи парадокс культуры публичных интеллектуалов, а вместе с нею и современной журналистики, неотвратимо растворяющейся в общем массмедийном пространстве. Журналистика все больше нивелируется усилиями телевидения и Интернета, которые «привели к неожиданно расширению медийной публичности и к беспримерному сгущению коммуникативных сетей» [9; 66]. Это с одной стороны. А с другой — она все меньше зависит от ««резонирующей публицистики», предпочитая культуру понимания заменять культурой информирования, внушения и развлечения.

Журналистика — это возможность для публичного интеллектуала проявить свой голос и осуществить влияние на общественное мнение, постоянно корректируя, поясняя, проясняя сущность события или явления, побудившего к выступлению.

Публичный интеллектual принципиально невозможен без или *вне* СМИ. Это одна составляющая парадокса культуры публичных интеллектualов. Вторая его составляющая — это ловушка СМИ, которая, начиная со второй половины XX в., постепенно подчинила публичного интеллектuala общим законам существования массмедийной культуры. Естественное желание использовать возможности массмедиа привело публичного интеллектuala к состоянию, когда «мысль унизилась до состояния журналистики», как это определил *М. Сьюри* [7; 391]. Речь идет о следующем. Из-за необходимости общаться с массовой аудиторией массовых СМИ на адекватном им языке произошла профанация интеллектualной культуры, высокой журналистики и морально-духовных идеалов, ценностей. Так, *Хабермас* в интервью «Фундаментализм и террор», которое посвящено событиям 11 сентября 2001 г., афганским, иракским проблемам (*Blätter für deutsche und internationale Politik*, 2001), на вопрос журналиста о роли интеллектuala в сегодняшнем контексте заявил, что интеллектualы сегодня не играют особой роли: «Обычные *Pro* и *Contra*, все тот же голосовой шум, приправленный известными национальными различиями в стиле и общественном резонансе, — они проявляются одинаково, идет ли речь о партии в гольф или о войне в Косово [10; 41]. Проблема постепенного и трагического поглощения ловушками и соблазнами массмедиа публичных интеллектualов, их опрометчивое пренебрежение ответственностью за слово-поступок и зависимость от массмедийной публичности — это утрата качественной журналистикой культуры понимания, разрушение коммуникации и угроза активизации вопроса *Мамардашвили*: «Что за реальность такая?».

Сознательное отношение к СМИ, осмысление и четкое видение их возможностей, тупиков, западней для деятельности публичного интеллектuala является гарантией того, что снижается риск оказаться в разряде медиатических интеллектualов. Более того, появляется возможность переосмысления сущности и функций журналистики в новых культурных условиях, а также вероятность активной и последовательной деятельностью переориентировать практику журналистики и отношения к ней общества. *Хабермас*

так формулирует концептуальную идею: «Массмедиа, рынки и потребители — серьезная пресса как спинной хребет политической публичности» [12]. Рассуждая о роли публичной коммуникации, экспертов и интеллектуалов в создании диалога посредством журналистики между публичной сферой и государством, немецкий философ определяет важность возрождения в новых культурных условиях изначальных ценностей и ориентаций современного государства и общества. Он пишет: «...публичная коммуникация проявляет силу, стимулирующую и в то же время ориентирующую граждан для формирования общественного мнения и волеизъявления, одновременно принуждая политическую систему к прозрачности и приспособлению. Без импульсов прессы, формирующей общественное мнение, достоверно информирующей и тщательно комментирующей, публичная сфера больше не может источать такую энергию. Если речь идет о газе, электричестве или воде, государство обязано гарантировать обеспечение населения энергией. Но разве оно не должно быть точно так же к этому обязанным, если речь идет о тех разновидностях „энергии“, без притока которых возникают нарушения, наносящие ущерб самому демократическому государству?» [9; 109–110].

Следовательно, в начале XXI в. публичный интеллект играет в обществе и журналистике одну из ведущих ролей, по-прежнему выступая в качестве морального авторитета, маркера для развития публичных коммуникаций, показателя уровня доверия журналистике, которую он представляет как гражданин.

Л и т е р а т у р а

1. Бибахин В. В. Язык философии. М., 2002.
2. Градус свободы // Коммерсант.ru. 2014. 15 дек. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2628738>.
3. Дюваль У. Утраченные иллюзии: интеллект во Франции // Республика словесность. Франция в мировой интеллектуальной культуре. М., 2005.
4. Лотман Ю. Проблема исторического факта // Лотман Ю. Внутри мыслящих миров. М., 1996.
5. Мамардашвили М. Необходимость себя. Лекции. Статьи. Философские заметки / под общ. ред. Ю. П. Сенокосова. М., 1996.

6. *Мамардашвили М.* Философия действительности // Мамардашвили М. Сознание и цивилизация. Тексты и беседы. М., 2004.
7. *Сюрис М.* Портрет интеллектуалов в обличье домашней зверушки // Республика словесность. Франция в мировой интеллектуальной культуре.
8. *Фуко М.* История безумия в классическую эпоху. СПб., 1997.
9. *Хабермас Ю.* Ах, Европа. Небольшие политические сочинения. М., 2012.
10. *Хабермас Ю.* Расколотый Запад. М., 2008.
11. *Ханаева Д.* После интеллектуалов // Республика словесность. Франция в мировой интеллектуальной культуре.
12. *Habermas, J.* Medium, Märkte und Konsumenten // *Süddeutsche Zeitung*. 2007. 16/17 Mai.

СЕКЦИЯ

«Понимание в профессиональной культуре журналиста»

Руководитель — проф. *И. Н. Блохин*

Ученый секретарь — *О. С. Путинцева*

О. С. Путинцева

С.-Петербургский гос. ун-т

ПОНИМАНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ ЖУРНАЛИСТА

ОБЗОР ВЫСТУПЛЕНИЙ НА СЕКЦИИ

В статье представлен обзор выступлений на секции «Понимание в профессиональной культуре журналиста». Особое внимание уделено проблематике докладов, наиболее общим тенденциям, выявленным участниками секции в проблемном поле взаимопонимания в журналистике.

Ключевые слова: понимание в журналистике, профессиональная культура журналиста, сетевая среда, доверие, медиаобразование.

O. S. Putintseva
St. Petersburg State University

UNDERSTANDING IN THE PROFESSIONAL JOURNALISTIC CULTURE

SECTION SPEECHES' SUMMARY

The “Understanding in the professional journalistic culture” meeting’s speeches’ summary is presented in the article. Special attention is paid to issues of reports and common tendencies which were found by participants in the field of mutual understanding in journalism.

Key words: understanding in journalism, journalist’s professional culture, networking field, credit, media education.

Руководитель секции профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ *И. Н. Блохин* предложил начать с рассмотрения вопросов, связанных с реальным состоянием журналистики и СМИ в сетевой среде. Ведущий секции отметил, что именно по этой проблематике организаторам поступило самое большое число заявок.

Первый логический блок заседания сформировали интернет-кейсы. В начале присутствующих ознакомили со своими исследовательскими наработками молодые ученые. Студентка Красноярского гос. педагогического ун-та им. В. П. Астафьева *В. Ю. Александрович* в докладе «Видеохостинг YouTube как площадка для развития гражданской журналистики» рассмотрела контент трех интернет-ресурсов как форму проявления гражданской активности. Опираясь на собранный материал, она предприняла попытку выявить роль гражданских инициатив в формировании сетевого контента и особенности их трансляции в медиaprостранство Интернета.

Магистрантка СПбГУ *В. А. Галиуллина* в докладе «Этнополитический дискурс: понимание в Интернете» представила результаты мониторинга интернет-площадки, посвященной проблемам

трудовой миграции в Санкт-Петербурге. Подробно докладчица остановилась на тех особенностях человеческого восприятия, которые используются авторами данной площадки для формирования у аудитории искаженной картины мира.

Предваряя свое выступление на тему «Понимание интернет-ресурса как источника информации на примере stopfake.org», магистрантка СПбГУ В. С. *Староверкина* заметила, что перед знакомством с ресурсом важно понять, кем и для чего он создан. Докладчица также обосновала необходимость подробного изучения активности аудитории в исследованиях, подобных представленному. Завершился доклад постановкой вопроса из сферы профессиональной культуры журналиста — о понимании и восприятии проектов, посвященных опровержению журналистской информации.

Такая постановка вопроса коррелировала с реакцией, которую вызвали у присутствующих упомянутые кейсы, посвященные, что примечательно, ресурсам «противодействия» («СтопХам», «Стоп мигрант», StopFake). Аудиторию особенно заинтересовали проблемы достоверности информации интернет-источников и доверия источникам. Вскрытую проблематику впоследствии дополнили своими наблюдениями и исследованиями старшие коллеги выступивших.

Следующим в ряду интернет-кейсов был доклад аспирантки СПбГУ О. С. *Путинцевой* и аспиранта Челябинского гос. ун-та А. В. *Фатеева* на тему «Реализация принципа понимания на примере интернет-проекта “Петербургский авангард”», который представлял собой осмысление и обобщение профессионального опыта докладчиков. Базовый тезис выступления: «Культура понимания в журналистике должна присутствовать на всех этапах жизни медиа: концепция, производство и использование»; докладчики продемонстрировали способы его реализации. Отдельно авторы остановились на возможных вариантах разрешения противоречий между принципом понимания и практикой использования Интернета в сетевом СМИ.

Языковую культуру понимания затронула магистрантка СПбГУ К. М. *Галия* в докладе на тему «inoСМИ.ru: Особенности речевой репрезентации изобразительного искусства». На эмпирическом

материале, полученном в результате исследования изобразительно-выразительных средств этого интернет-ресурса, докладчица выявила специфические характеристики формирования в Интернете дискурса искусства вообще и изобразительного в частности.

Заведующая кафедрой журналистики и медиаобразования Челябинского гос. ун-та *И. А. Фатеева* переместила фокус внимания присутствующих на проблемы взаимопонимания в медиаобразовании. Ее доклад назывался «Социальные сети как комфортная среда размещения учебных СМИ образовательных учреждений». Исследовательница представила классификацию сетевых проектов в сфере медиаобразования, а также выделила несколько этапов эволюции медиаобразовательных проектов. Как замечает автор, с точки зрения финансовых затрат данная ретроспектива обнаруживает гегелевскую триаду «тезис — антитезис — синтез». Отсутствие затрат на разработку — это не единственное преимущество сетевого медиаобразовательного ресурса, есть и другие. Их автор приводит в своем докладе, называя также и риски. Обобщая сказанное, докладчица предположила, что описанная ею медиаобразовательная практика может способствовать культурному преобразению среды социальных сетей.

Выступление заведующей кафедрой журналистики Северного (Арктического) федерального ун-та *О. В. Третьяковой* дало возможность затронуть другие вопросы, помимо обсуждения интернет-тематики. В своем докладе она описала проблемное поле судебной журналистики в родном Архангельском регионе. Проанализировав жанровую палитру публикаций, автор доклада констатировала практически полную утрату таких жанров, как судебный очерк и судебный репортаж, что привело, по словам ученого, к уголовно-правовому уклону в работе прессы. Контент-анализ газеты «Правда Севера» показал критически малый процент авторских материалов. Рассуждая о причинах «умирания судебной журналистики», автор называет низкий уровень квалификации журналистов, модель односторонней коммуникации, характерную для сегодняшнего российского общества, и информационную вертикаль. *О. В. Третьякова* уверена в необходимости

сти возрождения судебной журналистики на основе глубокого проникновения в проблемы судебной системы и их понимания.

Тележурналист А. М. *Огороднова* в докладе «Когда грубость ведет к успеху: негативная коммуникация в арсенале приемов журналиста» обратилась к неоднозначному явлению, которое имеет прямое отношение к проблемам взаимопонимания в журналистике. По мнению автора доклада, коммуникацию преимущественно рассматривают как путь к консенсусу, но при этом не принимают во внимание модель односторонней коммуникации, широко используемую в качестве профессионального приема в журналистской практике. Намеренной провокацией со стороны докладчицы было описание предосудительных в этическом плане техник, с помощью которых один субъект коммуникации (журналист) получает информацию от другого. Это выступление не могло не поднять полемической волны среди присутствующих на заседании.

На новый уровень обобщения вывели заседание секции старший преподаватель Э. Г. *Громова* и доцент Ю. В. *Клюев* с кафедры телерадиожурналистики СПбГУ, которые сконцентрировали внимание на философии понимания. Выступление ученых на тему «Аспекты взаимопонимания в диалоге на телевидении и радио: ретроспектива и современное состояние» условно разделилось на теоретическую и практическую части.

Отправной точкой для своей части выступления Ю. В. *Клюев* выбрал журналистскую саморефлексию; он подверг теоретическому осмыслению практику телевизионных передач. Исследователь предложил типологию телеведущих, заметив, что ведущий-лидер и ведущий-арбитр содействуют взаимопониманию внутри малой социальной группы телепередачи, а ведущий-наблюдатель, занимающий нейтральную позицию, ведет к расщеплению и дезорганизации программы. Назвав, таким образом, организаторов диалога, докладчик также рассмотрел возможные сценарии диалога и препятствия на пути его развития. Ключевые вопросы взаимопонимания внутри рассматриваемой группы ученый разделил на два блока: измерение взаимопонимания и границы взаимопонимания. Исследование этих блоков привело автора к следующему выводу: взаимопонимание с точки зрения

философии — это органичность мировоззрения участников диалога, сопоставимость идеологий и представлений. Попытаться расшифровать миропонимание другого — в этом и есть предназначение истинного журналиста. Ключи к взаимопониманию в журналистике исследователь видит в созидании ценностей, основанных на традициях, строгом соблюдении этических и моральных норм общения, перманентной демонстрации журналистом готовности к диалогу и др. «Реагировать надо не на человека и его личное поведение, а на социальные резонансы, которые возникают в процессе обмена мнениями», — заключил оратор.

Свою условно практическую часть доклада Э. Г. Громова посвятила проблеме доверия, поднимавшейся и другими участниками заседания. Исследовательница установила связь между пониманием журналиста аудиторией, с одной стороны, и доверием аудитории и репутацией журналиста — с другой, используя исторические примеры из собственной профессиональной практики на Ленинградском телевидении. Одним из способов установления доверительных отношений с аудиторией, по словам докладчицы, служит соблюдение журналистом моральных правил даже в ситуации профессионального выгорания. Общую атмосферу недоверия в обществе исследовательница соотнесла с политической неактивностью граждан и делегированием своих полномочий другим. Стимулировать активность граждан возможно, по убеждению автора, лишь посредством СМИ. Обращаясь к размышлениям Ж.-Ж. Руссо, она заметила, что фундаментальные аспекты доверия являются первичным условием взаимодействия людей в целом. «Журналисты, ваше взаимодействие с аудиторией должно основываться на доверии», — делает вывод и призывает автор доклада.

Старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики СПбГУ Б. В. Лебедева в докладе на тему «Социально-культурные ценности молодой аудитории: сравнительный анализ стран Европы и России» продолжила рассмотрение тех аспектов взаимопонимания, которые были затронуты в предыдущем выступлении. Автор доклада представила результаты собственного исследования предпочтений телевизионных программ, проведенного среди молодых людей в возрасте от 18 до 22 лет. «Рассматриваемое

поколение россиян родилось и росло в условиях переходной экономики и становления новых ценностей в государстве, — отмечает исследовательница, — поэтому так важно помочь им найти основную ценностную базу и понять, как будет выглядеть наше общее будущее». Ожидания молодой аудитории от телевидения связаны с формированием моделей познания бытия, социальных и культурных норм и др. Резюмируя свои наблюдения, автор доклада говорит о влиянии глобализации и развития технологий на культуру восприятия; некоторые культурные ценности в российском обществе пока сохраняют связь с традициями, чего уже нельзя сказать о социальных нормах поведения. В сложившихся обстоятельствах стоит говорить о конфликте дискурсов.

Доцент кафедры социологии журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова *М. Е. Аникина* продолжила движение в направлении, предложенном на пленарном заседании профессором С. Г. Корконосенко: культура понимания в социологической перспективе. В выступлении на тему «Профессиональная культура журналиста: в поисках модальности» исследовательница рассмотрела вопросы организации проведения эмпирических исследований и интерпретации полученных данных. Свои рассуждения автор доклада основывала на опыте, приобретенном в работе над международным проектом «Миры журналистики» и над комплексным социологическим исследованием 2011–2014 гг. (опрос 500 российских журналистов и глубинные интервью с ними). «Рассматривая модальность с философской и лингвистической точек зрения, — обобщает докладчица, — можно сказать, что основная проблема — это сопоставление должного и сущего в представлениях профессионального журналистского сообщества». Исследовательница также отмечает, что спектр ситуаций, в которых обостряется профессиональное сознание и реализуются идеальные модели, очень ограничен. Научному сообществу было предложено рассмотреть культуру понимания отдельных сегментов профессионального сознания и выйти на проблему использования понятий в исследовательском пространстве. «Задачи, которые видятся мне актуальными в этом контексте, — подытожила автор, — это, конечно, унификация понятий и обновление терминологического аппарата».

Выступление аспирантки СПбГУ А. В. *Ненашевой* было посвящено теме «Модель доверия к СМИ: основные компоненты и критерии». Оно стало первым на заседании докладом, полностью посвященным острому вопросу доверия, которого касались другие спикеры. Исследовательницей были перечислены и классифицированы модели доверия к СМИ в разных странах. В докладе устанавливается зависимость базового уровня доверия от того, каковы были доверительные отношения внутри обществе и к СМИ на протяжении какого-то предшествующего периода времени. Рассмотрение уровней доверия и системный подход к проблеме вывели автора на понятие культуры доверия. Так, по утверждению автора доклада, традиционные СМИ в сопоставлении с онлайн-СМИ отмечены большим доверием аудитории вследствие сформировавшейся на протяжении длительного времени культуры доверия.

Продолжая эту тему, доцент кафедры телерадиожурналистики СПбГУ С. Н. *Ильченко* поблагодарил присутствующих за подготовку почвы для выступления «Журналистика источников лжеинформации: кризис доверия в условиях шоу-цивилизации». Исследователь сфокусировал внимание аудитории на острой проблеме лжеисточников информации, приведя ряд злободневных примеров. «Фактически это не информация и не источники, а презентация того или иного, — сопоставляет ученый новостные картины, которые предлагаются различными агрегаторами новостей. — Регулируется не сама информация, а пути к ней. Относительно источников информации в условиях шоу-цивилизации нужно быть очень внимательными и осторожными. Если мы поймем, где, в каких ключевых местах мы можем перехватить информацию, нам станет легче жить». Корень проблемы лжеинформации автор доклада видит в неглубокой проработке источников журналистами. Острота вопроса обусловлена также и нынешней информационной ситуацией в мире, охарактеризованной оратором как «сетцентричная война». Исследователь не ставит под сомнение необходимость активной борьбы со лжеисточниками, а именно раскрытия механизма их функционирования и моральной оценки.

Обсуждение данного доклада послужило началом дискуссии, в которую включились многие участники заседания. Полемика

по сетевой проблематике разгорелась с новой силой, были высказаны сомнения относительно пригодности интернет-среды для стимулирования гражданской активности, подверглись жесткой критике «разоблачительные» сетевые проекты, о которых говорилось в начале заседания, пример из собственной практики взаимодействия с ресурсом «Хватит.Врать» привел С. Н. Ильченко. Дискуссия затронула комплекс проблем медиаобразования. Мнения участников секции сошлись на том, что, по выражению Э. Г. Громовой, «культуру нужно воспитывать с молодых ногтей». На институциональном уровне предложил рассматривать данный вопрос И. Н. Блохин.

Выступлением *И. Н. Блохина* по теме «Методология понимания в научной и журналистской деятельности» завершилось заседание секции. Исследователь представил модель, которая, по его мнению, отражает суть понимания как научного метода в журналистике.

Работа секции «Понимание в профессиональной культуре журналиста» показала, что проблемное поле взаимопонимания в журналистике обширно и разобраться в нем стремится как профессиональное, так и научное сообщество в лице опытных и молодых ученых. Докладчикам удалось осветить различные грани культуры понимания в журналистике, в том числе коммуникативные, нормативные, образовательные, морально-нравственные и др. Центральной темой обсуждения стала проблема доверия, объединившая вопросы журналистской этики, болевые точки отношений в интернет-пространстве, ценностные аспекты журналистского творчества и профессии.

Представляя собственные разработки с позиции культуры понимания, исследователи предложили свежие взгляды на известные проблемы. Общим для участников секции стало взвешенное отношение к сетевому пространству как к среде, которую нужно осмысленно и аккуратно осваивать, в том числе привнося в освоение культурную составляющую. Если резюмировать выводы, к которым пришли участники секции, то культура понимания в журналистике — это то, что нужно сообща созидать, чтобы иметь будущее.

Н. С. Авдонина

Северный (Арктический) федеральный ун-т им. М. В. Ломоносова

ЖУРНАЛИСТИКА СРЕДНЕГО ЗАПАДА: УЧИТЬСЯ И РАБОТАТЬ В МИССУРИ

Настоящая статья — обзор методики преподавания и обучения в американской школе журналистики. Автор рассматривает, как вопрос понимания жизни решается в локальной газете Columbia Daily Tribune и обладательнице восьми Пулитцеровских премий The Kansas City Star. Текст основан на личном опыте автора и интервью с редакторами и журналистами.

Ключевые слова: журналистика США, Университет Миссури, Columbia Daily Tribune, The Kansas City Star.

N. S. Avdonina

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov

MIDWEST JOURNALISM: TEACHING AND WORKING IN MISSOURI

The article presents a brief review of teaching and studying at American schools of journalism, and how a life is understood in a local Columbia Daily Tribune and The Kansas City Star. The piece initially was written as non-academic as it is based on personal author's experience and interviews with editors and journalists.

Key words: American journalism, University of Missouri, Columbia Daily Tribune, The Kansas-City Star.

Что значит быть студентом-журналистом американского университета, я узнала, проведя осенний семестр 2014 г. в Школе журналистики Университета Миссури. Основная цель стажиров-

ки заключалась в написании syllabus, или рабочей программы, которая за исключением языка и незначительных формальных различий похожа на знакомый российским преподавателям УМКД. Syllabus — это контракт между преподавателем и студентом. Первая неделя каждого семестра начинается с вводных лекций — презентации syllabus, перечисления тем предстоящих занятий, обязательных заданий и списка литературы, обсуждения итогового проекта и политики оценивания.

Я могла посещать два курса и выбрала «Глобальный журналист» и «Историю СМИ» (движение за гражданские права), не похожие друг на друга, один — практико-ориентированный, другой — теоретический, исторический. Посещая всего лишь два предмета против десяти в семестр в родном вузе, я едва успевала читать к каждому занятию по главе из трех-четырёх книг, писать еженедельно новости на заданную тему и эссе по прочитанным текстам, вести журнал-обзор новостей за неделю (по «Истории»), работать в команде над радиопрограммой (искать информацию по теме, гостей, проводить и расшифровывать интервью). В среднем студенты записываются на три-четыре (четыре скорее исключение) курса, и у них совсем не остается свободного времени. Студенты-журналисты обычно сотрудничают с местной университетской газетой *The Columbia Missourian*, полноценным городским изданием, или дежурят на местных ТВ и радио в зависимости от специальности.

Курс «Глобальный журналист» я посещала два раза в неделю. Помимо практических занятий были семинары — обсуждение прочитанных книг и статей о мировых проблемах, были также и встречи с репортерами или исследователями.

Еще больше контекстных знаний студенты получали на лекциях по «Истории СМИ». Осенью штат Миссури попал в топ новостей — в августе в Фергюсоне полицейский *Даррен Уилсон* застрелил 18-летнего чернокожего *Майкла Брауна*. Когда в ноябре большое жюри решило, что недостаточно доказательств для уголовного преследования полицейского, протесты охватили Соединенные Штаты. Преподаватель нередко обращался к случаю в Фергюсоне, демонстрируя, что журналисты не рассматривали

историю в контексте — одним из элементов текста наравне с конфликтом и несколькими источниками («голосами»). Когда журналист увязывает прошлое с настоящим, он не только проявляет эрудицию, но и показывает, как решалась подобная проблема ранее и как ее решение связано с настоящими условиями.

Студент-журналист университета Миссури учится брать интервью и правильно расшифровывать, находить и проверять информацию, использовать мультимедийные инструменты и работать в команде, анализировать академические тексты в трехстраничных эссе и писать оригинальные исследования максимум на 20 страниц.

На лето журналисты попадают в мир большой журналистики — обычно проходят оплачиваемую стажировку. Что ждет студента в реальной редакции? Тот же стресс, те же интервью в шесть утра и бесконечные расшифровки, те же pitches (аннотации текста) и поиски правильных героев, те же дедлайны и Sunshine Law — так в Америке называется закон, регламентирующий процесс подачи запроса и содержащий исключения в предоставлении информации.

Columbia Daily Tribune: «самая столичная локальная газета Америки». The Tribune, одна из двухсот оставшихся в США фамильных ежедневных газет, выходит в университетском городке Колумбия тиражом 20000 экземпляров. The Tribune — локальная газета, а значит, основное содержание отводится под местные новости; для тех читателей, кто хочет получать все и сразу, специальный редактор отбирает наиболее интересные и актуальные национальные и международные новости. Самой столичной локальной газетой в стране The Tribune назвал *Юджин Робертс*, ответственный редактор The Philadelphia Inquirer.

Джим Робертсон, ответственный редактор с 27-летним стажем, говорит, что убийство в Колумбии по-прежнему новость первой полосы. Если в Нью-Йорке преступления происходят ежедневно, то в Колумбии убийства совершаются три, четыре, шесть раз в год и являются большой редкостью. Главный принцип при отборе событий, которого придерживаются в The Tribune, — не исказить действительность. Можно поднять тиражи газеты за

счет «кровавых» новостей, но это не будет отражать реальной жизни в Колумбии.

В The Tribune не делают больших мультимедийных материалов, не снимают новостные видео, вместо этого, зная любовь американцев к спорту, особенно футболу, спортивный редактор и журналист ведут еженедельный 10-15-минутный видеоблог о футбольных, волейбольных или баскетбольных матчах.

Аккаунты в социальных сетях — давно уже не развлечение. В The Tribune придерживаются собственной стратегии публикаций в Facebook и Twitter. На Facebook аналитика появляется после пяти вечера — люди охотнее читают большие статьи вечером, Twitter обновляется каждые два часа, срочные новости выкладываются немедленно. Как говорит *Джим Робертсон*, слухи и непроверенная информация никогда не появятся в редакционных официальных аккаунтах.

В The Tribune журналисты говорят: «плавать и тонуть вместе с сообществом». Это — не девиз, но отражает реальность любой локальной газеты, особенно в Америке, где ни одно издание не получает никакой государственной поддержки. «Плавать и тонуть» означает: развивается город, развивается и газета, а значит, обеспечено количество рекламы, достаточной для покрытия расходов и получения доходов. Реальность сегодня такова, что все меньше людей охотно отрывают бизнес в маленьких городах; что может спасти газету, как считает *Дуг Крюс*, директор Ассоциации газет Миссури, так это — естественная жажда новостей. В The Tribune не придумывают новости, но укрепляют связь с сообществом и, следовательно, подогревают внимание к новостям колонками о городском волонтерском движении. Газета и сама устраивает волонтерские акции: собирает рождественские подарки, одежду и еду для семей с низкими доходами.

Быть сторожевым псом демократии — эту фразу заучивают все студенты-журналисты. The Tribune придерживается этой традиции: газета внимательно следит за деятельностью местных властей, периодически проводит затратные по времени и финансам расследования, которые не всегда заканчиваются успешно. Специализация корреспондента *Эшли Джост* — высшее обра-

зование в Колумбии. С января, когда она начала работать в газете, редакция потратила 800 долларов на копии официальных документов. Подспорьем и одновременно препятствием является Missouri Sunshine Law, принятый в 1973 г.

В законе перечислены 23 исключения из порядка предоставления информации. Чаще всего университеты ссылаются на неприкосновенность личной жизни. При проведении расследований много времени занимает ожидание ответа на запросы — федеральные ведомства только через двадцать дней сообщают, что получили запрос, следующие два с половиной месяца могут уйти на сам ответ. Местные органы власти должны отвечать на запрос в течение трех рабочих дней, срок может быть увеличен, о чем уведомляют редакцию, и ей остается только ждать.

Качества, которые приобретает студент-журналист, работая в импровизированных университетских редакциях или сотрудничая со студенческими СМИ, а именно: опыт, любопытство, умение брать интервью, не бояться разговаривать с людьми, репортерские навыки и хороший стиль — все это востребовано в *The Tribune*.

Редактор *Мэтт Сандерс* перечислил элементы материала, который может быть опубликован в газете: несколько ссылок (источников), конфликт (сложная ситуация), проверенные факты, фотографии, сильный лид и хороший стиль, ответы на очевидные вопросы.

The Kansas City Star: традиционная журналистика Среднего Запада. На вопрос, чем журналистика Среднего Запада, Миссури в частности, отличается от журналистики других штатов, *Дуг Крюс* ответил, что все проблемы, с которыми сталкивается одна газета, пусть даже локальная, обязательно со временем станут бедствием для всех американских СМИ. *Дуг* назвал более чем хорошей работой освещение в *The Star* победы канзасской бейсбольной команды *Royals*, которая впервые за последние 29 лет попала в плей-офф. Газета даже печатала дополнительные выпуски, настолько люди нуждались в новостях, ощущали гордость и принадлежность к сообществу.

The Star была основана в 1880 г. *Уильямом Нельсоном* и *Самуэлем Морссом*. Газета, как и многие крупные издания, переживает падение тиражей, вводит подписку на электронную версию

и ограничивает количество бесплатных материалов на сайте. Журналисты ведут блоги, газета имеет официальные аккаунты в социальных сетях, за обновление которых ответственен общест-венный редактор *Дерек Донован*. По его словам, в *The Star* се-рьезная редакционная культура. Если на официальной странице в Facebook газета начнет публиковать тривиальные вещи, акка-унт быстро станет популярным, наберет лайков и кликов, но, как считает *Дерек*, газета может потерять доверие читателей, кото-рые со временем устанут от банальной информации.

Эрик Адлер, обладатель национальных и местных профессио-нальных премий, работает в *The Kansas City Star* с 1985 г., после шести лет волонтерской работы в скорой помощи, трех лет лабо-раторных исследований в фармацевтической компании и трех-месячной ночной работы журналистом широкого профиля в *The Omaha World-Herald*. *Эрик* получил степень бакалавра по физио-логии и зоологии, а работая в скорой помощи, определился в выборе журналистской профессии и затем получил степень ма-гистра в Высшей школе журналистики Колумбийского универси-тета в Нью-Йорке. В *The Star* он начинал как научный журналист, в дальнейшем стал работать в жанре feature (*Эрик* называет его *enterprising journalism*, то есть журналистика вечных тем).

В декабре 2013 г. он опубликовал очерк о 61-летней американке, оказавшейся перед выбором — помещать ли (и когда?) мужа, у ко-торого обнаружили болезнь Альцгеймера, в медицинский центр? Над материалом *Эрик Адлер* в паре с фотографом работал три ме-сяца — именно столько времени потребовалось женщине для при-нятия решения. Очерк имел объяснительную ценность: материал из четырех частей содержал опыт и знания, которые могли помочь читателям, столкнувшимся с той же дилеммой. Вникая в пробле-му, *Эрик* общался с героиней, ее мужем, его мамой, соседями и докторами, собирал данные и читал документы: изначально не новостная история обретала черты расследования — журналист касался экономических, политических и медицинских аспектов.

На поиски героя у *Эрика* уходит неделя-две. Проблема не столько в том, чтобы найти человека, чей близкий страдает от болезни или проходит сложный этап в жизни, сколько в том, что-

бы найти того, кто решится впустить в свою жизнь посторонних, не только журналиста и фотографа, но и многотысячную аудиторию незнакомцев. *Эрик* пишет о людях, переживающих тяжелые или драматические события. История может получиться только в том случае, если она имеет значение для самого человека. Ставки должны быть высоки, говорит *Эрик*, и такими ставками могут быть жизнь и смерть — буквально или образно.

Он предпочитает телефонные интервью, во время которых герой чувствует себя в безопасности, он или она дома и может продолжать заниматься рутинными делами, вести себя естественно и при этом часами разговаривать с журналистом. Пока корреспондент не получит достаточно информации о личности героя, его детстве, отношениях с детьми и родителями, тревогах и страхах, он не просит о личной встрече.

Доверие нужно заработать, считает журналист, и его валюта — это вопросы, иногда уточняющие: «Правильно ли я понимаю? Правильно ли я слышу?». Некоторые герои говорят «Да, да, да, это в точности то, что я чувствую» или «Отчасти, не совсем». Тогда *Адлер* просит их остановиться и объяснить. Если люди знают, что их понимают, они больше доверяют. Случается, его самого спрашивают «Что вы думаете?», и он может думать совершенно противоположное. «Я отвечаю, но это и не ответ. “Что я думаю — неважно, но я скажу тебе вот что: я знаю людей, которые считают так же, как и ты”. И тогда они: “О, верно, они тоже так думают!” Они не хотят знать, что я думаю на самом деле, они хотят знать, что то, что они думают, — правильно, даже если это ужасные и страшные вещи, если это — расизм, сексизм или что-то классовое», — говорит *Эрик*.

Он называет себя заинтересованным наблюдателем, свидетелем. «Моя работа — рассказать твою историю, она не обо мне, не о том, что я чувствую или думаю, не о моем мнении или о том, что, как я полагаю, есть правильно или неправильно. Я здесь, чтобы рассказать твою историю настолько честно и объективно, насколько могу», — говорит *Эрик* и добавляет, что «честно и объективно» совсем не значит холодно и отстраненно. Это значит рассказать правду о том, что происходит. Иногда он общается с людьми, совершившими преступления, но не его задача выно-

силь приговор: смотрите, вот — антигерой. Но если люди нарушают закон, журналист так об этом и пишет. Только сам читатель может судить героя публикации.

Эрик Адлер постоянно использует метафоры, один раз он сравнил журналистику с театром. Журналист не пишет пьесу, не придумывает диалоги, он наблюдает, смотрит постановку и описывает то, что происходит на сцене, под и над ней, за кулисами, описывает, что думает режиссер, но он не в составе актеров, он не играет, он — всегда зритель.

В. Ю. Александрович

Красноярский гос. педагогический ун-т им. В. П. Астафьева

ВИДЕОХОСТИНГ YOUTUBE КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

В статье анализируется видеохостинг YouTube, с помощью которого можно снимать и выкладывать видео, находить единомышленников и поддержку для решения различных проблем. Многие молодые люди видят возможность реализовать себя в волонтерстве, помощи другим, альтруизме.

Ключевые слова: видеохостинг, гражданская журналистика, социальные СМИ, Интернет, политическое сознание.

V. Y. Alexandrovich

Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astaf'ev

YOUTUBE FOR THE DEVELOPMENT OF CITIZEN JOURNALISM

The article discusses YouTube which allows you to shoot and share videos on the acute problems, to find like-minded people and support

in the problems solution. Many young people see the opportunity to realize themselves in volunteering, helping others, altruism.

Key words: YouTube, Internet, citizen journalism, social media, blogs, political activity.

Средства массовой информации, функционирующие в Интернете, как и сетевые ресурсы различных общественных организаций, авторские web-проекты, предоставляют гражданам возможность обозначить личные или коллективные инициативы, артикулировать имеющиеся проблемы, найти единомышленников и объединиться для решения задач. Наличие обратной связи, дополнительных сервисов на сайтах, оперативность, доступность, безусловно, являются факторами, способствующими тому, что YouTube как интернет-СМИ развивается в качестве необходимого ресурса для эффективного построения гражданского общества.

Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена:

1) наличием в Интернете постоянной практики выдвижения гражданских инициатив, затрагивающих все сферы жизни и направленных на решение каких-либо проблем современности;

2) характерными тенденциями в развитии web-проектов, в том числе являющихся виртуальным представительством неправительственных и некоммерческих организаций и общественных лидеров;

3) формированием гражданской журналистики в Интернете.

Тема предполагает комплексное изучение современных тенденций в области выдвижения гражданских инициатив и роли интернет-СМИ. Объектом нашего исследования являются видеохостинг YouTube и видеоканалы некоммерческих организаций «СтопХам», «СтопЖлоб», «Хрюши Против». Предметом исследования стали тенденции развития и новые формы гражданской сетевой активности, деятельность гражданских акторов в медиaprостранстве Интернета.

Наша цель заключается в том, чтобы на материале сетевых ресурсов исследовать роль гражданских инициатив в современной России, выявить особенности их трансляции в медиапространстве Интернета на примере YouTube.

Основные предпосылки исследования.

1. В условиях монополизации отечественных СМИ властными структурами и бизнесом особое развитие гражданские инициативы получают в Интернете, воплощением чего и являются выступления граждан в блогах и создание видеоканалов.

2. Сеть демонстрирует массу примеров воплощения гражданских инициатив (от флэшмобов до масштабных мероприятий), имеющих целью донести до общества и власти позицию или взгляд на какую-либо проблему и предложения по ее решению.

3. Сегодня очевидно нежелание властей использовать потенциал гражданской активности. Проекты, призванные ее стимулировать (из числа создаваемых сверху), носят популистский характер, вместе с тем и попытки общества завязать диалог с властью остаются пока недостаточно эффективными (примером является молодежное движение «Наши», созданное в 2005 г. администрацией Президента РФ, из которого позже из-за недостаточного интереса власти к дальнейшему развитию этого движения в 2009 и 2010 гг. выделились в отдельные структуры движения «СтопХам» и «Хрюши Против»).

4. Источником гражданских инициатив в Интернете чаще всего выступают отдельные активисты и общественные объединения, сетевые издания ориентированы скорее на трансляцию частных инициатив.

5. Традиционные медиа нередко игнорируют случаи протестного всплеска гражданской активности, освещение подобных явлений — прерогатива сетевых изданий.

6. Интерактивные сервисы web-ресурсов являются определяющим фактором, позволяющим сетевым медиа функционировать и развиваться как эффективному элементу гражданского общества.

7. В медиaprостранстве Интернета гражданские акторы стремятся оказать на собеседника такое воздействие, которое могло бы побудить его совершать определенные поступки.

В последнее время в связи со стремительным ростом популярности социальных сетей и Интернета в целом YouTube является крупнейшим пользовательским онлайн-видеохостингом, с помощью которого пользователи могут делиться видеоконтентом, публикуя, рекомендуя его, пересылая ссылки в социальных сетях. Так же с помощью YouTube можно создавать собственный видеоконтент. YouTube позволяет не только загружать собственное видео, делиться контентом, но и подписываться на видеоканалы и взаимодействовать с другими пользователями путем обмена текстовой информацией через комментарии, быть в контакте с большим количеством людей, которых интересуют сходные проблемы. Именно это делает YouTube подходящим для анализа, так как этот сайт включает в себя разный по типам контент и является наглядным и развлекательным, что важно для пользователей Интернета.

Согласно статистике, каждую минуту на YouTube загружается более 48 часов видео, а каждый день осуществляется более 3 млрд просмотров. YouTube легко синхронизируется с наиболее популярными социальными сетями (Facebook, Вконтакте, Twitter, Google+), способствуя дальнейшему распространению информации. Практически 12 млн пользователей связывают свой аккаунт в YouTube, по крайней мере, с одной социальной сетью, чтобы автоматически делиться видео. Именно поэтому YouTube использует коммуникацию «от-пользователя-к-пользователю», которая является одной из его ключевых особенностей в сравнении с другими сайтами. Коммуникация между аудиторией и провайдером информации становится по-настоящему двусторонней, чего и ищут современные молодые люди. Таким образом, YouTube является представителем нового класса социальных сетей, которые облегчают косвенную социализацию. Парадигма социальных сетей изменяется, социальный аспект теперь включает в себя взаимодействие «пользователь-контент-пользователь» в дополнение к традиционному взаимодействию «пользователь-поль-

зователь». Такие движимые контентом социальные сети, как YouTube, создают новую социальную динамику и играют особую роль в распространении информации. Именно поэтому темой данного исследования была выбрана активность гражданской журналистики на примере роликов YouTube.

Революционное значение гражданской журналистики в социальных медиа выразилось в том, что пользователям Интернета предоставляется возможность под собственными именами легко и быстро публиковать свои сюжеты. Социальные медиа предлагают своей аудитории (которая во многом разочарована в традиционных СМИ) принципиально новые механизмы интерактивного участия и взаимодействия, определяющие новый этап в развитии гражданской журналистики. Больше не требуется работать на телевидении, чтобы записать собственное видео и представить его на всеобщее обозрение на YouTube, не обязательно иметь определенные знания и даже талант, сегодня Интернет открыл широкие возможности для всех.

«СтопХам» — это некоммерческая организация. Основная цель этого общественного объединения — борьба с нарушением правил дорожного движения и пренебрежением к окружающим со стороны его участников: парковкой в неположенном месте, самозахватом городской земли для парковок, использованием тротуаров для передвижения на автомобиле и т. п. Участники акции ищут неправильно припаркованные автомобили, создающие помехи для окружающих, и при наличии в автомобиле водителя обращаются к нему с просьбой перепарковать автомобиль в соответствии с ПДД. В случае отказа либо при отсутствии водителя на лобовое стекло автомобиля с пассажирской стороны приклеивается круглая наклейка с текстом «Мне плевать на всех, паркуюсь где хочу». Процесс, нередко сопровождающийся со стороны водителей оскорблениями и попытками подражаться, снимается на телефоны или камеры, после чего активисты проекта монтируют видеоролики, которые выкладывают на YouTube.

«СтопХам» — это уникальный проект, который вырос от гражданской кампании по борьбе с хамством на дороге до всероссийского проекта воспитания в молодежи таких качеств как патрио-

тизм, лидерство, честность, вежливость, коллективизм и многих других. Последователи движения имеются не только в целом ряде городов России, но также на Украине и в Молдавии. Наиболее популярным видеоканалом движения стал канал «СтопХам» (на данный момент на сервисе YouTube он имеет около 2300000 подписчиков). В категории «Авто и транспорт» это второй канал в мире сервиса YouTube по числу подписчиков и первый по динамике прироста аудитории. Видео за два года работы канала посмотрело свыше 180 млн человек. В 2014 г. руководитель проекта «СтопХам» *Дмитрий Чугунов* был избран членом Общественной палаты РФ, получив 21883 голоса в интернет-голосовании. В 2013 г. по программе президентских грантов «СтопХам» на свою деятельность получил 4 млн рублей. Одним из основных источников доходов являются поступления от программы монетизации (вознаграждения авторам видеозаписей).

«СтопХам live» занимается помощью людям, которые не находят поддержки у властей или правоохранительных органов. Последнее дело было связано с несанкционированным сносом гаражей, принадлежащих пенсионерам в Тимирязевском районе Москвы. Благодаря активистам «СтопХам» снос гаражей остановлен до решения суда.

«СтопЖлоб» — проект, созданный активистом движения «СтопХам» *Оксаной Митрофановой*, который борется с жлобством и хамством людей, не оплачивающих платные парковочные места в центре Москвы.

«ХрюшиПротив» — это тоже некоммерческая организация, которая называет своей гражданской целью общественную борьбу с недоброкачественным обслуживанием в магазинах. Переодетые в розовые костюмы больших свиней активисты движения периодически проводят в супермаркетах и на рынках рейды, направленные на выявление нарушений, привлечение к ним внимания общественности и последующее их устранение. Смысл костюмов свиней, от которых и пошло название движения, со слов участников, такой: «Если директор магазина относится к нам, как к свиньям, то и приходиться к нему должны свиньи». Под нарушениями, из-за которых «Хрюши» проводят свои рейды, подразумеваются:

наличие на прилавках супермаркета (то есть доступных для покупки) продуктов с истекшим сроком годности; обвес покупателя, то есть неправильное информирование покупателя о весе приобретаемого им продукта и, как следствие, цене данного продукта. Перед каждым рейдом в магазине, на который поступают жалобы от потребителей, тайными покупателями совершается три покупки просроченных товаров, после чего организуется рейд в магазин. Каждая акция снимается на видео и размещается на YouTube.

Организация разработала приложение для смартфонов, которое позволяет писать жалобы на нарушения прямо в супермаркете или на рынке. Для этого нужно сфотографировать и описать предмет нарушения, а приложение само отправит обращение в Роспотребнадзор. Волонтеры «ХрюшиПротив» не только привлекли внимание к проблеме просроченных продуктов на прилавках магазинов страны, но и придумали способ ее решения: акцию по бесплатному обмену просроченных продуктов на свежие. Уже 15 торговых сетей проводят ее бессрочно на территории всей страны. В 2013 г. по программе президентских грантов «ХрюшиПротив» получили на свою деятельность из государственного бюджета 5 млн рублей. В 2014 г. комиссар движения *Евгения Сморчкова* участвовала в выборах в Общественную палату РФ, но в состав палаты не прошла.

Таким образом, в связи с возможностью снимать и выкладывать видео, находить единомышленников и поддержку для решения проблем многие молодые люди могут реализовать свои потребности в помощи другим людям. Некоммерческие движения «СтопХам» и «ХрюшиПротив» своим примером доказывают, что с помощью видеоканала на YouTube можно действительно повлиять на проблемные ситуации, которые, зачастую из-за безразличия властей, кажутся неразрешимыми.

Литература

1. *Gueorguieva, V.* Voters, MySpace and YouTube: The impact of alternative communication channels. In: C. Panagopoulos (ed.). *Politicking Online: The Transformation of Election Campaign Communications*. New Brunswick, 2009.
2. *Winograd, M., Hais, M. D.* Millennial Makeover: MySpace, YouTube, and the Future of American Politics. New Brunswick, 2008.

Д. Д. Базанова, А. Н. Гришанина
С.-Петербургский гос. ун-т

ДУХОВНЫЕ ЛИДЕРЫ НА ТЕЛЕЭКРАНЕ: НОВЫЕ СТРАТЕГИИ ВЗАИМОПОНИМАНИЯ

В статье предпринимается попытка определить роль духовного лидерства в системе социальных ценностей современного общества, проанализировать роль СМИ, других медиаресурсов в истолковании понятия «лидер», исследуются аспекты профессиональной культуры в понимании своего героя на телеэкране, в частности на канале «Культура».

Ключевые слова: духовный лидер, культура понимания, взаимопонимание, система ценностей.

D. D. Bazanova, A. N. Grishanina
St. Petersburg State University

SPIRITUAL LEADERS ON A TV SCREEN: NEW STRATEGY OF MUTUAL UNDERSTANDING

The article is an attempt to determine a role of spiritual leadership in a system of social values of the modern society, to analyze the role of media in interpretation of the notion “leader”, and to consider different aspects of the professional culture in understanding of the hero on television screen in particular on “Culture” channel.

Key words: spiritual leader, culture of understanding, system of values.

Кого мы сегодня называем духовным лидером? Существуют ли таковые в современном обществе? Достаточно ли исторических примеров для духовного развития человека XXI века или требу-

ются новые ресурсы? Эти вопросы все чаще становятся темой обсуждения в медиасреде. В Интернете ставится на голосование ситуация с духовным лидерством: «Духовный лидер — кто это? Что он должен делать как духовный лидер? Кого вы лично считаете своим духовным лидером?».

Ответы — эмоциональные, неоднозначные, равнодушные:

«Я бы хотела, чтобы духовными лидерами стали священники»;

«...лидер — вожак. Не всем охота быть в стае»;

«Для меня сейчас актуальна свобода, поэтому на данный момент моими духовными лидерами являются наши писатели В. Короткевич, В. Быков, а также Д. Лихачев, А. Сахаров...»;

«Я слишком свободен внешне и внутренне, чтобы иметь кого-то в духовных лидерах. Да и зарплата не та, чтобы поклоняться и спрашивать у какого-то духовника, как жить дальше»;

«...для нормальных людей — величайшие духовные лидеры — это их предки — отец-дед-прадед — и так далее вниз по древу» [4].

Обращение к поиску современного лидера определяется и сложным качественным преобразованием общественных отношений в XXI в. Современное общество характеризуется модернизацией, трансформацией, информатизацией, глобализацией, инновационными преобразованиями во всех сферах жизни. У России своя особенность этих преобразований: участвуя в решении мировых проблем, она вынуждена решать внутренние задачи коренных изменений, в том числе и задачи поиска ведущих личностей в процессе духовного развития общества.

Журналистика принимает в этом поиске активное участие, что, как правило, выражается в трансляции картины общественного духовного подъема (или спада, безразличия) и изображении личности современника. Меняется человек, меняется и представление о нем. В последнее время наметились типичные подходы к изображению человека: человек как публичная персона, как воплощенная сенсация, как медийный (моделируемый) персонаж. Люди, претендующие на роль лидеров в обществе (артисты, «звезды», олигархи) или же являющиеся таковыми (управленцы, государственные деятели, ученые и писатели, общественные деятели и др.), могут появиться в СМИ в каждом из

названных качеств. Для исследователя представляют интерес как сами портреты лидера-героя (какой он на сегодняшний момент), так и наиболее эффективные профессиональные технологии (как изобразить лидера).

О лидерах в медиасреде говорят много, о духовных — намного меньше. Слишком большая ответственность назвать человека таковым. В эпоху социальных изменений, когда трансформируются устойчивые смысловые структуры жизненного мира, традиционные ориентиры и ценностные системы, поиск субъектов, способных взять на себя лидирующую функцию, становится актуальной и востребованной программой социокультурного развития. «Почитание великого, событийного, выдающегося из повседневности жизненных обстоятельств генетически вплетается в систему мировосприятия человека. Философы обращаются к Идее Ведущего, определяющего ориентиры общественного движения, указующего путь человечеству и раскрывающего смыслы, находят его в образах Прометея, Моисея, Христа, Магомета; тема героического в истории возникает как в моменты духовного напряжения, так и в периоды стагнации, ожидание мессии становится одной из центральных идей религиозно-философской мысли» [2].

Понятие лидерства чаще всего соотносится по смыслу с понятием «руководство», в духовной же сфере лидирующий человек приближается к наставнику, учителю. В средствах массовой информации чаще всего речь идет о духовном просвещении, иногда воспитании или отсутствии таковых. Лидер в понимании нашего современника выступает как человек, руководящий каким-либо процессом, а лидерство как процесс, основанный на силе личного воздействия и применении власти различной формы и происхождения. В общих чертах выделяют три признака лидерства: личное воздействие на кого-либо, организация продуктивного взаимодействия между людьми и признание такой власти.

Лидеры — это отдельные личности, и изучение человека с лидерскими качествами было интересно журналисту во все времена. Как правило, духовный лидер влияет на поведение других людей не столько в собственных интересах, сколько в интересах

страны, общества, коллектива. Таким образом, у духовных лидеров появляются последователи, ученики, также способные оказывать влияние на людей. Процесс передачи знаний, умений, воспитание гражданской позиции, формирование мировоззрения и ценностных идеалов входит в круг вопросов, освещаемых СМИ при рассмотрении лидерства. Любой лидер должен иметь определенную цель, быть новатором в своем обществе, а его цели, как правило, обретают публичную поддержку. Цели бывают разные, однако они определяют приоритеты развития данного общества (национальная идея, спасение человечества, обеспечение безопасности, победа над голодом, болезнью и смертью и многие другие).

В медиапространстве (СМИ, книги, фильмы, статьи, колумнистка, блоги, реклама) духовных лидеров современности с конкретными именами и фамилиями встретишь нечасто, значительно чаще обсуждается вопрос становления такого лидера и его личностных качеств. В 2009 г. доктор культурологии *Л. Б. Зубанова* провела социологическое исследование отношения населения к проблеме поиска духовных лидеров в стране. Как показал опрос, только 26% населения считают, что сегодня в России есть духовные лидеры с новой системой ценностей; 45% населения отвечают на этот вопрос отрицательно; 57% полагают, что духовное лидерство более всего возможно в политике; 30% хотели бы видеть лидером человека из своего повседневного окружения, который поражает своей необычностью; 27% выступают за лидерство людей науки, экспертов и аналитиков. За общую для всех граждан идеологию выступают 54%, что очень важно для нашего анализа. 90% опрошенных говорят о том, что в России не существует понятной им и доступной идеологии.

Одной из чаще всего просматриваемых в Сети книг на эту тему стала работа *Ульфы Экмана* «Духовный лидер», в которой он пишет, что «двадцать первый век для лидеров — это век беспрецедентных возможностей и в то же самое время век невиданных прежде вызовов. Цифровой характер двадцать первого века способствовал росту ожиданий, а технологический прогресс сделал общение одновременно благословением и проклятием» [5].

При некоторой наивности рассуждения исследователя отражают общую картину интереса общественности к духовному лидеру. Она, на наш взгляд, заключается в обращении к историческому опыту, применению его в современных условиях, скажем, к толкованию Библии или Корана, а также к идее о том, что лидера может воспитать в себе каждый. Характерно, что последняя идея широко обсуждается в средствах массовой информации на уровне предложения конкретных технологических шагов и приемов.

Вторя *Экману*, медийный мир в какой-то степени «упрощает» лидеров. Динамика развития коммуникационных возможностей общества меняет и формы отображения духовности: «раньше люди писали письма своим лидерам и неделями ждали ответа. Это давало возможность лидерам предыдущих поколений обдумать свои решения, обсудить их. Сегодня, когда в нашем арсенале появились электронная почта и мобильные телефоны, такой возможности нет. От лидеров ждут незамедлительного ответа» [5].

Средства массовой информации обращаются к людям, способным повести за собой и предложить выходы из сложных ситуаций. Такие личности внимательны к проблемным ситуациям, умеют взаимодействовать и находят понимание, стремятся к структурированию ситуации, призывают человечество к продуктивной совместной деятельности (в отличие от политического лидера духовный лидер не обещает преобразовать мир самостоятельно и быстро). Духовные лидеры чувствительны к восприятию изменений, и, несомненно, человек с чертами духовного лидера имеет богатый внутренний мир и опыт переживания сложных ситуаций. Все это делает востребованным обращение к таким личностям, рассказы о них и интервью с ними.

Хорошим способом показать человека прогрессивного является интервью как метод и как жанр в средствах массовой информации. Телевизионное интервью — самый яркий тому пример. На ТВ нарабатываются определенные коммуникативные стратегии ведения интервью с состоявшимся человеком, которые помогают зрителю узнавать не только личность самого лидера, но его идеи, жизненный путь, учение и т. д.

Телевизионное и сетевое пространство России за последние годы пополнилось позитивными ресурсами духовно-нравственного содержания. С 2005 г. существует телеканал «Спас», миссия которого заключается в формировании мировоззрения и системы нравственных координат, необходимых для эффективного развития государства. Более десяти лет работает телеканал «Союз», который, по утверждению руководства, является православным по духу, но не чисто религиозным по содержанию СМИ. Это позитивное телевидение, основанное на традиционных нравственных ценностях и традициях отечественной истории и культуры. Телевизионные интервью на этих каналах строятся на интересе зрителей к патриотической, исторической, религиозно-философской, культурной, краеведческой тематике, за годы трансляции сформировалась определенная коммуникативная стратегия журналистов, ведущих и их героев.

Коммуникативная стратегия — это обобщенная согласованная линия поведения, в которой чередование или сочетание вербальных и невербальных средств используется для достижения цели субъекта коммуникации. Сочетание этих средств зависит от ситуации общения. Успех интервью во многом зависит от невербальных умений и находок ведущего. Журналист, задавая вопросы, предвосхищает то, что хотели бы спросить телезрители. Важно найти пути понимания, доверия и приязни, взаимоуважения ведущего и интервьюируемого. Здесь психологически нужно не только познакомить аудиторию с человеком, но и установить теплые взаимоотношения.

В этом плане интересны новые коммуникативные стратегии ведущих телеканала «Культура». Миссия телеканала — просветительство, его программная политика направлена на полное и всестороннее освещение событий современного общественно-культурного процесса в сочетании с постоянным вниманием к истории мировой и отечественной культуры, научному прогрессу, к судьбам и творческим биографиям выдающихся людей, духовному наследию разных стран и народов, но прежде всего России. Среди передач выделяются новаторским и вместе с тем бережным отношением к телегероям проекты «Белая студия» и

«Правила жизни». Дизайн студии намеренно скуп по визуальному оформлению, даже несколько аскетичен. Во всем присутствует минимализм: в цвете, свете, внешнем облике ведущих. В фокусе внимания — человек.

Ведущая программы «Белая студия» *Дарья Спиридонова* беседует с представителями культурной элиты. Студия телевизионной программы представляет собой белый холл и белые стены («простыни»). «Гостю программы абсолютно не за что “зацепиться”»; очень точно, по-актерски «Белую студию» почувствовал *Сергей Маковецкий*. Войдя в это беспощадно голое пространство, он сказал: «Негде спрятаться» [1].

Ведущая говорит, что она строит не стандартное интервью типа «вопрос — ответ», а обстоятельную беседу, участники которой обмениваются суждениями о важных для них вещах, и в результате у обоих вырабатывается какое-то новое знание. Ведущий здесь не обычный интервьюер, а равноправный собеседник, и атмосфера разговора определяется как студийно-салонная. Несомненно, приглашенные в студию — люди известные и способные убеждать своим талантом в необходимости преобразования мира: «мы приглашаем в студию людей, уже ярко себя проявивших, получивших общественное признание. А также тех, кто в своем виде искусства совершил какое-нибудь открытие. Взять того же *Дениса Мацуева*. Он привнес в пианизм энергию легкости. Да, примерно с такой же легкостью, радостностью играл Горовиц... Он как будто берет человека за руку и говорит: послушай!» [1].

Человек, который в своей жизни высказывает много глубоких мыслей, по мнению ведущей, является трудным собеседником; из его мыслей уже создан своеобразный банк, и к этому банку он обращается. Таким собеседником оказался *Андрей Кончаловский*: «Он невероятно интересный человек, и мне очень хотелось с ним пообщаться. Он из тех, кто даже на вопрос “который час?” может ответить блистательным афоризмом. Но мне хотелось увлечь его каким-то новым для него поворотом, увидеть, как рождаются его интересные мысли» [1].

Осмысление происходящего и неспешное усвоение предлагаемых правил жизненного комфорта — физического и ду-

ховного — проявляется в организации пространства и ведения диалога передачи «Правила жизни» с *Алексеем Бегаком*. Поведение и этикет, отношения и мораль, этика и эстетика, культура и история — все это присутствует в проекте, в студии которого ведущий дискутирует с социологами, антропологами, культурологами и историками. На первый взгляд, передача ничего общего не имеет с обсуждаемой темой духовного лидерства. Однако, анализируя выпуски, приходишь к выводу, что приглашенные в студию гости — люди состоявшиеся, пользующиеся большим авторитетом в своей области, и они дают советы не просто о том, как комфортно жить в этом мире, но и как обустроить этот мир.

По мнению телеведущего, он усвоил главный принцип жизни: «даже если сейчас совсем не вмоготу, потом обязательно будет все хорошо». Во все времена передовые люди не только указывали на недостатки, но и пытались их исправить. Сохранять позитивный настрой рекомендуют и те люди, которые имеют отрицательный жизненный опыт. Автор *С. Шумаков* и ведущий *А. Бегак* считают, что проблема современных людей в том, что они разучились контактировать, а программа старается «соединить все разорванные ниточки» [3]. В идеале интервью на экране (за исключением ситуации официального характера) должно выглядеть как непринужденный разговор двух людей. Особенностью телевизионного интервью является зрелищность. Черно-белая «зрелищность» названных передач говорит о высокой профессиональной культуре тех, кто это делает.

Социальный феномен лидерства вообще, и лидерства духовного в частности, состоит в способности и возможности влияния одной личности на поведение других людей с явным намерением улучшить качество жизни. Современная действительность ориентирует на поиски совершенства в самых различных областях. Стремление к первому, лучшему, эксклюзивному вплетается в ткань каждодневных отношений. Иногда время «принижает» лидерство иллюзией легкой достижимости статуса лидера, подменяет идею уникальности личной судьбы демонстрацией технологий практического научения, тренинговыми методиками выработки необходимых для эффективного лидерства качеств.

На фоне коучинговых, в бихевиористском стиле, советов многих других СМИ телеканал «Культура» пытается найти взаимопонимание в сложном треугольнике общения «журналист — герой — зритель», не представляя лидерские качества как эксклюзивные или сенсационные. В центре внимания — лидерство духа, и оно рассматривается как ценностное преобразование действительности.

Л и т е р а т у р а

1. *Выжutowич В.* Разговоры в пользу умных // Рос. газета. 2012. 20 ноября.
2. *Зубанова Л. Б.* Духовное лидерство в социокультурном пространстве современной России: автореф. дис. ... докт. культурологии. Челябинск, 2009. URL: <http://cheloveknauka.com/duhovnoe-liderstvo-v-sotsiokulturnom-prostranstve-sovremennoy-rossii>.
3. *Климова О.* Алексей Бегак и его «Правила жизни» // DV-Reclama.ru. 2014. 15 июля. URL: http://www.dv-reclama.ru/russia/articles/televoduschie/28580/aleksey_begak_vedushchiy_programmy_pravila_zhizni_na_kanale_kultura_foto_i_intervyu_televoduschego/.
4. Общество. Политика. СМИ. URL: <http://otvet.mail.ru/question/50163050>.
5. *Экман У.* Духовный лидер. М., 2006. URL: http://moldovanua.adventist.md/wp-content/uploads/2007/SKIP_BELL/LEADERSHIP-BOOKS/Duhovnoe_liderstvo.doc.

И. Н. Блохин

С.-Петербургский гос. ун-т

МЕТОДОЛОГИЯ ПОНИМАНИЯ В НАУЧНОЙ И ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена пониманию как явлению, процессу и методу. Определяется его значение в развитии философии, социологии и журналистики. Поднимается вопрос о перспективах понимания в контексте технологических изменений в сфере массовой коммуникации.

Ключевые слова: понимание, действительность, реальность, журналистика, массовые коммуникации.

I. N. Blokhin

St. Petersburg State University

METHODOLOGY OF UNDERSTANDING IN THE SCIENTIFIC AND JOURNALISTIC ACTIVITIES

The article is devoted to the understanding as a phenomenon, a process, and a method. Its importance for the development of philosophy, sociology and journalism is determined. The author considers the understanding prospects in the context of technological changes in the field of mass communication.

Key words: understanding, fact, reality, journalism, mass communication.

В гуманитарных науках и журналистике объектами понимания являются человек, общество и текст. Это не означает, что ученый или журналист не могут обращаться к явлениям и процессам, которые изучаются в рамках естественнонаучных дисциплин, однако природные феномены рассматриваются как своеобразное «зеркало», в котором отражается человеческая жизнь. Посмотрим на отрывок из очерка *Василия Пескова*: «Львы ленивы и благодущны. Наевшись, любят сладко поспать. В это время львы никому не страшны. Шакалы же выются около сытого льва, как будто прибежали навестить доброго дядюшку. В благодарность лев от шакала ничего не получит. Дожив до старости (тринадцать-четырнадцать лет), дряхлый повелитель саванны из прайда изгоняется более молодыми самцами. Старик охотиться уже не способен, лежит исхудавший, беспомощный, в ожидании смерти. И она прибегает в образе ловких, шустрых зверей. Являются ими шакалы» [14].

Что нас привлекает в этом очерке, что заставляет читать этот текст? Мы наблюдаем вместе с автором, что в дикой природе очень много общего с нашей жизнью, что часто люди уподобляются животным: ловчат, ленятся и не поддерживают пожилых. Автор привлекает внимание читателя, используя принцип антропоморфизма, характеризуя зверей как «дядюшек» и «стариков». Для понимания текста необходимо наличие в нем смысла, понять текст означает понять этот смысл, задумку автора, переживание героев, ощущение читателя, включающее в себя оценку на основе существующих в его социально-культурной среде принципов и норм.

Не претендуя на всеобъемлющее исследование феномена понимания в научной деятельности, выделим основные вехи формирования концепта в философии и гуманитарных науках, которые послужат основой анализа понимания в журналистике. Понимание человека и текста лежит в основе рассуждений *Аристотеля* в трактате «Метафизика». Философ делает вывод о субъективном (поэтому — относительном) понимании человеком лучшего и худшего, а о тексте пишет: «...те, кто намерен участвовать в беседе, должны сколько-нибудь понимать друг друга. Если это не достигается, то как можно беседовать друг с другом? Поэтому каждое слово должно быть понятно и обозначать что-то, и именно не многое, а только одно; если же оно имеет несколько значений, то надо разъяснять, в каком из них оно употребляется» [1; 279–280].

Определенный шаг в освоении концепта понимания сделали средневековые схоласты. Во-первых, они оформили традицию понимания церковного канона как ценности, во-вторых (в рассуждениях о молитве) определили автокоммуникативный характер понимания [16; 21]. Речевой акт в понимании схоластов предполагает языковую конвенцию (общность языка коммуникации) и речевую конвенцию (употребление слов в их собственных, определенных значениях, понятных собеседникам из контекста беседы). Впоследствии подобные идеи были развернуты в концепциях научных школ символического интеракционизма в социологии [9] и московско-тартуской семиотической школы [11; 23-45].

В контексте метода научного познания вопрос о понимании был поставлен *Рене Декартом*. В центре его рассуждений находится человек как логический, познающий мир субъект, действующий с помощью интуиции и дедукции. Интуицию *Декарт* определяет как «понимание (*consertum*) ясного и внимательного ума, настолько легкое и отчетливое, что не остается совершенно никакого сомнения относительно того, что мы разумеем, или, что то же самое, несомненное понимание ясного и внимательного ума, которое порождается одним лишь светом разума и является более простым, а значит, и более достоверным, чем сама дедукция, хотя она и не может быть произведена человеком неправильно... Таким образом каждый может усмотреть умом, что он существует, что он мыслит...» [7; 84].

Особую роль в развитии учения о понимании сыграла герменевтика, основы которой были сформулированы *Вильгельмом Дильтейем* и обоснованы *Хансом Гадамером*. Рассуждая о смысле понимания, *Дильтей* писал, что «всякая философская точка зрения стремится перейти от понимания действительности к установлению правил поведения» [8; 40], а также отмечал «рост стремления к пониманию жизни из нее самой» [8; 109]. *Гадамер* уделял большое внимание пониманию истории, которое невозможно без учета исторической дистанции между интерпретатором и текстом, связывающих их обстоятельств, духовной атмосферы разных времен. Понимание как метод прилагается *Гадамером* к различным классам объектов: к миру жизни («жизнь объективируется в мыслительных структурах, все понимаемое — это обратный перевод объективации жизни в духовную активность, из которой они произошли» [6; 110]), к тексту высказываний («понимание должно мыслиться как часть смыслового свершения, в котором образуется и осуществляется смысл всех высказываний — высказываний искусства и всех других традиций» [6; 215]), к человеку («понимать — это значит прежде всего понимать друг друга. Понимание есть в первую очередь взаимопонимание. Так, люди по большей части понимают друг друга непосредственно, или они договариваются до достижения взаимопонимания. Договоренность — это, стало быть, всегда до-

говоренность о чем-то. Само понимание — это самопонимание в чем-то» [6; 227]).

Методологически проблему понимания произведения развивает *М. М. Бахтин*: «Безоценочное понимание невозможно. Нельзя разделить понимание и оценку: они одновременны и составляют единый целостный акт. Понимающий подходит к произведению со своим, уже сложившимся мировоззрением, со своей точки зрения, со своих позиций. Эти позиции в известной мере определяют его оценку, но сами они при этом не остаются неизменными: они подвергаются воздействию произведения, которое всегда вносит нечто новое» [3; 346]. Понимание героя произведения в трактовке Бахтина достигается путем «вживания»: «я должен пережить — увидеть и узнать — то, что он переживает, стать на его место, как бы совпасть с ним (как, в какой форме это вживание возможно, психологическую проблему вживания мы оставляем в стороне; для нас достаточно бесспорного факта, что в некоторых пределах такое вживание возможно; проблема понимания чужой душевной жизни, симпатии чувства и пр.)» [2; 106]. Включение оценивания в процедуру понимания и «вживания» в героя использовались также философом *Людвигом Витгенштейном* для описания феномена «языковой игры» [5].

Философская и литературоведческая традиции в отношении метода понимания позволяют заключить, что понимание не существует вне оценки относительно нормы, правила, образца или критерия. Понимание человека достигается путем «погружения» в его мотивы, цели и ценности, которыми он руководствуется. Понимание текста возможно лишь при условии реконструкции значений слов (понятий), представлений (значений) и контекста. Логический процесс понимания состоит из объяснения, собственно понимания и интерпретации. В данном смысле понимание приобретает качества коммуникативного эффекта.

Эффективная коммуникация выстраивается по линии: автор — текст — адресат. В контексте понимания эффективным будет такой журналистский текст, в котором адресат выявит авторский смысл без искажений и добавлений. В отличие от журналистского и научного, эффективность текста литературного и

вообще текста произведения искусства состоит в наличии в нем дополнительных смыслов, постижение которых является стимулом интереса адресата. В журналистике и в гуманитарной науке (прежде всего истории) приписывание тексту иного смысла или искажение авторского смысла могут вызвать (и вызывают) дезорганизационные социальные последствия.

Наиболее близкой к эмпирическому изучению действительности и исследовательской деятельности концепцией понимания стала «понимающая» социология *Макса Вебера*. Он предложил многоуровневую интегральную модель понимания как общественного феномена, выделив его различные виды и определив их функции, на основе своей же концепции социального действия как элементарной единицы гуманитарного знания. «“Действием” мы называем действие человека (независимо от того, носит ли оно внешний или внутренний характер, сводится ли к невмешательству или терпеливому приятию), если и поскольку действующий индивид (или индивиды) связывают с ним субъективный смысл. “Социальным” мы называем такое действие, которое по предполагаемому действующим лицом (или действующими лицами) смыслу соотносится с действием *других* людей и ориентируется на него» [4; 602-603]. Поскольку в качестве главного признака социального действия выступает субъективный смысл, именно он должен быть подвергнут пониманию (в данном случае понимание рассматривается уже как метод). *Вебер* расширяет свою методологию до границ социальных общностей и общества в целом и приходит к выводу, что изучать социум следует как продукт культуры (интегральной совокупности ценностей, в основе которых лежит тот же субъективный смысл).

По мере усиления фактора массовой информации в общественной жизни и увеличения субъективной роли человека в массовых коммуникациях все чаще в теориях и концепциях обосновывается универсальное значение информации и коммуникаций, обуславливающих социальные изменения. *Герберт Маршалл Маклюэн* ставит вопрос о понимании медиа как центрального для объяснения общества, он «исследует очертания наших расширенных существ в наших технологиях и ищет в каждой

из них принцип понятности» [13; 8]. *Никлас Луман* ставит проблему понимания человека в медиасреде, он считает, что «во всех программных областях средств массовой коммуникации подразумевается присутствие “человека”, — но, естественно... лишь в виде социального конструкта. Этот конструкт... необходим в функциональной системе массмедиа для того, чтобы постоянно и непрерывно подвергать саму себя раздражениям, исходящим из перспективы биологического и психического внешнего мира человека. Как и в других функциональных системах, этот внешний мир остается операционно-недостижимым, он не может включаться по частям и именно поэтому требует постоянных “прочтений”» [12; 129].

На основе рассмотренных положений предложим динамическую модель понимания как процесса социальной массовой коммуникации. Мир, окружающий нас, представлен двумя сферами (их можно определить и как поля, в данном случае это не принципиально) — сферой действительности и сферой реальности. Действительность образуется как совокупность фактов, сведения о которых являются информацией. Социальные действия также входят в группу фактов и наполняют собой сферу действительности. Сфера реальности представляет собой образ действительности, существующий в сознании отдельного человека или в общественном сознании. Реальность, отчасти, есть продукт ощущений от действительности. Реальное образуется путем фильтрации действительного через призму ценностей, мировоззрения, менталитета. В совокупности обе сферы придают информации новое качество — знание.

Журналистика функционирует одновременно в обеих обозначенных сферах: сбор (отбор) информации о фактах как явлениях действительности совмещается с ее образом (реальностью) путем объяснения, установки на понимание и интерпретации. Журналисты и редакции придают сообщению (произведению) соответствующие содержание и форму (жанр).

Адресат сообщения как полноправный участник процесса коммуникации осуществляет отбор (выбор) предлагаемых ему информации и знания (в том числе в виде «повесток дня» и «картин

мира»). Решающим для адресата фактором в таком отборе (выборе) является иерархия его социальных ролей, основу которых составляют идентичности. Идентичности для человека имеют качество ценности, различия в отношении к данным ценностям и определяют иерархию социальных ролей. Во взаимодействии с медиамиром на основе идентичностей возникают два феномена — потребность и интерес.

Потребность в медиа, как правило, обусловлена действительностью, действительными социальными ролями — семейными, профессиональными, потребительскими. При потребности медиамир предстает как система, которая требует от адресата соответствующего отношения к самому себе как к части системы, выполняющей определенные социальные роли, то есть медиамир структурирует и регламентирует человеческие отношения, когда человек действует в нормативно упорядоченном правилами мире. Понимание человека на основе окружающих его социальных условий, исходя из его социальных статусов и соответствующих им ролей, достигается только в условиях регламентации поведения и деятельности, тотальной структуризации человеческих отношений.

Интерес, напротив, возникает либо как реакция на медиапредложение (которое может не иметь ничего общего с реальностью адресата), либо как целенаправленное действие в направлении определенных («интересных») знаний и информации. У адресата в случае возникновения интереса к тексту появляется новая социальная роль, процесс ее возникновения называется идентификацией («вживание» *Бахтина*). С этой точки зрения можно предположить, что основной задачей журналистики в сфере массовой коммуникации является стимулирование идентификаций. Медиамир позволяет адресату проявить себя в качестве самостоятельного («цельного») субъекта (актера), что, собственно, и определяет привлекательность медиа для личности. В данном случае меняется отношение к человеку, он предстает как центр его собственной системы ценностных мировоззренческих координат, которые определяют его медиаповедение. Интернет и глобальная цифровизация медиа позволяют оценивать лич-

ность через сетевые маршруты и медиапредпочтения, которые считаются и фиксируются в реальном времени, превращая социологию СМИ в статистику. Проблема понимания человека в медиамире снимается. Достижение понимания происходит через информацию, потребителем которой человек является, на которую реагирует, и коммуникацию, в которую он включается, которую инициирует или провоцирует [15; 220]. В данном контексте возникает проблема ответственности адресата за свое медиаповедение.

Следующий уровень модели понимания предполагает возникновение отношения адресата к оценке, содержащейся в тексте сообщения (произведения). Без оценки текст не существует, оценка обусловлена неизбежностью отбора фактов журналистом из сферы действительности, неизбежностью редакционной политики и неизбежностью классификации СМИ в сознании отдельного человека или общества по признаку отнесения к ценности (идеологии, типу, мастерству). Результатом отношения адресата и аудитории в целом является доверие / недоверие к тому или иному СМИ. Следует учесть, что адресат имеет дело с текстом, который (по ощущению адресата) поглощает автора, героев и его самого. В доверительных отношениях возникает субъект-объектное тождество, приводящее к наделению объектов (текстов, авторов, героев, СМИ) ценностным смыслом и возникновению медиаидентичностей.

Итак, если «идеи становятся силой, когда они овладевают массами» [10; 332], то возникает социальное действие, осуществляемое адресатами. Социальное действие, в свою очередь, становится фактом (явлением действительности), сведения о котором имеют шанс стать достоянием медиа. Далее мы наблюдаем цикл, описанный ранее. Понимание как процесс предполагает методическое содержание, однако ключевым вопросом для начала исследований по данной проблеме является точка зрения («точка опоры»), с позиций которой осуществляется изучение феномена. Такие точки зрения могут быть описаны как объективированный научный интерес, позиция редакции, национальный или общественный интерес, партийность, частная или персональная заинтересованность.

В условиях смены технологических укладов, когда главным ресурсом развития становится уже не информация, а сам человек, проблематичным видится сохранение существующих способов и моделей описания понимания в массовой коммуникации в более или менее близкой перспективе. Когда *Луман* определял ограничения в виде нейробиологического или психического процесса, он вряд ли понимал, насколько велики темпы технологического внедрения медиа в мир человека.

В настоящее время активно ведутся разработки с целью перехода к новому этапу эволюции сетевых технологий — Нейронету, или Интернету 4.0. Предполагается, что в тотальную коммуникацию будут вовлечены тело и психика человека, а распространение Нейронета окажет радикальное трансформирующее воздействие на индивидуальную и общественную жизнь людей [17]. По мнению разработчиков, «возможности нынешнего Интернета весьма ограничены. Они, в частности, не позволяют осуществлять непосредственной передачи из мозга в мозг жизненного опыта и переживаний (эмоций)» [18]. Технологические решения имеют как инвазивный (электроды, микромплантаты), так и неинвазивный (нейрошлем) характер. Функции внедрений будут состоять как в фиксации активности нейронов человеческого мозга, так и в воздействии на эти нейроны.

Позволят ли новые технологии достичь взаимопонимания между людьми, будут ли использованы в целях регулирования общественных отношений, оставят ли человека наедине с его страстями и стремлениями — вопросы риторические. В любом случае новые способы коммуникации потребуют столь же новых решений в сфере социальной организации, новых этических и нормативных решений, новых способов понимания, самопонимания и взаимопонимания.

Литература

1. *Аристотель*. Метафизика // Аристотель. Соч. в 4 т. Т. 1 / ред. В. Ф. Асмус. М., 1976.
2. *Бахтин М. М.* Автор и герой в эстетической деятельности // Бахтин М. М. Собр. соч. Т. 1. М., 2003.

3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / сост. С. Г. Бочаров. М., 1979.
4. Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избр. произв. М., 1990.
5. Витгенштейн Л. О достоверности // Витгенштейн Л. Философские работы. Ч. 1. М., 1994.
6. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики / общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. М., 1988.
7. Декарт Р. Правила для руководства ума // Декарт Р. Соч. в 2 т. Т. 1 / сост., ред., вступ. ст. В. В. Соколова. М., 1989.
8. Дильтей В. Сущность философии. М., 2001.
9. Кули Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок. М., 2000.
10. Ленин В. И. Удержат ли большевики государственную власть? // Полн. собр. соч. Т. 34. М., 1969.
11. Лотман Ю. М. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты (О двух моделях коммуникации в системе культуры) // Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. М., 1996.
12. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2012.
13. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003.
14. Песков В. М. Умница и красавец // Комс. правда. 2001. 21 июня.
15. Современный российский медиаполис / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2012.
16. Схоластический рационализм в истории мышления: от Средних веков к Новому времени. Отв. ред. Д. В. Шмонин. СПб.: Издательство Русской христианской гуманитарной академии, 2012.
17. URL: <http://we-r.ru/services/развитие-человека/neuronet/>.
18. URL: <http://www.pcweek.ru/idea/blog/idea/7022.php>.

В. А. Галиуллиная

С.-Петербургский гос. ун-т

ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС: ПОНИМАНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ

Исследование посвящено анализу популярного сообщества в социальной сети «ВКонтакте». В группе публикуется контент на

этнополитические темы. Автором был проанализирован большой массив информации, выявлена заявленная и скрытая цели группы, изучены особенности представления сведений о мигрантах, рассмотрены состав участников сообщества и основные приемы подачи информации, используемые администраторами группы.

Ключевые слова: этнополитический дискурс, миграция, мигранты, социальные сети, этнопреступность.

V. A. Galiullina

St. Petersburg State University

ETHNO-POLITICAL DISCOURSE: THE UNDERSTANDING IN THE INTERNET

The research is devoted to the analysis of a popular community in the social network “VKontakte”. The group publishes content on ethno-political themes. The author has analyzed a large amount of information, revealed declared and hidden purposes of the group, studied characteristics of the data representation and reviewed the composition of the community and basic techniques of information presentation by the group administrators.

Key words: ethno-political discourse, migration, migrants, social networking, ethnic crime.

СМИ ежеминутно публикуют огромное количество материалов. Разобраться в этом колоссальном и весьма разнородном потоке информации большинству читателей непросто. Более того, общеизвестно, что каждый читатель трактует полученную информацию по-своему, в зависимости от своих интересов, предпочтений, воспитания и разного рода субъективных факторов (вплоть до плохого кофе с утра). В этой связи особенно остро встает во-

прос о понимании информации ее конечным адресатом, то есть зрителем, читателем, слушателем, посетителем сайта и т. д. Любое СМИ в своей деятельности, так или иначе, опирается на особенности своей целевой аудитории и, следовательно, не может не учитывать интерпретационный аспект, то есть понимание, трактовку контента своими читателями. Некоторые СМИ используют эту особенность различной трактовки одного и того же материала разными людьми для создания определенного имиджа, формирования мнения по определенному вопросу, нужного отношения к конкретной фигуре и т. д. С целью изучения конкретных приемов и методов, которые СМИ используют для искажения либо формирования определенного понимания ситуаций и проблем, было проведено исследование социальной сети «ВКонтакте».

Объектом исследования была выбрана группа «ВКонтакте» под названием «Стоп мигрант». Выбор данной площадки был обусловлен ее посещаемостью («ВКонтакте» сегодня — один из самых посещаемых сайтов в России), а также удобством мониторинга (в группах этой социальной сети легко отследить динамику численности, количество и состав аудитории, политику администрации группы).

Тема миграции была выбрана как одна из наиболее бурно обсуждаемых в СМИ и всегда вызывающих широкий общественный резонанс. Эти же причины создают благоприятную почву для разного рода манипуляций по изменению, корректировке, искажению понимания информации по данной теме.

Продолжительность исследования 5 недель. Замер производился 1 раз в неделю в один и тот же день, анализировались все публикации за период с 16 сентября по 14 октября 2014 г. Метод проведения исследования — контент-анализ. Анализировались как количественные показатели (динамика численности, количество постов, количество публикаций по конкретной теме, частота упоминания определенной национальности), так и качественные (анализ содержания текстового и визуального наполнения публикаций).

Группа была создана 23 февраля 2014 г., именно этим числом датирован первый пост. Сообщество ориентировано на жителей

Санкт-Петербурга. Администрация состоит из двух человек — контактного лица *Святослава Ярославича* и редактора *Александра Пихтелева*. Информация о цели создания сообщества и его деятельности в прямом виде отсутствует, но ясна из контента (об этом речь пойдет ниже). Комментарии в группе отключены, равно как и функция предложения новости. Имеются две ссылки в соответствующем разделе. Альбомов с фотографиями и видеозаписями нет. Уже из этой информации можно сделать вывод о специфике данного сообщества: администрация отключила обратную связь со своими читателями, а следовательно, цель группы — не создание площадки для дискуссий по определенному вопросу, а лишь информирование аудитории.

Первый показатель — количество участников в группе. За период исследования он увеличился почти на 200 человек, с 2993 до 3187. Увеличение количества участников позволяет сделать два вывода: первый — группа ведет активную деятельность, она не находится в фазе «застоя», она живет и развивается, что дает возможность предположить, что у данного сообщества есть будущее; второй — контент, публикуемый данной группой, вызывает интерес у определенной части общества. Это служит поводом для вступления в сообщество, то есть подписки на его контент (вся информация, публикуемая в группе, появляется в новостной ленте ее подписчиков).

Второй показатель, по которому отслеживалась динамика «жизни» группы в целом, — это количество постов. За исследуемый период было опубликовано 111 сообщений. В основном это текстовые публикации, но многие также снабжались иллюстративным материалом (фотографии, картинки) и видеозаписями.

Исходя из полученных данных, можно говорить об активной деятельности администрации группы. Причинами столь малого количества сообщений в первые две недели наблюдений, скорее всего, являются личные проблемы администраторов (нехватка времени, личные проблемы), поскольку в последующие недели было выложено большое количество постов, а специфика группы такова, что информации по нужной теме всегда хватает (публикуются самые разные данные, найти нужное количество

информации каждый день не составляет труда). Также активное размещение публикаций можно объяснить наличием какого-либо события, которое и повлекло за собой бурную деятельность администрации. Так, например, в период с 1 по 7 октября проходил религиозный праздник Курбан-байрам, что не могло не сказаться на содержании и количестве информации. Публиковались посты, состоящие исключительно из фотографий события (единственный случай сообщений без текста), имеющие целью показать масштаб и количество мигрантов в городе. Это же событие, а также планы по строительству новой мечети стали катализатором публикации множества постов на следующей неделе, с 7 по 14 октября.

Следующий показатель — количество упоминаний лиц определенной национальности в исследуемый период. Для этого все упоминания о национальности были разделены на следующие группы:

— «узбекистан» — упоминания о гражданах Узбекистана («Мигранта из Узбекистана будут судить в Самаре за попытку изнасиловать восьмилетнюю девочку», «Узбеки изнасиловали и ограбили толерантную петербурженку»);

— «кавказцы» — условное название для группы лиц, являющихся гражданами республик Дагестан, Чечня, а также всех, кто был назван «лицом кавказской национальности / наружности» (примеры заголовков постов: «Беглый кавказец-убийца камнем разmozжил жительнице Ленобласти голову», «Полиция Ленобласти задержала троих кавказцев за кражу четырех тонн брусники»);

— «таджики» — упоминания о гражданах Таджикистана («В Калужской области пойманы таджикские оккупанты, убившие 15-летнего подростка в Свердловской области»);

— «африка» — упоминания о жителях Африканского континента («У берегов Ливии в воскресенье потерпел крушение паром с 250 выходцами из африканских стран»);

— «киргизия» — упоминания граждан Киргизии («Киргиз-наильник напал на женщину на ул. академика Анохина Москвы»);

— «грузия», «айзербаджан» и «армения» — упоминания граждан соответствующих республик («Два грузина пытались огра-

бить пенсионерку в автобусе»; «Враги России хотят раздавать гражданство всем желающим таджикам, киргизам, азербайджанцам»);

— «цыгане» — упоминания о представителях данной национальности («...И, алилуя, как вы думаете, кто больше всего совершил преступлений в этой сфере??? Наши любимые цыгане!!!»). Здесь и далее сохранены формулировки источников. — В. Г.).

Отдельно нужно отметить, что в рамках группы происходит смешение мигрантов с группой, называемой «кавказцами», куда входят уроженцы Дагестана, Чечни и других стран, несмотря на то, что эти граждане не являются внешними мигрантами, против которых якобы выступает группа. Причиной этого могут служить фенотип, менталитет и темперамент наций, проживающих на Кавказе. Если в случае мигрантов из стран СНГ основное недовольство вызывают их произвол в чужой стране и вред для экономики, то в отношении уроженцев Дагестана и Чечни главным аргументом становится их агрессивное поведение (драки, стрельба из автоматического оружия, жестокость). Также одним из основных факторов негативного отношения является внешность. Жители кавказских республик внешне отличаются от большей части населения России, чем вызывают неприязнь и ксенофобию у людей, негативно относящихся к мигрантам.

Таким образом, цель группы, якобы состоящая в противодействии «засилью мигрантов», ставится под сомнение — ведь если под мигрантами понимаются и внешние, и внутренние переселенцы, то можно сразу заметить, что в сообществе нет ни единого упоминания о внутренних мигрантах из Мурманской, Московской и других областей России (кроме указанных республик). В итоге целью группы мы имеем провоцирование неодобрительного отношения не только к трудовым мигрантам из-за рубежа, но и к гражданам России, отличающимся от большинства населения лишь внешне. Это ксенофобия в чистом виде, боязнь «иных», «чужих», «не таких, как мы». Немаловажным фактором является и культурное различие: уже отмеченная агрессивность, эмоциональность, экспрессивность, присущая большинству населения Кавказа, выражается как в столкновениях с местным населением

ем, так и в танцах, исполняемых в публичных местах (имеется в виду, конечно же, всем известная «лезгинка»; пример заголовка на эту тему — «Русские разогнали лезгиночников в Краснодаре»), и шуме (громко разговаривают, кричат, машут руками, то есть привлекают внимание).

Однако в группе за указанный промежуток времени нашелся один пост с говорящим заголовком «Тоже россияне», посвященный этой проблеме, но не с возражением против отождествления жителей Кавказа с мигрантами, а лишь о том, что поскольку это граждане России, то гораздо сложнее отследить статистику совершаемых ими преступлений. «ТОЖЕ РОССИЯНЕ. Государственная статистика преступлений, совершаемых мигрантами, не включает в себя преступления внутренних мигрантов — выходцев с Северного Кавказа, которые в народе тоже воспринимаются в качестве „мигрантов“, „приезжих“, „понаехавших“. Всероссийской статистикой по кавказским преступлениям мы не располагаем, но есть цифры по Ростовской области за 2013 год. Их обнародовал в своем блоге начальник главного управления МВД РФ по региону А. Ларионов в августе». Как можно увидеть, используются данные лишь из одной области, и на примере одного частного случая делаются общие выводы. Конечно, это характерный пример манипуляции сознанием читателей и искажения реальной картины мира.

Все сообщения в группе условно были разделены на несколько основных тем:

- этнопреступность;
- законодательные инициативы, касающиеся миграции;
- информация по теме;
- информация о рейдах УФМС;
- информация о задержании людей, помогающих мигрантам (прописка);
- юмор.

Этнопреступность — самая популярная тема в группе. Из наблюдения стало ясно, что мониторинг и сообщение о фактах этнопреступности — это, по сути, одна из основных задач группы. Более половины постов за весь исследуемый период составили

именно такие сообщения (59 из 111). Это позволяет сделать вывод о том, что данная политика ведения группы позволяет сформировать определенное мнение у ее участников. При просмотрении одного за другим сообщений об убийствах, кражах, изнасилованиях, совершенных мигрантами, создается иллюзия, что этих преступлений огромное количество и удельная доля этнопреступности в общем числе преступлений по стране начинает расти.

В группе также присутствует несколько основных тегов: #этнопреступность, #стопмигрант, #выселять. Благодаря этим тегам можно с легкостью найти все помеченные ими посты в колоссальном потоке информационных сообщений сети «ВКонтакте».

Что касается второй темы, то здесь встречаются самые разные предложения, пожелания и инициативы. Они могут исходить как от конкретных лиц, даже в виде фразы в интервью, так и из официальных источников. Стоит отметить, что ссылок на источники в группе практически нет, подавляющая часть постов публикуется без каких бы то ни было ссылок на сайты, с которых была взята информация. Этот факт также можно оценить как попытку сузить кругозор читателя, давать ему дозированно только «нужную» информацию. Примеры заголовков: «Если Государственная дума поддержит инициативу Правительства, то компании-резиденты территорий опережающего развития на Дальнем Востоке смогут привлекать трудовых мигрантов без квот и разрешений Федеральной миграционной службы»; «Депутаты предложили в три раза увеличить штрафы за наем нелегальных рабочих».

Блок «Информация по теме» содержит сообщения, касающиеся мигрантов и их быта в России. Здесь также встречаются цифры и прогнозы (сколько сейчас мигрантов, сколько их будет через N лет и т. д.). Примеры: «Московских чиновников отправят на курсы толерантности по отношению к мигрантам», «Минобразования создаст учебники по русскому для детей мигрантов».

Информация об УФМС, соответственно, содержит сведения о проведенных УФМС Санкт-Петербурга рейдах, а также высказывания руководства службы. «По данным УФМС, с начала этого года из региона были выдворены около 6000 трудовых мигран-

тов, что в четыре раза больше результатов прошлых лет»; «Число выдворенных из Ленобласти мигрантов в 2014 году выросло в четыре раза и составило 1452 человека. Об этом сообщила начальник УФМС по Петербургу и области Елена Дунаева».

Группа «информация о людях, помогающих мигрантам (прописка)» объединяет сообщения о личностях, которые создают так называемые «резиновые квартиры» (у группы уже появился тег #резиновая квартира), то есть прописывают у себя неограниченное количество человек. Эти сообщения носят негативный характер, и таких людей порицают. «В марте этого года неизвестный мужчина передал женщине 2 тысячи рублей за регистрацию на ее жилплощади нескольких мигрантов. Мировой суд Кировского района оштрафовал жительницу Северной столицы Анну Турыгину за фиктивную постановку на учет иностранных граждан»; «В “Новой” Москве в одной квартире прописали 198 мигрантов».

Группа сообщений «юмор» относительно невелика и в основном содержит иллюстрации.

Ссылок в группе всего две: первая — это карта преступности Санкт-Петербурга, созданная на базе Google Maps, вторая — это форма сообщения о факте этнопреступности на базе Google Docs. Призывы к сообщениям о фактах этнопреступности встречаются в группе постоянно, гораздо чаще призывов к каким-либо другим активным действиям (материальная помощь семьям пострадавших от действий мигрантов и т. д.). Таким образом, основная форма активности, к которой подталкивают участников администраторы, — это бдительность и сообщение обо всех фактах преступлений, совершаемых мигрантами.

В группе преобладают участники мужского пола (их 2363 из 3258 человек). Преобладание мужской аудитории, возможно, объясняется большей агрессивностью мужчин, а также тем, что физически мужчины сильнее и способны, объединившись, изменить неприятную для них ситуацию. Очевидно, на это и рассчитывают создатели группы.

Интересен анализ изображений, используемых в постах группы. Например, на одном из рисунков изображена аллюзия на

Святого Георгия Победоносца, пронзающего копьём змия. На измененном изображении роль Георгия исполняет белый мужчина на белом коне, пронзающий копьём черного спрута, идущего со стороны Кавказа и Средней Азии. Фон изображения также поделен на черную и белую сторону соответственно. Таков пример метафоричного «очищения» и «изгнания» мигрантов из страны. То же можно сказать и о логотипе группы. На нем белые барашки выгоняют черного за разделительную линию. На другом рисунке — та же история, но здесь добавляется фраза «Нам своих баранов хватает», что можно интерпретировать как «У нас полно своих проблем, а тут еще вы». На следующем рисунке особое внимание следует обратить на измененное изображение символа выкидывания мусора и соблюдения чистоты: вместо клочка мусора человек белого цвета бросает в мусорный бак фигурку черного цвета.

К анализу иллюстраций нельзя не добавить еще один образец. Сообщения с этой картинкой появились уже после окончания установленного срока наблюдений, однако не обратить внимания на такой пример было бы большим упущением. На рисунке изображено множество фигурок, в типичных позах совершения мусульманского намаза. Все они расположены на черно-красном фоне с достопримечательностями Петербурга. Эти картинки иллюстрировали все посты, выступающие с призывами остановить строительство мечети в Невском районе. Изображение призвано вызвать страх от количества мигрантов, большинство из которых исповедует ислам. Это достигается использованием большого количества фигурок, которые занимают половину изображения («затмевают», «заполняют» Петербург с его культурными ценностями в виде памятников архитектуры).

Подводя итоги, напомним, что, так как в группе отключены комментарии, предложить, обсудить какую-либо новость или возразить администраторам нельзя. Исходя из этого обстоятельства, а также с учетом контента, размещаемого на стене группы, можно с большой вероятностью утверждать, что цель группы — информирование и формирование общественного мнения по определенной проблеме. Конкретно — формирование неприяз-

ни и негативного отношения к мигрантам и всем, кто внешне выглядит как мигрант. Побуждения к действиям редки, но присутствуют и щедро подкрепляются информацией о преступлениях и наглядным иллюстративным материалом.

Э. Г. Громова, Ю. В. Ключев

С.-Петербургский гос. ун-т

**ВЗАИМОПОНИМАНИЕ В ДИАЛОГЕ
НА ТЕЛЕВИДЕНИИ И РАДИО:
РЕТРОСПЕКТИВА И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**

В статье с учетом теоретических разработок, на примерах деятельности аудиовизуальных СМИ раскрыты основные компоненты взаимопонимания в журналистике: доверие, восприятие, воображение, самоанализ, самосознание, диалог. Даны модели понимания мира и алгоритмы взаимопонимания. Выделены категории, влияющие на качество обеспечения диалога в СМИ.

Ключевые слова: телевидение и радио, диалог, взаимопонимание, доверие.

E. G. Gromova, Y. V. Klyuev

St. Petersburg State University

**MUTUAL UNDERSTANDING IN DIALOGUE
ON TV AND RADIO:
RETROSPECTION AND CURRENT STATE**

In the article on examples of activity of audiovisual mass media the main components of mutual understanding in journalism are opened taking into account theoretical development: trust, perception, imagination, introspection, consciousness, dialogue. Models of

understanding of the world and algorithms of mutual understanding are given. The categories influencing on a quality of the mass media dialogue are defined.

Key words: television and radio, dialogue, mutual understanding, trust.

В 1964 г., на этапе начала массового вещания и популярности отечественного телевидения, С. А. Муратов отметил: «Мы искали специфику телевидения где угодно — в кино и театре, на радио и в устной литературе. А она куда ближе — на том же экране. Она в “здравствуйте” диктора, начинающего программу. Она в обращении к вам с экрана. В “репортажности”, когда автор, используя навыки хроникера, дирижирует действием на экране, возвращая его назад, комментируя, сопоставляя факты и эпизоды. В возможности видеть героев экрана из вечера в вечер, из месяца в месяц. В небывалой оперативности, равной которой не знает ни театр, ни кинематограф» [6; 25]. Время показало обоснованность приведенного высказывания: специфика телевидения заключается в самом способе телевизионного отражения и понимания мира. Аудиовизуальный контент стал неотъемлемой частью современного информационного мировидения в целом.

Считается, что доверие — это результат рационального выбора и расчета полезностей. Популярна концепция Фрэнсиса Фукуямы о «социальном капитале» как важном факторе, способствующем росту благосостояния и конкурентоспособности нации. Привлекательны его размышления о способности людей к простому общению и кооперации («спонтанной солидарности»). Предполагается, что «спонтанная общительность» позволит незнакомым людям сотрудничать друг с другом и создавать «социальный капитал» общества. Теория Фукуямы предусматривает набор неформальных норм и ценностей, разделяемых всеми членами группы и способствующих кооперации внутри таких групп. Для журналистов это означает, что надо «включать» историческую память и политическое сознание.

Программы Ленинградского телевидения с самой первой передачи (1938) являют пример взаимопонимания со зрителями. Тогда не было терминов «спонтанная общительность» и «спонтанная солидарность», но общительность рождалась естественным путем, так как были общие исторические и культурные коды социальных норм и ценностей. Технически примитивное довоенное телевидение показывало то, что интересовало всех: вокальные концерты, сцены балетов, опер, оперетт. После войны в Ленинграде всем интересны были кино и жизнь разных народов. Так появился «Кинолекторий», документальный экран.

В 1960-е гг. телевидение наполнилось программами о стройках и строителях, освоении целинных земель, о молодежи и ее участии в этой бурлящей жизни (передачи «Горизонт», «Турнир СК», «Мысль»). В 1970-е гг. появились телепрограммы «Дело государственной важности», «Сельская орбита», музыкальный телеконкурс «Янтарный ключ» и телефильмы, получившие призы на международных конкурсах. В 1980-1990-е гг. отмечался огромный интерес отечественного зрителя к передачам «Общественное мнение», «Теледебаты», «Музыкальный ринг», «Телекурьер». И все годы телезритель видел на экране много общего с реальной жизнью, считал своим долгом поделиться мнением, написать письмо, доверяя свои мысли о собственной жизни и о жизни страны.

Это было то самое «системное доверие», к которому сегодня власть стремится, это была искренняя «спонтанная общительность». Признак их возвращения сегодня заметен в том, что вырабатываются коды наших собственных, не заимствованных норм и ценностей. Самобытные подходы в подготовке телевизионных материалов свойственны авторским программам *Дмитрия Киселева*, *Евгения Попова*, *Владимира Соловьева* (телеканал «Россия 1»). Они характерны для информационного шоу «Центральное телевидение» (НТВ), аналитической программы «Право голоса» (ТВЦ), для авторской телепрограммы *Андрея Караулова* «Момент истины» (5 канал). Новый стиль ведения передач можно заметить в музыкальном телешоу «Голос» и в передаче «Вечерний Ургант» («Первый канал»).

Постепенно телевидение возвращает главное преимущество прежнего отечественного вещания, исторически сформировавшегося как самостоятельное, независимое и творческое, — достоверность и подлинность экранной реальности. Актуально наблюдение С. А. Муратова, возвращающего нас к осознанию истинных качеств телевизионного понимания мира: «Экран оперирует фактами во всей своей непритворности. Он приучает зрителя верить, что все, что на нем, доподлинно. Не случайно ситуации лучших телесценариев словно подсмотрены в повседневности, их герои словно заимствованы из жизни, а их диалоги словно подслушаны. Экран диктует свои законы, и первый из них — закон достоверности» [6; 32]. Взаимопонимание журналиста и телевизионной аудитории, доверие зрителя во многом стимулируют творчество журналиста, вдохновляют его на новые проекты, влияют на воображение как обязательное условие творческой деятельности.

Творческое воображение (имагинация) является одной из психологических предпосылок успешной журналистской деятельности. Особенно значительна роль воображения на начальных этапах творчества — при зарождении замысла, когда журналист обдумывает идею, выдвигает гипотезы по развитию той или иной ситуации или явления, в процессе синтеза фактов и формирования непосредственных впечатлений. Воображение выступает как форма отражения действительности, специфический метод поиска взаимопонимания, основывается на реальном и потенциальном доверии массовой аудитории. Воображение ориентирует автора в процессе его деятельности, помогая ему создавать идеальную модель продукта труда. В силу того, что воображение тесно связано с мышлением, естественно, что в процессе обдумывания плана будущего произведения журналист осуществляет логический анализ стоящей перед ним проблемы.

Неотъемлемым компонентом взаимопонимания является восприятие позиции другого. Восприятие обладает следующими особенностями: предметность, структурированность, целостность. Восприятие осуществляется на речевом и психологическом уровнях. Аудитория наблюдает психофизиологическое состояние вы-

ступающего, декодирует содержание его выступлений, распознает смыслы сообщаемого, вычленяет основную идею выступления и оценивает ее.

Возможность возвращения к истокам вещания обнадеживает, ведь только в них можно почерпнуть богатство жизненных реалий и уйти от манипулирования и провокаций, о чем писал *С. Г. Кара-Мурза*: «Культура СМИ как „видимой и слышимой“ ипостаси политики целиком стоит на провокации. Даже ложь нашего телевидения утратила свои безобидные черты. Она уже не навеивает человечеству сон золотой, не успокаивает. Слушаешь это вранье, и охватывает беспокойство — что за этим стоит? Принципом российской политической культуры стало держать уровень нервозности общества вблизи красной черты» [2; 153].

Задача консолидации российского общества, попытка мощного телевизионного ресурса обеспечить полноценный политический диалог со всеми социальными стратами, по мнению *Г. С. Мельник*, «реализуется в особых условиях, каковыми являются: политическая нестабильность, наличие протестного движения, раскол политических элит» [4; 10]. Добавим — в условиях экономического кризиса и санкций, введенных против нашей страны под предлогом агрессии России на Украине. Об этой «агрессии» не стесняясь и громко, на весь мир, чувствуя свою правоту, заявляют американские и западноевропейские лидеры и СМИ. Как показывает практика информационно-психологического манипулирования за рубежом, в том числе на Украине, доверие аудитории СМИ часто и грубо злоупотребляют. Истинное доверие к журналисту возникает в том случае, когда переданная им информация обладает признаками точности, правдивости, полноты, отсутствия искажений.

Технологический фактор развития СМИ совсем не обязательно приводит к улучшению глубины, содержания и качества взаимопонимания между людьми как участниками информационно-коммуникативной деятельности. Не менее важны профессионально-кадровый ресурс и творческий фактор журналистики.

Содержание современных аудиовизуальных СМИ составляют, как правило, форматные и продюсерские передачи. Творчество,

в котором раскрывается душа журналистской профессии, часто отодвигается на второй план. Для журналиста именно творчество как специфическая форма проявления интеллектуальных, эмоциональных и волевых качеств личности является главным источником понимания мира. Однако сегодня творчество всего лишь прилагается к технологиям, к конвейеру информационного производства. Или тонет в сугубо коммерческом функционировании известных телекомпаний.

Каким же образом в этих условиях в открытом публичном диалоге искать точки соприкосновения, взаимного понимания разных мировоззрений, разного миропонимания, особенно в условиях плюрализма мнений? Обычным в этом случае выходом называют обращение к разнообразию позиций и взглядов участников общественно-политического процесса. Но разнообразие звучащих в СМИ мнений никак не может служить панацеей от коммуникативных ошибок в системе общественной деятельности, и особенно в системе управления государством. Информационный процесс детерминирован требованием качества информации, а именно — полезности (ценности) сообщаемого, о чем еще в 1973 г. написал в своей книге А. Д. Урсул: «Ценность информации является ее прагматическим свойством, влияющим на поведение, на принятие решений. <...> Для управления важно не разнообразие вообще, а именно то разнообразие, которое полезно для системы управления» [9; 48].

По-настоящему осознавать действительность можно на основе полезной (ценной) информации. Той, которая созидает, «оживляет» отдельного человека и общественный организм в целом, дает им энергию и силы для существования. Глубже и полнее узнать мир и самого себя в обществе индивиду помогают психологические механизмы самоанализа и самосознания. Миропонимание требует от индивида времени, которое он добровольно и целенаправленно тратит на познание, узнавание, «расшифровывание» самого себя — самоидентификацию. В публичном диалоге на радио и телевидении, как правило хаотичном и спонтанном, зависимом от ситуативных текущих обстоятельств, слушателю или зрителю добиться устойчивого миропонимания невозможно.

И тем не менее современные телевизионные и радиопрограммы, и в первую очередь, диалоговые, предлагают аудитории модели миропонимания в конкретных сферах деятельности.

Модель гражданского поведения и ответственности формируется общественным вещанием (ОТР, «Народное радио»). Модель патриотизма предоставлена в информационно-аналитических и публицистических передачах государственных каналов («Россия 1», «Россия 24», «Радио России»). Модель общества потребления активно пропагандируется музыкальным и развлекательным вещанием («Муз ТВ», ТНТ, СТС). Религиозная картина мира дается православными каналами телевидения («СПАС», «Союз») и радио («Радонеж», «Град Петров», «Православное радио Санкт-Петербурга»). Зрителю или слушателю остается либо соглашаться с представленными моделями, либо не соглашаться, либо ориентироваться на собственные представления о действительности.

Любая диалоговая телевизионная или радиопередача (беседа, ток-шоу, дискуссия) представляет собой специфическую форму устной риторической коммуникации в малой и временно действующей социальной группе. Общение в самой группе, хотя и носит «локальный» характер, имеет явно выраженный внешний адрес — направлено на аудиторию, предназначено тем, кто смотрит или слушает передачу. Организатор диалога в передаче — ведущий. Он может вести программу в разных результативных направлениях: раскола группы, согласия в группе, замораживания конфликта или проблемы, ориентации на продолжение диалога в последующих передачах и циклах программ.

Взаимопонимание в диалоге на телевидении и радио можно рассматривать в трех основных ипостасях: результат, процесс и феномен (значение) общения. Препятствиями для осуществления полноценного диалога могут быть: поведение участников передачи, поведение лидера (лидеров) группы, внешние обстоятельства, столкновение интересов внутри группы, возникновение в группе новых лидеров, стереотипы и непримиримость в восприятии иной позиции (другой точки зрения).

На качество обеспечения диалога влияют следующие категории. *Измерение взаимопонимания.* Определяется степенью общ-

ности интересов, степенью толерантности. *Границы* взаимопонимания. Определяются правилами публичной коммуникации, степенью искренности и правдивости участников коммуникации, умением выслушать собеседника, навыками стратегической коммуникации и прогноза взаимодействия. *Уровни* взаимопонимания: межгрупповой, межличностный, внутриличностный. Подразумевается ответ на вопрос: кто я есть как личность, как человек в общении с другими людьми, кто я есть как представитель сообщества, группы.

Л. Л. Реснянская выделяет функции общественного диалога в СМИ: информационная, образовательная, контрольная, функция критики, артикуляции общественных интересов, интеграции. Инновационная функция связана с постановкой новых проблем и привлечением к ним внимания широкой общественности, специалистов, экспертов, а также инициированием конкретных изменений [8; 16-21].

Главный вопрос взаимопонимания заключается в возможностях гармоничного звучания, симфонии мировоззрений участников диалога, в сопоставимости идеологий и представлений. Можем ли мы расшифровать модели миропонимания другого индивида? Насколько гибким, пластичным может быть для журналиста искусство перевоплощения? Важно внутреннее понимание — совпадают ли в нем самом категории триады «думаю — говорю — делаю» или не совпадают? Под влиянием массовой коммуникации происходит расщепление сознания и поведения человека или укрепляется его целостность? Созидаются ценности, основанные на традициях, или СМИ выдвигают кардинально новые ценности и перечеркивают прежние?

Ценности определяются установками. Установки формируют уклад обычной повседневной жизни индивида. Это базовые мировоззренческие категории, формирующие фундамент развития человека, нации, общества, государства. *С. Г. Кара-Мурза* пишет, что именно установки и ценности, как силы созидания, соединяют людей в народ: «Это язык и религия, ландшафт и хозяйство, школа и наука, армия и искусство, нравственность и стереотипы человеческих отношений. И многое другое — все

проникнутое ценностями, специфическими для русской культуры» [2; 117].

Обострившиеся в СМИ дискуссии о духовном единстве и культурно-исторических скрепах российского общества перекликаются с вопросом понимания сущности журналистской профессии. *С. Г. Корконосенко*, хотя и считает базовыми структурообразующими характеристиками отечественной журналистики ее свободу и критичность мышления, на первое место все-таки ставит духовное качество журналистской деятельности: «Духовное начало занимает приоритетное положение по отношению к иным проявлениям журналистики, оно их “настраивает”» [3; 130].

Идеальной представляется задача, чтобы современные СМИ помогли человеку узнать, постичь, «раскодировать» самого себя. И все-таки в массовой коммуникации требуется раскрыть не «самодостаточную», замкнутую в самой себе личность, а личность в контексте диалектических и сложных общественных взаимоотношений и процессов. Для журналиста ядром понимания другого человека — собеседника, героя передачи — является самопознание, узнавание журналистом своего внутреннего мира, своего собственного мировоззренческого состояния. В этой связи методологически верным представляется выделение категории взаимопонимания на индивидуальном биологическом и психосоматическом уровне: природа и человек, человек и социум.

Для достижения понимания могут быть полезны инструменты взаимопонимания, используемые в массовой коммуникации: уважение коммуникаторов; психологическое взаимодействие, эмоциональная симпатия коммуникаторов; синергия (сотрудничество, взаимная помощь) каждого коммуникатора в обеспечении диалога; активное внимание, взаимное небезразличие коммуникаторов к другому человеку. В российском обществе проблемы взаимопонимания в аспектах восприятия и доверия концентрируются в следующих основных сферах: власть и общество, власть и бизнес, власть и олигархия, власть и СМИ, аудитория и СМИ.

В СМИ для обеспечения диалоговой коммуникации важен принцип равноправия редакционного мнения и точек зрения аудитории. Цель любого конструктивного и партнерского диалога заключается в достижении общественного согласия. В этом смысле телевидение и радио, активно реагирующее на отзывы зрителей и слушателей, в том числе с помощью методов интерактивности и обратной связи, не просто снисходительно позволяет аудитории «выпустить пар», а выполняет онтологически присутствующую массовой коммуникации функцию выражения и формирования общественного мнения.

А. В. Груша считает, что полнота и глубина диалога «гарантируется способностью в нем СМИ, как полномочного представителя общества, проявить отношение граждан к актуальным проблемам» [1; 4]. Именно СМИ несут прямую ответственность за обеспечение диалога с аудиторией. *Л. Л. Реснянская* отмечает, что аудитория имеет равные права с журналистами на присутствие в публичной сфере: «Осуществление прав аудитории — дело, прежде всего, журналистов, их прямая обязанность и профессиональная забота» [8; 21]. По мнению *В. Ф. Олешко*, журналистика априори связана с диалоговой коммуникацией: «Журналисты, что называется, “по умолчанию” включены в современных условиях в диалоговые отношения с реальной и потенциальной аудиторией» [7; 28].

Различные традиции, опыт, менталитет и современное состояние каждого отдельного общества дифференцированно влияют на способность к взаимному пониманию. Понять — означает не просто услышать, но и не пытаться насильственно изменить культуру понимания другого. В информационно-коммуникативной сфере насилие над структурой иного миропонимания ведет к эскалации конфликтных отношений, прерыванию конструктивной, созидательной диалогичности. Понимание — это и умение учитывать чужие интересы, умение держать баланс своих и чужих потребностей. Над чужими интересами нельзя глумиться, нельзя пренебрегать ими, надо понять внутренние причины их возникновения.

Понимание между людьми всегда персонифицировано, включает опыт, тактику и стратегию общения. Рассмотрим основные

алгоритмы (ключи) взаимопонимания. *Ключ первый.* Уход от манипуляционных практик и практик психологического давления (природа, например, не манипулирует человеком, поэтому эстетика понимания, созерцания и общения человека с природой самая исчерпывающая, полная, вдохновляющая). *Ключ второй.* Соблюдение дистанции, чувство такта, невмешательство в личное (частное) поле человека, его сокровенные душевные переживания. *Ключ третий.* Постоянная готовность к диалогу, недопущение грубости и оскорблений. Недопустима любая демонстрация пренебрежительного отношения (принцип: относись к другим так же хорошо, как хочешь, чтобы хорошо относились к тебе). *Ключ четвертый.* Соблюдение правил, условий общения. Эффективной публичная коммуникация может быть только в том случае, когда индивид следует правилам межличностного общения в открытом диалогическом пространстве. Этика и эстетика публичного взаимодействия часто детерминированы ситуативностью общения (поведение одного и того же человека — как участника ток-шоу и как эксперта или комментатора в аналитической программе — может быть разным).

Взаимопонимание может достигаться не только в диалоге, но и в монологе. Монолог в СМИ обладает качеством внутренней диалогичности: он направлен на аудиторию, создан по законам подготовки и восприятия общественно значимой информации. Г. С. Мельник и М. Н. Ким отмечают, что внутренний монолог «выступает как соотношение разных смысловых позиций общающихся — адресанта, адресата и третьего лица» [5; 101]. Дискуссия на экране и у микрофона, так же как диалог сам по себе, не обязательно способствуют пониманию позиции другого. От участника передачи требуется продумывание иной позиции собеседника, но не явного реагирования на нее. Реагировать надо не на человека и его личное поведение, а на общественные резонансы (промежуточные результаты диалога), возникающие в процессе обмена мнениями. Общественные резонансы влияют на состояние и перспективу социальных и политических отношений, конструируют общественные настроения, актуализируют текущие проблемы общественного развития.

Л и т е р а т у р а

1. Груша А. В. Формы и методы организации субъектов политики. Пресса и политический диалог. М., 2001.
2. Кара-Мурза С. Г. Матрица «Россия». М., 2010.
3. Корконосенко С. Г. Актуальные проблемы современности и журналистика. Тольятти, 2009.
4. Мельник Г. С. Медийные ресурсы мобилизационных технологий // Современные социальные коммуникации в системе цивилизации и культуры / под ред. М. Г. Боровик, Г. С. Мельник. СПб., 2014.
5. Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики. СПб., 2006.
6. Муратов С. А. Размышления у телеэкрана // Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. М., 2001.
7. Олешко В. Ф. Журналистика как фактор развития новой информационной культуры // Современные социальные коммуникации в системе цивилизации и культуры.
8. Реснянская Л. Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. М., 2000.
9. Урсул А. Д. Отражение и информация. М., 1973.

С. Н. Ильченко

С.-Петербургский гос. ун-т

ЖУРНАЛИСТИКА ИСТОЧНИКОВ ЛЖЕИНФОРМАЦИИ: КРИЗИС ДОВЕРИЯ В УСЛОВИЯХ ШОУ-ЦИВИЛИЗАЦИИ

В статье рассматривается проблема достоверности информации, которая используется современными СМИ. Анализ проводится на примере освещения конфликта на Украине.

Ключевые слова: СМИ, информация, Интернет, достоверность, Украина, шоу-цивилизация.

S. N. Ilchenko

St. Petersburg State University

JOURNALISM OF FALSE SOURCES: CRISIS OF THE TRUST AT CONDITIONS OF SHOW-CIVILIZATION

The article is focused on the problem of reliability of information used by modern media. The analysis is based on the situation in Ukraine.

Key words: media, information, Internet, reliability, Ukraine, show-civilization.

Информационная картина мира, которую нам ежедневно рисуют СМИ, на первый взгляд кажется многообразной и предельно насыщенной. Однако если бросить более внимательный взгляд на источники, которыми пользуются традиционные медиа, то мы можем обнаружить весьма любопытные закономерности. Для сравнения возьмем стартовые страницы самых востребованных сетевых ресурсов Yandex.ru и Mail.ru по состоянию на 1 января 2015 г.

Mail.ru:

1. Россиян призвали не переедать и не напиваться в праздники.
2. Эксперты высказали новую версию гибели самолета AirAsia.
3. Российский дипломат заявил о наращивании сил со стороны талибов.
4. Париж: РФ получит «Мистрали» при условии мира на Украине.
5. В Шанхае после давки с жертвами отменены новогодние празднования.
6. В ЛНР пообещали не брать украинских военных в плен.
7. Журналистов LifeNews избили в ходе факельного шествия в Киеве.
8. СМИ: 2015 год обещает стать успешным для мирового кинематографа.

9. Жанна Фриске впервые за время болезни вышла в свет.

10. Цены на автомобили: россиянам сделали маленький подарок. Выберите свой город из списка. Вы находитесь в городе? Да. Нет.

Yandex.ru:

1. В Шанхае установили личности 33 из 47 пострадавших в давке.

2. На корреспондента LifeNews напали участники факельного шествия в Киеве.

3. Уничтоженный в Чечне боевик готовил серию терактов.

4. Литва с 1 января официально вступила в еврозону.

5. «Манчестер Юнайтед» на выезде сыграл вничью со «Сток Сити».

Даже беглый сравнительный анализ оперативной новостной информации, выложенной на стартовых страницах двух интернет-ресурсов, демонстрирует диаметрально расхождение между тем, как видят творцы контента картину текущих суток в одном случае и как — в другом. Можно установить совпадение только в двух позициях: относительно трагических последствий новогодней давки в Шанхае и нападения на российских журналистов в Киеве во время бандеровского марша. В том, что даже эти два чрезвычайных события интерпретируются по-разному, смог убедится любой посетитель соответствующего ресурса.

Естественно, что вопрос о том, чья информация более соответствует реальности, возникает у тех, кто читает соответствующие подборки новостей. Достоверность и правдивость информации как следствие надежности ее источников — эти два фундаментальных понятия журналистской практики в условиях доминирования принципов шоу-цивилизации подвергаются мощному давлению сразу нескольких факторов, функционирующих в мировом глобализованном пространстве. Чтобы точнее определить возможную профессиональную терапию, требуется более точно поставить диагноз. А именно: идентифицировать шоу-цивилизацию. По нашему мнению, сегодня под шоу-цивилизацией следует понимать современную систему информационных

связей в социуме, которые характеризуются противоречивыми отношениями между экранной реальностью и эмпирической действительностью, вследствие доминирования визуальных каналов распространения массовой информации и конфликтного взаимодействия в практике медиа объективных и субъективных факторов.

Проще говоря, проблема достоверности информации в социальной практике, в том числе и в журналистике, решается либо простым признанием факта наглядной демонстрации визуального материала, либо попытками визуализации иных вариантов материально фиксированной информации. То есть достоверно только то, что увидела аудитория с помощью визуальных каналов информации: в телеэфире, на видеоресурсах в сети, на полотнах печатных СМИ, на дисплеях гаджетов.

Текстовая или аудированная вербальная информация остается в подобном контексте некоей альтернативой, тяготеющей к достоверности. Правда, и здесь вступают в права не точность, актуальность и правдивость как стимулы профессионализма, а скорость добычи, фиксации, обработки первично полученных данных с последующим максимальным ускорением процесса запуска по всем возможным каналам коммуникации.

В условиях обострения информационного противостояния, спровоцированного государственным переворотом на Украине в феврале 2014 г., вопрос получения аудиторией объективных сведений о событиях в соседней стране, а также вокруг нее отошел для большинства западных медиа (в том числе и самих украинских) на второй план. Подобные трансформации в информационной политике нигде особо не афишировались, но результат, как говорится, налицо. Гораздо важнее стало первенство в навязывании мировому сообществу своей точки зрения на события. Возобладал принцип «скорость важнее точности». И здесь свою манипулятивную и спекулятивную роль как источник непроверенной, но оперативной информации сыграли интернет-ресурсы.

По экспертной оценке, только 4% пользователей Рунета читают новости. То есть доминирующим каналом восприятия информации из сетевых источников остается визуальный, что лишний

раз доказывает известное: принципы отражения реальности посредством каналов массовой коммуникации, определяющие характер шоу-цивилизации, не только живут, но и побеждают.

Показательная тенденция в освещении событий на Украине проявилась в деятельности портала Lenizdat.ru. Руководством данного ресурса был инициирован проект «Хватит.Врать», целью которого были объявлены поиск и дальнейшее разоблачение так называемых укрофейков в деятельности СМИ. Проект стартовал в мае 2014 г. сразу после начала так называемой контртеррористической операции на Юге-Востоке Украины. Тенденциозность замысла, а также его последующего исполнения стали очевидными с первых же подборок. После соответствующей негативной реакции пользователей ресурса авторам проекта пришлось заняться непосредственно поиском оригинальных укрофейков. Однако улов оказался небольшим — были обнаружены всего несколько случаев. Да и связаны они были главным образом с западными СМИ. То есть по факту в проекте получалась односторонняя картина лжи и неправды. Главным «виновником» обострения пропагандистского противостояния по умолчанию становилась российская сторона, краем была задета западная пресса, а украинские СМИ оставались образцами объективности, достоверности и непредвзятости. За 20 выпусков проекта было опубликовано в общей сложности 59 «разоблачений» укрофейков. Из них только 6 (!) имели западное происхождение. Все остальные случаи были приписаны российским медиа и российским журналистам.

В этом проекте обращают на себя внимание два существенных обстоятельства, которые позволяют нам предъявить его авторам гамбургский счет по поводу необъективности. Во-первых, те, кто мониторил наши СМИ в поисках укрофейков, обнаружив их, не оспаривают (за единичным исключением) тех фактов насилия, разрушений и террора, которые принесли с собою на Юго-Восток украинские каратели. Тем самым косвенно соглашаясь с правотой российских СМИ и журналистов. Разоблачаются и критикуются лишь подобранные видеоиллюстрации. Во-вторых, для их «разоблачения» журналисты данного интернет-ресурса используют не

аутентичные свидетельства, зафиксированные в традиционных СМИ (газетах, на радио и в телеэфире), а другие интернет-ресурсы, которые, как известно, требуют тщательной проверки на достоверность и авторство размещенной информации.

Проще говоря, «неправду» сотрудники Lenizdat.ru пытаются «разоблачить» посредством использования весьма сомнительных и недостоверных источников. К сожалению, терпимость к некоторым этическим нарушениям, которые недопустимы в журналистской практике, приводит авторов подобных подборок к профессиональной и человеческой деградации. Достаточно вспомнить, как в одной из подборок укромейков авторы сочили возможным обсуждать гибель журналиста Первого канала *Анатолия Кляна*, высказывая сомнение в достоверности истинной причины его смерти. При этом, естественно, никто не осмелился поставить под сомнение сам факт летального исхода. Однако спекулятивные измышления и лжедоказательства, приводимые авторами этого «журналистского расследования», были лишены не только элементарного сожаления и сочувствия, но даже простой деликатности в отношении коллеги, погибшего при исполнении профессионального долга. И что печальнее всего — под общим трендом «гибель журналиста» снова были привлечены недостоверные источники и информаторы, действующие порою по хорошему известному в журналистской среде принципу, цинично именуемому «ОБС».

За последнее время активность в привлечении подобных лжеисточников приняла мировые масштабы. Известны случаи, когда представительница госдепартамента США *Джейн Псаки* апеллировала к YouTube как к вполне достоверному источнику видеоилюстраций, якобы подтверждающих очередной вымысел западных дипломатов о вводе российских войск на Украину. А инцидент с использованием «картинки» якобы российского танка, заимствованный из популярной компьютерной игры, и вовсе стал классикой того, как лжеинформация проходит своеобразный обряд инициации на достоверность путем озвучивания ее на официальном уровне. От подобных «свидетельств» уже нельзя отмахнуться. Принцип шоу-цивилизации срабаты-

ваит безотказно: аудитории предъявили «видеодоказательства» на уровне официального заявления официальной структуры. *Джордж Оруэлл* по-своему был прав, когда более 70 лет назад утверждал: «Если соблюдаешь мелкие правила, то можно нарушать и большие».

История печальным образом повторяется. В 2003 г. на заседании Совета Безопасности ООН госсекретарь *Коллин Пауэлл* потрясал перед телекамерами на весь мир склянкой с белым порошком, утверждая, что это и есть доказательства наличия у Ирака химического оружия. В нынешних условиях уже достаточно даже не вещественного доказательства в виде склянки с порошком, а всего лишь устного заявления представителя официальной структуры с подобранной из сомнительных источников видеоиллюстрацией. И образ новостного события уже готов. Как говорится в одном отечественном популярном телефильме: «Многие верят».

Самое поразительное в нынешней ситуации открытие связано с деградацией тех основополагающих принципов свободы слова, которыми до поры до времени так самонадеянно кичилось западное профессиональное сообщество журналистов. В 2014 г. как-то по-тихому был отмечен юбилей одного из главных позоров американской власти — 40-летие ухода в отставку президента США *Ричарда Никсона*. К отставке приложили руку два журналиста из газеты «Вашингтон пост» *Боб Вудворд* и *Карл Бернстайн*. Никсон был вынужден покинуть свой пост вследствие раскрытого ими скандала, получившего наименование «Уотергейт». Хорошо известно, что *Вудворд* и *Бернстайн* не только сами добывали сенсационную информацию, но и тщательно перепроверяли ее. Принцип их работы был прост и жесток: главный редактор «Вашингтон пост» требовал от журналистов подтверждения из другого, независимого от первого источника. И они искали эти подтверждения, и находили их, и, что характерно, чаще всего опирались на людские свидетельства, которые получали входя в контакт с людьми, ничуть не скрывая того, что работают на «Вашингтон пост».

В современной ситуации информационного противостояния западные СМИ об этом нисколько не заботятся, выдвигая голос-

ловные утверждения. Либо, как телеканал Euronews, тенденциозно подбирая закадровый текст к соответствующей «картинке». Примеров тому можно приводить бесконечное множество. Нам важно обозначить тенденцию образовавшейся в журналистской практике установки на лжедостоверность либо самой информации, либо ее источника. Пол Лайнбарджер более полувека назад высказался по этому поводу весьма откровенно: «Почти вся эффективная пропаганда — не важно какая — правдива. Просто она использует правду выборочно» [2; 178].

Очевидно также и то, что в современных условиях реализуется концепция сетевидного способа ведения войны, которая была разработана представителями армейских кругов США, а именно — вице-адмиралом США Артуром Цевровски и экспертом Министерства обороны США Джоном Гарстка. Ее суть состоит в организации управления имеющимися ресурсами (войсками, техникой, технологиями) таким образом, чтобы достичь информационного превосходства над противником. При использовании данной концепции информация поступает в обращение не от отдельных так называемых «платформ», а непосредственно из информационной сферы, которая связана с другими сферами (физической и когнитивной). Проще говоря, сфера информации напрямую «завязана» на картину реальности (физическая сфера) и мыслительную деятельность потенциальной аудитории воздействия в различных формах ее проявления (когнитивная сфера).

Все три сферы формируют окончательно сферу «сетевидной войны». Она предусматривает комплексное ведение боевых действий всеми видами и родами вооруженных сил на основе тех преимуществ, которые предоставляет ее пользователям специально формируемое единое информационно-коммуникационное пространство. Оно отформатировано именно таким образом, как это выгодно американской стороне, осуществляющей в отношении Украины вполне конкретную циничную политику использования страны как плацдарма против России. Не реальность диктует информационную политику Белого дома и Киева, а в самом Белом доме пытаются сформировать и навязать миру свой образ реальности, в котором Россия выглядит как агрессив-

ное государство, навязывающее всему остальному миру модель просвещенного авторитаризма.

Мы не станем здесь обсуждать реалистичность подобного видения современной цивилизации, которая на наших глазах трансформировалась в шоу-цивилизацию с ее деформацией отношений между эмпирической действительностью и ее визуальным обликом, транслируемым по всем возможным каналам массовой коммуникации. Сошлемся лишь на авторитетное мнение известного европейского мыслителя *Славоя Жижека*, утверждавшего, что «виртуальная реальность стирает различие между “истинной” реальностью и ее подобием. Это “исчезновение реальности” происходит не только в созданной компьютером виртуальной реальности, но и на более элементарном уровне — в связи с усилением “гиперреализма” образов, которыми бомбардируют нас СМИ, — все чаще и чаще мы воспринимаем их цвет и контуры, но не глубину и объем...» [1; 230].

Показательно, что именно «гиперреализм образа» Майдана, который так тщательно в ноябре-декабре 2013 г. создавали СМИ Запада, был явно односторонним, потому что всем заинтересованным в существовании данного института уличной псевдодемократии было выгодно использовать его как образ мирного протеста. Те же визуальные свидетельства, которые демонстрировали эскалацию насильственных приемов в отношении киевских властей и их защитников, либо игнорировались журналистами, либо интерпретировались как понятная реакция защитников свободы и демократии на действия представителей силовых структур. Видеоинформация, в основном, поступала из сетевых источников. Причем для СМИ разных стран, без исключения. А далее возник миф о снайперах *Януковича*, на которых «повесили» гибель так называемой «небесной сотни», что также явилось еще одним цинично придуманным визуальным образом, работающим на создание виртуальной реальности протеста.

Дальнейшее развитие информационного противостояния обернулось преимуществом наглядности для российских СМИ, которые командировали в район «антитеррористической операции» на Юге-Востоке собственных корреспондентов. Это привело к на-

сущению отечественного телеэфира и соответствующих сетевых ресурсов вполне аутентичной видеоинформацией. И это не могло не сказаться на коррекции общей информационной картины того, что происходило на Украине в течение 2014 г. Трагическая гибель малазийского «Боинга» в июле окончательно обозначила концептуальное различие между Западом и Россией в создании информационной картины украинских событий. Аргументация, изложение фактов и свидетельства, демонстрация соответствующих видеоматериалов с российской стороны неопровержимо указывали на истинных виновников инцидента. Запад и Украина не смогли парировать продемонстрированную фактуру события, что повлекло за собою появление общих демагогических рассуждений и бесосновательных обвинений России в случившемся.

Дальнейшее развитие событий только усугубило расхождение между реальностью происходящих на Украине событий и тем, как они проявляются в медиа разных стран. Реальность политического и экономического кризиса в этой стране оказалась куда сильнее и, если угодно, «реальнее» обвинений России в агрессии против Украины. Создание «образа врага» уже не работало так эффективно, как раньше, в домайдановскую эпоху. Проблема же достоверности встала уже не перед российскими и западными СМИ, а перед украинскими, которым не удалось сменить повестку дня и набор устоявшихся информационных трендов в своей практической деятельности. Тогда как в российском медиaprостранстве произошли существенные изменения, отодвинувшие тему Украины на второй план в связи с возникшими проблемами в сфере экономики.

Если проводить сравнения между медиатрендами двух соседних стран, то станет очевидным дрейф российских СМИ и журналистики в сторону актуализации эмпирической реальности посредством обновления тематического дискурса и повышения степени достоверности как самой информации, так и ее источников. Это выгодно отличается от того, как описывают события внутри собственной страны украинские СМИ. Они стараются «не замечать» стремительную трансформацию общего политического и экономического контекста того, что происходит на Украине в формате кризиса. Соответственно, они окончательно устанав-

ливают разрыв между тем, что происходит в реальности, и тем, как это происходящее отражается в «искусственной реальности», которая формируется усилиями журналистов незалежной. Они нынче исповедуют не журналистику фактов и цифр, а журналистику лжедоказательств и мнений, не подтвержденных конкретной примеров из эмпирической реальности. В целом, подобный тематической тренд можно было бы назвать «триумфом шоу-цивилизации», если бы в перспективе не проглядывалось окончательное превращение всей информационной среды Украины в сферу беззащитной агитации и пропаганды. Об этом свидетельствует намерение руководства страны создать министерство по информационной политике, в котором будут заниматься формированием «правильной» информационной картины мира и контролем деятельности СМИ. Первый звонок уже прозвучал для телеканала «Интер», который попал под подозрение властей Киева ввиду «политической неблагонадежности» и стремления его журналистов поведать своей аудитории хотя бы часть реальной правды о том, что происходит в стране.

Если попытаться прогнозировать развитие журналистики лжеисточников в некоторых странах, то можно с осторожностью утверждать, что в среднесрочной перспективе ее адептов вполне может ожидать системный кризис. Это не может не привести к поиску альтернативных источников информации. Здесь свое слово может сказать сетевая система агрегации информации, но, как мы убедились ранее, и она несовершенна. Однако при выработке известных методов контроля качества и достоверности как самой информации, так и ее источников в сетевых ресурсах вероятно формирование новых центров притяжения аудитории для поиска объективных данных об окружающей эмпирической реальности. Что также потребует своего пристального внимания, анализа и изучения.

Литература

1. *Жижек С.* Чума фантазий. Харьков, 2014.
2. *Лайнбарджер П.* Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания. М., 2013.

И. А. Куксин

С.-Петербургский гос. ун-т

ЯДЕРНАЯ ОТРАСЛЬ В ОТРАЖЕНИИ СМИ: КРИЗИС ОБЪЕКТИВНОСТИ

Сообщения СМИ о происшествиях на атомных станциях вызывают повышенный интерес. СМИ склонны излишне драматизировать ситуацию. ТВ является основным источником негативных эмоций. Кризис доверия к ТВ. Высокая ответственность документалиста за общее качество эфирного продукта.

Ключевые слова: ядерный энергетический комплекс, журналистика кризисных ситуаций, объективность ТВ-документалистики, источники информации.

I. A. Kuksin

St. Petersburg State University

THE NUCLEAR INDUSTRY IN THE MEDIA REFLECTION: CRISIS OF OBJECTIVITY

Media reports about accidents at nuclear power plants generate strong interest. The media tend to overly dramatizing the situation. TV is the main source of negative emotions. The crisis of trust in TV demands high responsibility of documentary for quality of the message.

Key words: nuclear energy complex, journalism crisis situations, objectivity in TV documentary, sources of information.

В настоящее время в мире и в России сохраняется высокий уровень влияния СМИ на общество по сравнению с другими социальными институтами. Актуализируется это влияние в момен-

ты социальной нестабильности. С одной стороны, СМИ обязаны сообщать обществу о существующих угрозах, с другой — порождаемая СМИ интерпретация реальности в моменты нестабильности способна породить дополнительные негативные тенденции, напряженность и коллективный стресс. «Независимо от степени его соответствия величине реальной опасности стресс может накалить общественную атмосферу и повлечь за собой массовое изменение поведенческих установок, а значит и увеличение рискованных действий. При этом реальная или мнимая глобальность происходящих событий может вносить дезорганизацию даже в жизнь тех людей, которые не склонны драматизировать ситуацию» [1; 161–162]. В периоды высокой неопределенности СМИ демонизируют ситуацию, так как с коммерческой точки зрения это становится выгодным.

Сенсация, скандал, секс — исторически наиболее коммерчески выгодные темы для СМИ. Новое время расширило этот ряд, добавив в него кризис, катастрофу, криминал. Не ошибемся, если скажем, что сообщение о чрезвычайном происшествии, ЧС или аварии обязательно попадает на первые позиции в рейтингах новостей телевизионных и радиоканалов. Причем не обязательно, чтобы событие официально было признано чрезвычайным. В такой ситуации сам факт демонстрации сообщения на экране ставит его в разряд уникальных, а следовательно, делает чрезвычайно важным для телезрителя. Такая практика наиболее очевидна в периоды информационного голода, который редакции, как правило, переживают в праздничные и выходные дни.

В качестве примера стоит вспомнить событие, произошедшее на Ростовской АЭС 10 января 2010 г. На энергоблоке сработала сигнализация, и персонал в соответствии с алгоритмом действий в плановом порядке остановил его. С позиции ведомства, занимающегося эксплуатацией российских атомных станций, это событие не имело значения с точки зрения безопасности для населения и окружающей среды. Поэтому официальное сообщение было опубликовано с заметным опозданием и без каких-либо комментариев по принципу: «нет угрозы, нет и комментария», что опять же породило волну слухов, транслируемых СМИ. Ос-

новным, но не единственным источником информации о событии для СМИ послужили сообщения пресс-службы МЧС РФ. Во всех СМИ этот инцидент был назван аварией, а в некоторых чрезвычайной ситуацией.

Аналогичная картина наблюдалась 4 ноября 2014 г., когда на той же Ростовской атомной станции произошло отключение от электрической сети сразу двух энергоблоков. Вновь транслируются сообщения о ЧС и аварии. Вновь стереотип, что любое происшествие на АЭС — это авария, за которой последует выход радиации и т. д. — вытесняет реальность. Весной 2007 г. подобные сообщения привели к массовому психозу жителей южных российских регионов. В 2008 г. с ложными сообщениями об аварии на Ленинградской АЭС столкнулись жители Ленинградской области и Санкт-Петербурга. После этих событий появилось определение информационной атаки на объекты ядерной отрасли, но до сих пор не проанализированы причины и последствия коллективного стресса, а также роль СМИ в кризисных ситуациях.

Любое современное крупное производство является потенциально опасным. Предприятия ядерного комплекса в силу своей специфики отнесены к разряду особо опасных. Последствия любой аварии могут повлиять на принятие политических и стратегических решений на государственном уровне. Как это случилось, к примеру, в Германии, Италии, Швейцарии и ряде других стран, заявивших после аварии на АЭС «Фукусима-1», что они отказываются от развития атомной энергетики. В кризисные моменты авторитет европейских стран способен повлиять на принятие решений другими странами, особенно относящимися к разряду развивающихся. Парадоксальным образом отсутствие объективной информации о происходящем вокруг АЭС, о причинах и последствиях аварий прямо или косвенно становится выгодно корпорациям, занимающимся ядерными технологиями, поскольку они в такой ситуации могут рассчитывать на дополнительное финансирование из государственного бюджета на обеспечение, возможно, избыточных, но крайне затратных мер безопасности. Любое сообщение об изменении стабильной работы предприятий ядерного энергетического комплекса обладает

достаточным потенциалом для трансляции в СМИ. Актуальным остается вопрос о том, насколько объективно СМИ способны исследовать тему, касающуюся вопросов безопасности ядерных технологий. Для этого мы проанализируем некоторые материалы, вышедшие в эфир федеральных российских ТВ-каналов и посвященные природно-техногенной ЧС на АЭС «Фукусима-1».

16 декабря 2014 г. агентство ТАСС сообщает, что «японский город Фукусима — столица одноименной префектуры, сильно пострадавшей от землетрясения, цунами и аварии на АЭС в 2011 г., — рассчитывает принять у себя часть соревнований летних Олимпийских игр, которые пройдут в Токио в 2020 г. Об этом заявил губернатор Фукусимы Масао Утибори» [4]. Обращает на себя внимание и тот факт, что, по информации ТАСС, «16 декабря 2011 года правительство объявило, что ситуация на АЭС стабилизирована, все три проблемных реактора (1-ый, 2-ой и 3-ий) аварийной АЭС приведены в состояние холодной остановки, уровень радиации у границ территории станции — ниже 1 миллизиверта в год (допустимая в Японии норма для человека)» [5]. Таким образом, прошло уже более трех лет, как ситуация вышла из разряда чрезвычайных. Тем не менее в эфире российского государственного телевидения она оценивается устрашающе.

Стоит обратить внимание на выпуск информационной программы «Вести» [6], в которой в центре внимания оказывается тема ЧС на АЭС Фукусимы. На этот раз информационным поводом стало сообщение, вероятно, пришедшее по каналам международной связи (в самой программе не было указания на источник информации). Тема аварии актуализируется в шпигеле программы. Ведущая сообщает, что «70 тонн радиоактивной воды на АЭС Фукусима хлынуло на рабочих. Они получили облучение в миллион (!) раз выше допустимого. Япония не знает, что делать со своим Чернобылем». Уже в самом выпуске программы эта цифра увеличивается в десять раз. Сообщается, что уровень радиации «в десять миллионов раз превышает норму», персонал получил «сильнейшее облучение». Видеоряд не дает представления о развитии чрезвычайной ситуации, так как показаны случайные кадры, на которых некие люди в спецодежде выполняют

ремонтные работы, размеренно передвигаясь по промышленной площадке. Броское эмоционально насыщенное сообщение привлекает внимание, но порождает вопросы, ответы на которые зритель вынужден искать уже в других источниках. Сравнение с Чернобылем порождает определенный страх перед происходящим, беспомощность и тревогу. *Н. Луман* обращает внимание на факторы отбора новостей: «Удаление (места события. — *И. К.*) должно компенсироваться значимостью информации или ее странностью, эзотеричностью, которые одновременно информируют и о том, что здесь у нас вряд ли бы случилось нечто подобное» [2; 58].

В качестве еще одного примера обратим внимание на документальный 49-минутный фильм «Мифы и страхи», созданный по заказу ГК «Росатом» и показанный по каналу «Россия» [7]. Журналист пытается рассказать о том, что происходит на зараженной территории спустя год после аварии (11 марта 2012 г.). В фильме эксперт утверждает, что «ни одного случая переоблучения, ни одного факта летального исхода» в связи с аварией на АЭС Фукусима-I не зафиксировано. «Слухи явно преувеличены», сообщает корреспондент, но тональность аудиовизуального сопровождения вступает в очевидное противоречие с текстом автора (нейтральные планы сопровождаются тревожной музыкой, авторский текст звучит с надрывом, сбиваясь на пафос), что вносит определенный диссонанс в восприятие информации.

В ходе повествования возникает путаница в оценке произошедшего на АЭС. По оценке МАГАТЭ, на АЭС Фукусима-I произошла авария, в тексте же авария называется катастрофой или инцидентом, что, по сути дела, является подменой понятий, искажающей фактический смысл документального фильма. Здесь же сообщается о том, что во время взрыва водорода на аварийном энергоблоке фиксировалось повышение радиационного фона в непосредственной близости от корпуса реактора до тысячи микрозивертов в час, что не может привести к развитию лучевой болезни у населения, находившегося в десятках километров от аварийной станции. В финальных титрах авторы сообщают о поддержке со стороны представителей ГК «Росатом» и о том, что

все права на фильм принадлежат одной из организаций, финансируемых за счет средств корпорации. Зрителю дают понять, что содержание эфирного материала было согласовано с заказчиком, что может вызвать определенные сомнения в объективности документального фильма.

Неверное понятие искажает смысл самого события, ведет к ошибочному пониманию проблемы и, как следствие, к возможным неэффективным или неправильным решениям. Кризисная ситуация включает в себе источники неопределенности: различные точки зрения на происходящее, представления о причинах и вариантах развития ЧС. ТВ в такой ситуации можно рассматривать как основной и наиболее эффективный канал информации. При четком понимании задач и ответственности ТВ способно снизить уровень неопределенности или, напротив, повысить уровень социальной тревоги.

Зачастую незначительное на первый взгляд происшествие стараниями именно журналистов разрастается до чрезвычайных масштабов и начинает жить и развиваться по законам своей виртуальной жизни, не имеющим ничего общего с реальностью. М. Фуко обращает наше внимание на следующий факт: «когда ведущий на радио или телевидении вам что-то объявляет, независимо от того, верите вы или не верите, все это начинает действовать в головах тысяч людей как истина исключительно потому, что это произнесено таким вот образом, таким тоном, определенным лицом и в определенное время» [3; 73-74.]

Текст в телевизионном сообщении, как правило, выражает позицию автора, определяет угол подачи материала. Журналист, работающий в зоне ЧС или освещающий ЧС, должен обладать базовыми знаниями по теме исследования и строить свой материал, опираясь на оценки специалистов, а не на существующие в обществе стереотипы. Второй фактор охватывает прогнозирование последствий выступлений в СМИ, эффективности и результативности журналистских материалов, вопросы этики журналиста, а также эмоциональную сбалансированность.

Основная задача ТВ-документалистики — это предоставление объективной информации. Не вызывает сомнения тот факт, что

в моменты кризисных и чрезвычайных ситуаций аудитория в первую очередь обращается к СМИ в поисках ответов на вопросы о том, насколько происходящее угрожает жизни и здоровью и какие меры необходимо предпринимать для обеспечения собственной безопасности.

То, что отечественное телевидение переживает кризис доверия, в очередной раз подтверждают данные июньского опроса 2014 г. Левада-Центра: «Больше всего россияне доверяют телевидению, хотя бы потому, что это наиболее распространенный источник информации. Однако доверяют телевизору далеко не все, кто его смотрит (по стране это около половины населения, в Москве — 65% респондентов). Также последние три-четыре года растет доля россиян, сомневающих в объективности новостных программ на центральных телеканалах. Однако это никак не отражается на потреблении телепрограмм: ТВ — главный источник информации и для тех, кто ему доверяет (для 92% этой группы), и для тех, кто ему не доверяет (для 88% соответственно)... Критическое отношение к получаемой информации затруднено. Это лишний раз подтвердила кампания освещения событий в Крыму и Украине: чем дольше освещались по ТВ эти сюжеты, тем меньше сомнений в их объективности оставалось у россиян» [8].

Итак, несмотря на то, что развитие ядерно-энергетического комплекса в России является государственным приоритетом, в моменты повышенной неопределенности получить через СМИ объективную информацию о безопасности АЭС и рисках, связанных с использованием ядерных технологий, крайне сложно. ТВ как основной источник информации, как правило, формирует алармистские настроения. Журналистам, не имеющим специальных знаний и опыта работы по освещению ЧС, крайне сложно подготовить качественный контент. В таких ситуациях журналисты подвержены влиянию стереотипов, бытующих в обществе.

В ТВ-документалистике, посвященной исследованию ЧС техногенного характера, видеоряд вступает в смысловое противоречие с журналистским текстом и затрудняет формирование целостного представления о происходящем. Использование видеоархива с кадрами взрывов, разрушений и др. в качестве ос-

новного видеоряда способно формировать заведомо негативное отношение к происходящему. В условиях техногенной катастрофы важным на практике становится понятие «социальная ответственность журналистики». Социальная ответственность прессы заключается прежде всего в ее способности объединить общество и государство для преодоления последствий катастрофы и защиты от техногенных рисков в будущем.

Литература

1. *Зубков В. И.* Социологическая теория риска. М., 2009.
2. *Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2012.
3. *Foucault, M.* Truth and power // Rabinov, P. The Foucault reader. New York, 1984.
4. URL: <http://tass.ru/sport/1650398>.
5. URL: <http://tass.ru/arhiv/690272>.
6. URL: http://russia.tv/video/show/brand_id/5402/episode_id/658743.
7. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=FMMbCBu5iU>.
8. URL: <http://www.levada.ru/books/stal-dostupen-otchet-rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet>.

Е. П. Почкай

С.-Петербургский гос. ун-т

КАТЕГОРИЯ «ДРУГИЕ» В ЭТНОГРАФИЧЕСКИХ ЭКРАННЫХ ПУТЕШЕСТВИЯХ

Автор рассматривает разные подходы к подаче материала о героях в этнографических экранных путешествиях. Выделяются два направления в создании образа «Других». Создание негативного образа используется преимущественно в шокументальном кино (мондо-документалистике), основоположником которой считается *Г. Джакопелли*. Создание образа положительного героя преобладает в современных российских трэвел-передачах. Истоки этого направления лежат в творчестве *Р. Флаэрти*.

Ключевые слова: категория «Другие», этнографическая журналистика, толерантность, ксенофобия, шоументалистика, экранная трэвел-журналистика.

E. P. Pochkay

St. Petersburg State University

THE CATEGORY OF “OTHERS” IN THE ETHNOGRAPHIC SCREEN TRAVEL

The author examines different approaches to presentation of the characters in the screen ethnographic journeys. There are two directions of creating an image of “others”. Creating a negative image is used primarily in shockumentary movie (mondo-documentary) founded by *G. Jacopetti*. Creating an image of a positive hero is the dominant direction of modern Russian travel programs. The origins of this trend are in the works of *R. Flaherty*.

Key words: category of “Others”, ethnographic journalism, tolerance, xenophobia, shockumentary, screen travel journalism.

Функциональные характеристики экранной трэвел-продукции разнообразны. В первую очередь, конечно, это познавательная функция. Зритель погружается в неизвестные ему пространства и измерения, получает знания о мире, которые преподносятся в легкой и доступной форме. Зрелищность трэвел-передач позволяет зрителю быстро воспринимать информацию о разных уголках планеты, получать яркие впечатления об увиденном. Экранные путешествия выполняют также рекреационную, развлекательную, гедонистическую функции, помогают снимать стрессы. Эти передачи формируют романтические настроения человека, воспитывают экологическое и эстетическое чувства, оказывают влияние на формирование толерантного отношения к другим культурам.

Из потенциала перечисленных функций складывается идеальная модель трэвел-произведения. В реальной же экранной продукции в каждом конкретном документальном цикле, в каждой передаче мы часто сталкиваемся с деформированием, искажением этих важных функциональных характеристик. Более того, нередко мы обнаруживаем дисфункциональные явления, когда та или иная функция предстает перед нами своим полнейшим антиподом. В данной статье речь пойдет о толерантности, о ее трансформации в тех или иных экранных путешествиях вплоть до ее отрицания, выражающегося в таком дисфункциональном явлении, как ксенофобия.

Сразу оговоримся, что эти две категории (толерантность и ксенофобия) в классических своих представлениях не совсем четко отражают сущность тех явлений, которые мы наблюдаем в экранных путешествиях. Обычно так обозначаются характеристики реальных или предполагаемых взаимодействий разных групп людей, чаще всего это связано с какими-нибудь политическими, социальными ситуациями, вовлекающими сообщества в обсуждение взаимоотношений. Трэвел-журналистика изначально дистанцирует зрителей от вовлеченности в эти проблемы, она, в отличие от информационной и аналитической журналистики, не ставит цели совместного сосуществования, не формулирует согласованные цели дальнейшего совместного развития [3; 15].

Зритель смотрит эти передачи с целью получения познавательной информации, чтобы развлечься, отвлечься, получить удовольствие от увиденного на экране. Во время просмотра он может любоваться людьми, с которыми знакомят его авторы, или насмехаться над их обычаями, или ужасаться от их действий. Но все это не обязательно превращается в стойкие чувства и отношения, которые приводят к толерантности или ксенофобии, когда увиденных людей он будет воспринимать как своих или как чужих.

Но, тем не менее, именно при просмотре трэвел-программ особенно ярко проявляется одна из базовых особенностей человеческой природы — стремление делить мир на «Мы» и «Они». Не всегда это оценивается как «Свои» и «Враги». Отношение к

другим может складываться на основе либо отстраненного нейтрального интереса, либо естественного любопытства, соединенного с чувством некоторого изумления, даже если они попадают, по определению зрителя, в категорию дикарей. Есть такое понятие «стигматизированные „Чужие“». Под стигматизацией в современном социально-психологическом значении понимается приписывание кому-либо определенных черт, признаваемых обществом отрицательными. Социальные стигмы — это характеристики человека «отклоняющегося, ущербного, ограниченного, дефективного и в целом нежелательного» [10]. Когда подобных людей мы встречаем в ближайшем окружении, мы выделяем их посредством дискриминации, далеких чужих мы рассматриваем с других, более отстраненных позиций.

Существует целое направление в экранных путешествиях, героями которых являются «стигматизированные „Чужие“». Это направление получило название «шокументальное кино» (шок + документалистика), «шокьюментари» или «мондо-документалистика». Название «мондо» произошло от картины *Mondo Cane* — «Собачий мир» (1962), снятого итальянским журналистом *Гуальтьерио Джакопелли* вместе с оператором *Франко Просперу* [8]. Фильм «Собачий мир», показывающий причудливые и необычные ритуалы, собранные со всего света, дикие и невероятные кадры разнообразных обрядов и обычаев, странные сцены человеческого поведения, в свое время произвел в киномире эффект разорвавшейся бомбы. Критики назвали содержание картины «калейдоскопом человеческих мерзостей», но публика приняла фильм с восторгом.

Джакопелли в своем первом фильме не ограничивал себя определенным регионом. Была показана изнаночная жизнь некоторых европейских городов, попали в фильм и японские обычаи, и сексуальная жизнь Нью-Йорка. Наибольшее количество материала журналист привез из Африки.

В дальнейшем «мондо-документалистика» осваивала в основном два континента: Африку и Азию, как наиболее экзотические регионы в глазах европейцев. Сам *Джакопелли* в 1964 г. представил фильм «Прощай, Африка», превзошедший по кровавости

и жестокости его же «Собачий мир». В 1982 г. итальянцы Альфредо Кастильони, Анджело Кастильони, Гуидо Геррасио создали фильм «Шокирующая Африка», сумев потрясти зрителя кадрами искусственной дефлорации девушек и сексуальной инициации мальчиков, которая по существу представляла собой изнасилование испуганного сопротивляющегося подростка на глазах у всей деревни. События эти показаны на экране почти в реальном времени, крупными и длинными планами, с мельчайшими подробностями.

Азиатское направление представлено целой серией фильмов: «Шокирующая Азия» (1974) Рольфа Олсена, его же «Шокирующая Азия-2. Последнее табу» (1985), «Шокирующая Азия-3. Во власти тьмы» (1995) режиссеров С. Квонг и Такафуми Нагаминэ. И в XXI в. «Шокирующая Азия» продолжала «кошмарить» зрителя. Автор просит прощения за вульгаризм, но фильм 2003 г. (режиссер Макс Стил) так и назывался — «Новая шокирующая Азия. Кошмар продолжается». Вся эта серия выходила в прокат и на телеэкран (канал «Дискавери») под двумя названиями. Второе название у всех было Mondo Cane Oggi — «Собачий мир сегодня».

Основные тематические направления шокирующей документалистики — это изощренные сексуальные обычаи, бессмысленная жестокость, натуралистические лики смерти. Все это заставляет зрителя содрогаться, но при этом мы понимаем, что фильмы только имитируют познавательное документальное кино: «В самом слове „мондо“ (итал. „мир“), давшем жанру название, содержится коннотация зрительского отчуждения от происходящего на экране: все эти странности и ужасы происходят „где-то в мире“, их совершает другой и не здесь» [1]. Для формирования зрительского ксенофобского восприятия, подчиненного логике угрозы и законам страха, при всей жесткости получаемой информации нет достаточной мотивации. Из-за дальности расстояний враждебными «Чужими» в глазах зрителя персонажи фильмов становятся не всегда, хотя и попадают порой в категорию «дикарей» или «бес-тий», как их называет Рольф Ольсен.

Вследствие этого же отчуждения у зрителя недостаточно развиваются и элементы сочувствия, сопереживания героям, нахо-

дящимся в шоковой ситуации. В мондо-фильмах используется своеобразный контрастный прием, тоже сохранившийся со времен первого «Собачьего мира», — невыносимые в своей жестокости и абсурдности сцены сопровождаются невыразительным закадровым голосом, совершенно лишенным драматических интонаций. Авторские эмоции здесь излишни, так как большинство кадров снято в стилистике жесткого шок-контента. И этого вполне достаточно, чтобы вызвать у зрителя шквал отрицательных эмоций: ужас, отвращение, негодование.

Исследовательница трэвел-журналистики *И. В. Показаньева* отмечает, что такая журналистика создается по принципу поиска противопоставлений в различных социокультурных категориях: «В частности, соотношение „мы — другие“ часто носит характер превосходства одних над другими, более развитой цивилизации над „отсталой“ культурой страны третьего мира» [9]. Причем для многих трэвел-журналистов представляют интерес именно элементы этой отсталости: «Африка забыла прекрасное дикое время, когда не стеснялась наготы, почти в любой деревне теперь есть мобильники и машины, — сетуют авторы цикла «Этнотуры» журнала *National Geographic*. — Мы предлагаем отправиться в места, где народы все еще хранят аутентичные традиции и куда пока не добрался большой бизнес» [12]. Подобным образом высказывается и ведущий передачи «Мир наизнанку» (канал 1+1) *Дмитрий Комаров*: «...сегодня уже практически не осталось мест, где вообще нет туристов. Зато остались места, которые цивилизация испортить еще не успела. И нам — именно туда» [7].

К чести авторов этих высказываний в своих трэвел-произведениях они не концентрируют свое внимание на «человеческих мерзостях», однако в каждой стране журналисты ищут шоковую информацию. *Д. Комаров* много путешествовал по Индии, Вьетнаму, Африке. Африка в его фильмах это шок для зрителя, да и для него самого. Шокирует, например, племя мурси. Девушка берет лезвие и на руке делает себе глубокие надрезы. В племени хаммер на празднике мужчины берут плетки и в знак любви избивают своих женщин до крови. В Эфиопии перед постом и на Пасху массово едят сырую говядину, и на свадьбах тоже все ее

едят. «Для них это нормально. Для нас, конечно, шок. Шок каждый день, за каждым поворотом» [7].

И. Н. Блохин, выделяя этнографическую журналистику, посвященную жизни и культуре экзотических и реликтовых народов, ее культурно-реляционные функции связывает с проявлением ролевого поведения журналиста в инокультурной среде [2; 55–56, 91]. Д. Комаров при всем тяготении к шоковой информации, постоянно находясь в кадре, своими шутками, улыбкой, доброжелательными интонациями во многом смягчает эпатажные ситуации. Но он не дает зрителю забыть, что имеет дело с людьми, далекими от цивилизации: «Мы с разных планет, с разным образом мышления», — неоднократно подчеркивает он, когда рассказывает о своих героях. «У нас разный взгляд на жизнь, разный менталитет» [6], — добавляет он. Эта установка помогает в общении, потому что автор все время помнит, что имеет дело с «Иными», «Другими», и не трется от них многого.

Однако такая позиция, строящаяся на чувстве превосходства, мало способствует, на наш взгляд, воспитанию у зрителя полноценного толерантного отношения к носителям другой культуры, понимания их образа жизни, обычаев, традиций. Поэтому нам понятны нотки огорчения и даже обиды за родной континент в словах доцента Российского университета дружбы народов *Кинфу Зенебе Тафессе*, имеющего африканские корни, который отмечает, что для журналистов сегодняшняя Африка это Африка эпохи, предшествовавшей получению независимости, та же мифическая и экзотическая. Конечно, он не считает реальную ситуацию на континенте абсолютно благополучной. «Но опыт развития человечества, — пишет он, — показывает: безнадежность часто сосуществует с созидательностью» [5; 31–32].

На российском телевидении немало трэвел-передач, в которых журналисты именно через образы положительных героев стараются привить зрителям любовь к стране и ее жителям. Это позитивное направление экранных путешествий начало развиваться в начале 1920-х гг. Уже тогда американец *Роберт Флаэрти* открыл новое направление в развитии кинопутешествий —

показ страны именно через положительного героя: «Флаэрти не мог допустить в свой мир зло, насилие, дисгармонию. Он словно наложил „табу“ на все ужасное и безобразное, жестокое и отвратительное, словно одно только упоминание об этом могло вызвать зло, а умолчание о нем способно уберечь от него мир» [11; 7].

В 1922 г. вышел фильм «Нанук с Севера» об эскимосах, живущих в суровых условиях Канадского Заполярья. С самого начала фильма автор задает зрителю позитивный настрой на восприятие увиденного, говоря о том, что здесь «проживают самые бодрые во всем мире, бесстрашные, привлекательные, беззаботные эскимосы». Автор поставил целью рассказать зрителю о традициях и образе жизни населения через главного героя — *Нанука*, и зритель чувствовал авторскую доброту, уважение, любовь к своему герою. *Флаэрти* готов был смотреть на него бесконечно, ему все было интересно: как он охотится на моржей, как ищет место для зимней стоянки, как разжигает печь. Благодаря такому уважительному, доходящему до восхищения отношению зрители были покорены *Нануком* и героями других фильмов *Флаэрти*: «Моана» (1926) и «Человек из Арана» (1934).

В Советском Союзе большой вклад в развитие позитивного направления трэвел-журналистики внес *Владимир Шнейдеров*, ставший профессиональным кинопутешественником, а также первым ведущим программы «Телевизионный клуб кинопутешествий». У *Шнейдерова* был свой творческий принцип под названием «три К»: «на красивой земле, красивые люди, красиво трудятся» [4]. Этот принцип путешественник последовательно реализовывал в многочисленных кинолентах: «По Самарканду» (1924), «Великий перелет» (1925), «По Узбекистану» (1926), «Эль-Йемен» (1930).

Из современных экранных путешествий мы хотим выделить две передачи: «В поисках приключений» *Михаила Кожухова* и «Одна на планете» *Анастасии Чернобровиной*. Оба журналиста много путешествовали и по Африке, и по Азии, местную культуру оба презентуют через положительных героев, представителей этнической группы. Но у каждого свой особый подход.

М. *Кожухов* не путешествовал по достопримечательностям страны и не искал райские уголки. На некоторое время ведущий становился одним из жителей страны. Включаясь в жизнедеятельность местных обитателей, он познавал местные профессии. Через них и людей, владеющих этими профессиями, зритель получал представление о стране. Журналист выбирал уникальные, особые, характерные для данного региона занятия. Для него нет неблагодарной работы, каждая профессия подается как творческая. На экране мы видим людей, вкладывающих все силы и мастерство в труд. Герои *Кожухова* всегда красивы в сосредоточенности и погруженности в свое творчество, а то, что эти профессии уникальные, придает особую прелесть экранному действию.

А. *Чернобровина* выбрала иной путь погружения в местную культуру. Она снимает все, что ей кажется увлекательным, все самое «солнечное» в стране, по которой она путешествует. В Японии ведущая встречает лучезарную девушку рикшу и с любовью представляет ее телезрителю: «И все-таки я нашла самую улыбчивую девочку в Токио. Кажется, она вобрала в себя весь позитив, сотканный из родительского тепла и природного очарования. Мико никогда не носит каблуки и мини-юбки. Она не любит ездить в такси и на общественном транспорте, только ходит пешком».

Журналистка много беседует со встречаемыми людьми о важных вопросах, которые одинаково интересны для жителей любой страны, старается понять, о чем они думают, мечтают. Например, в Японии ее интересовало, какую роль играют мужчины в жизни женщины. Она задавала этот вопрос молоденьким девушкам-студенткам, зрелым и пожилым женщинам и с удивлением узнала, что в жизни современных японок мужчины давно не играют ведущей роли. А в Исландии, наоборот, ее героини считают, что мужчины — очень важный элемент их жизни. Каждого своего героя или героиню автор старается представить как человека, обладающего набором лучших национальных качеств. В Азербайджане ей настолько понравились местные жители, что она с восторгом произнесла: «Я так счастлива, что все-таки не одна на планете!».

Такой гуманистический посыл журналистки — это больше, чем толерантность, больше, чем уважение и терпимость, через которые часто определяют толерантность, больше, чем ценностное согласие, проявляемое по отношению к «Другому». Здесь размываются границы между «Своими» и «Другими».

Мы рассмотрели несколько классификационных моделей категории «Другие» в экранных путешествиях: «Другие Чужие», «Другие Иные», «Другие Свои», которые отражают разнообразие ролевого поведения журналиста в инокультурной среде. Благодаря яркой зрелищной форме экранные произведения, в которых используется та или иная модель, находят своего зрителя, но, обладая разным познавательным, а главное, нравственным потенциалом, они обладают и разным набором функциональных характеристик. В первых двух группах эти характеристики сводятся преимущественно к одной функции — развлекательной, третья группа произведений обогащается многими другими. Такие произведения формируют романтические настроения человека, выполняют рекреационную и гедонистическую функции, воспитывают эстетическое чувство и способствуют нравственному формированию личности.

Л и т е р а т у р а

1. *Алешичева Т.* В документальном кино умирают дважды. URL: <http://seance.ru/n/32/shockumentary/v-dokumentalnom-kino-umirayut-dvazhdy/>.

2. *Блохин И. Н.* Журналистика в мире национальных отношений: политическое функционирование и профессиональное участие. СПб., 2008.

3. *Блохин И. Н.* Толерантность в журналистике как принцип коммуникативного действия // Говорит и показывает кафедра телерадиожурналистики. Вып. 4. СПб., 2014.

4. *Демин Д.* Владимир Адольфович Шнейдеров. Хоть на край земли, хоть за край // Журнал виртуальных путешествий «Вокруг света». URL: <http://vokrugsveta.com/index.p>.

5. *Кинфу З. Т.* Российский журналист об Африке: примитивный и экзотический образ континента // Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития. Ч. 2. М., 2004.

6. *Комаров Д.* О том, что нужно знать тем, кто собирается в Африку. URL: http://travel.1plus1.ua/smi_o_nas/.

7. *Комаров Д.* Сначала змея меня не укусила. URL: http://www.prostoturist.com.ua/intervyu/intervyu/dmitriy_komarov_veduschiy_programmy_mir_naiznanku.

8. *Меренков С.* Гуальтиеро Джакопелли и Франко Проспери — отцы «MONDO» жанра. URL: http://cultci-nema.ru/additional/articles/mondo_films.

9. *Показаньева И. В.* Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. 2013. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385>.

10. *Солдатова Г. У., Макарчук А. В.* Методическое пособие по проблемам профилактики ксенофобии и экстремизма. URL: http://skosh2.do.am/load/materialy_pedsovetov/metodicheskoe_posobie_po_probleмам_profilaktiki_ksenofobii.

11. *Фирсова Д.* Флаэрти и его фильмы // Флаэрти Р. Статьи. Свидетельства. Сценарии. М., 1980.

12. *Холопов А.* Этнотуры // National Geographic. 2014. Апрель — май.

О. С. Путинцева

С.-Петербургский гос. ун-т

А. В. Фатеев

Челябинский гос. ун-т

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА ПОНИМАНИЯ (ИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОПЫТА)

Статья представляет собой обобщение и осмысление профессионального опыта авторов по проектированию специализированного сетевого издания «Петербургский авангард». Базовый тезис: культура понимания в журналистике должна присутствовать на всех этапах жизни медиа: концепция, производство и использование.

Ключевые слова: культура понимания, принцип понимания, сетевые медиа, медиапроектирование.

O. S. Putintseva

St. Petersburg State University

A. V. Fateev

Chelyabinsk State University

REALIZATION OF THE UNDERSTANDING PRINCIPLE (ON PROFESSIONAL EXPERIENCE)

The article represents generalization and comprehension of the authors' professional experience on media engineering for the specialized network resource "Petersburg Vanguard". The basic thesis is: the culture of understanding has to be a main character of media engineering, producing, and using.

Key words: culture of comprehension, understanding principle, online media, media engineering.

Исторически проект «Петербургский авангард» развивался на базе информационно-аналитического агентства «Росбалт» с 2010 г. при финансировании из средств гранта правительства Санкт-Петербурга. Он представлял собой серию интервью «с горожанами, находящимися впереди, в авангарде культуры и искусства» (цитата из лидер-абзаца интервью). В 2013 г. контент проекта дополнился картой, демонстрирующей объем проделанной за четыре года работы, где все материалы соотносились с определенными местами в Петербурге, отмеченными цветными точками. В 2014 г. возникла идея наделить «Петербургский авангард» относительной независимостью от информагентства, спроектировав самостоятельный веб-сайт, посвященный культуре города.

Новый сетевой медиапроект тогда имеет перспективы, когда он понятен пользователю. Поэтому культура понимания в журналистике должна присутствовать на всех этапах жизни медиа: концепция, производство и использование. Реализация принципа понимания на каждом из этих этапов имеет свои особенности.

До выявления потенциальной рыночной ниши и проведения необходимых медиамаркетинговых процедур концепция была очерчена географически (Санкт-Петербург) и тематически (культурная тематика). Существовали некоторые представления о целевой аудитории, большую часть которой, по крайней мере первоначально, составят читатели «Росбалта», то есть люди старше 35 лет, среди которых незначительно преобладают мужчины. Основная часть контента будет представлена в текстовом формате с мультимедийными вставками графических, аудио- и видеоматериалов.

Сегментирование городского медиарынка было затруднено отсутствием общепринятой типологии интернет-СМИ, которую можно было бы применить к потенциальным конкурентам. За основу нами было взято деление интернет-ресурсов, позиционирующих себя как СМИ, на три группы: те, которые существуют только в Интернете и не имеют печатных аналогов, онлайн-версии печатных изданий и смешанные ресурсы, которые производят собственные оригинальные материалы и перепечатывают информацию, ранее опубликованную в бумажной версии «материнского» журнала или газеты [5; 157]. В ходе мониторинга к группе только онлайн-медиа были причислены отделы по культуре петербургских и общероссийских информационных агентств («Фонтанка.ру» и «БалтИнфо», региональные представительства ТАСС, «Интерфакса» и др.), интернет-газеты и журналы соответствующей тематики («Бумага», «Город 812», «Peterburg2.ru» и др.), а также площадки в социальных сетях, чья аудитория превышала 20000 подписчиков («KudaGo: Петербург», «Петербург.ру» и др.). Вторую группу составили онлайн-версии петербургских газет (тематические разделы «Делового Петербурга», «Петербургского дневника» и пр.). Самыми заметными среди смешанных ресурсов стали региональные интернет-версии общероссийских газет (например, «Комсомольской правды»), а также сайт журнала «СОБАКА.RU».

Анализ содержательной части отобранных медиа показал наличие информационных, аналитических и развлекательных материалов различных жанров. Новости и информация

делового характера; освещение мероприятий через анонсы, репортажи, отчеты; интервью, колонки, реплики и комментарии известных деятелей культуры или экспертов в соответствующих областях; рейтинги и подборки культурного контента; проблемно-аналитические статьи, чаще с уклоном в экономическую или социальную тематику. Проанализированный материал не обнаружил в себе бытописания и потенциала создания в восприятии пользователя цельной и живой картины, иными словами — жизненной ткани того, что мы называем петербургской культурой. В определенном смысле это и отсутствие культуры понимания.

В результате маркетингового исследования «Петербургский авангард» стал позиционироваться как специализированное городское сетевое издание о «живой» культуре, ориентирующееся на аудиторию старше 35 лет. Таким образом, единственным медиа, который мог бы стать полноценным конкурентом проекта, стал петербургский онлайн-ресурс ART1, посвященный визуальным направлениям в искусстве, главной установкой которого был «авторский взгляд на происходящее на арт-сцене Санкт-Петербурга» [3]. На момент написания статьи инвесторы ART1 объявили о смене формата проекта на «событийный».

Разработка концепции медиапроекта на основании маркетинговых выкладок, формулировка миссии и цели, кристаллизация редакционной идеологии и т. п. определяют уровень юзабилити ресурса, одного из ключей к реализации принципа понимания. В медиапроектировании по поводу юзабилити возникает два вопроса: как аудитория будет использовать ресурс и как, вследствие этого, ресурс должен быть организован?

Отражение того, что выше было названо жизненной тканью, предполагает высокий уровень юзабилити. Основываясь на этом, а также на собранном за четыре года существования «Петербургского авангарда» контенте, в структуру проекта мы заложили три составляющие: новости, интервью, карта (события, люди, места). Говоря о структурировании и заполнении структуры содержанием, мы переходим непосредственно к этапу производства медиа.

Новости делают «живым» любой медиапроект, однако, как выяснили исследователи компании «Яндекс» в январе-июне 2014 г., только 4% российских пользователей просматривают на новостных сайтах по 30 и более страниц в месяц. Другими словами, абсолютное большинство пользователей Рунета ограничиваются чтением одних только новостных заголовков. То же исследование показало, что почти половина читателей новостей в течение месяца пользуются только одним источником, еще четверть читают новости на двух-трех сайтах [2]. Мониторинг новостного потока тех медиа, что были отобраны в ходе маркетингового исследования, выявил во внушительном объеме материала удручающее однообразие новостных поводов, перепечатку пресс-релизов вместо производства новостей, идентичность заголовков и т. д. Учитывая полученные данные и ограниченные возможности медиапроекта, ясно, что конкурировать в производстве оригинального новостного контента вебредакция-новичок не сможет. В то же время такая редакция способна определенным образом организовать доступные источники информации, отфильтровать и структурировать новостной поток и при помощи градуированного синтеза производить адаптированные под целевую аудиторию новости. Стандартами производства здесь могут быть: использование более чем трех различных источников (например, минимум по одному из трех групп медиа, обозначенных выше) с указанием активных ссылок, адекватная расстановка акцентов (что повлечет за собой смену заголовка), использование социальных сетей в качестве источника для бытописания, а также как инструмента организации новостного потока. Новые медиапроекты, такие как «Петербургский авангард», занимаются первичной обработкой новостей, к чему можно отнести и оперативный анализ полученных данных: визуализацию с помощью инфографики, сопоставление с архивными материалами и т. п.

Ни одна сфера деятельности не воспринимается живо, пока у нее нет лица и героя. Культура — это сделанное человеком, и человеку она должна быть близка. Вместо этого героями «культурных» медиа часто становятся малопонятные персонажи из области «высокого» искусства или так называемые селебрити,

имеющие ничтожно мало общего с аудиторией. Вследствие этого между контентом и пользователем устанавливается дистанция, которая не способствует формированию единой картины мира. Преодолеть деструкцию можно, тщательнее подбирая героев и давая им возможность высказаться. Например, подготовив интервью. Пробудить у пользователя интерес к интервью с неизвестным героем можно, главным образом, при помощи эффектного визуального решения.

В условиях регулярного производства информации эффективное визуальное решение предпочтительнее заложить в формат. С одной стороны, формат располагает к возникновению пользовательских привычек, что благоприятствует процессу восприятия информации. С другой — внутри формата образуется пространство для вариантов презентации текста, темы, героя. Текстовый формат сетевого медиа — это результат проектирования гипертекста.

А. А. Калмыков считает, что «отдельной проблемой является вопрос понимания гипертекста. Технологии представления знания актуализировали вопросы, например, как протекают познавательные процессы при условии беглого просмотра этой семантической сети; как одновременно осуществляется оперативный отбор нужной информации в большом массиве ненужной информации; как участвуют в процессе понимания отдельные элементы гипертекста, такие как алфавитный текст, мультимедийные вставки, акцентированные текстовые ссылки-указатели, элементы дизайна» [1].

Формат интервью для проекта «Петербургский авангард» представляет собой собственно текст, где наиболее броские цитаты интервьюируемого являются потенциальными сообщениями для социальной сети «Твиттер». Текст делят два фотоблока: вверху заглавный портрет интервьюируемого, наиболее полно его характеризующий, и интерактивная галерея в середине со снимками, имеющими отношение к творческой или профессиональной деятельности героя. Лидер-абзац представляет интервьюируемого и отвечает на вопрос, чем он мог бы быть интересен аудитории, а заголовок выражает главную идею сказанного.

Поля экрана заполнены дополнительными материалами для легкого (беглого) чтения: блиц-опрос героя о Петербурге («Анкета»), цифра, содержащаяся в тексте («Цифра»), ответ на злободневный вопрос («Горячий вопрос»). Заложенные в формат средства экспрессии нацелены на то, чтобы побудить сканирующего взглядом страницу, а не вчитывающегося в нее пользователя все-таки прочитать интервью. В то время как сам текст раскрывает героя в той мере, в какой позволяет талант интервьюера, без ограничений в объеме.

Наконец, интерактивная карта «Петербургского авангарда». Ее функционал в большой степени отвечает характеру юзабилити проекта, так как в житейском понимании культура — это, в первую очередь, способ досуга. У пользователя появляется возможность видеть себя на карте города относительно отмеченных точек, каждая из которых представляет собой петербургский культурный центр того или иного масштаба. В профиле места, отмеченного точкой на карте, аудитория видит список анонсов, интервью и иных материалов «Петербургского авангарда», которые имеют или имели отношение к этому месту, в виде активных гиперссылок. При помощи карты культурная жизнь Петербурга становится наглядной и обозримой, а определение геопозиции создает эффект присутствия и вовлеченности в процесс, предлагая пользователю перейти к активным действиям.

Взаимодействие аудитории с сетевым медиа относится к этапу использования, где на первый план выходят технологии и дизайн онлайн-медиапроектов. Данные аспекты жизни медиа образуют обширное проблемное поле, имеющее в России свою специфику. Уделив ей внимание, можно найти корни тех трудностей, которые препятствуют реализации принципа понимания на этом этапе.

Возможность почти бесплатно осваивать и применять на практике несложные технологии создания даже не отдельных сайтов и шаблонов, а целых web-сервисов и технологий привела к тому, что миллионы людей по всему миру каждый день двигают сайтостроение вперед, обеспечивая перманентное развитие интернет-ресурсов. Между тем новое с трудом приживается на

отечественной почве. Вековая традиция спайки масштабного, бюрократически неповоротливого государства и СМИ сделала медиарынок неприветливым к переменам. Представляется, что в подобных условиях российский медиаменеджмент так же стремится не отставать от прогресса, как не желает вкладывать ресурсы в развитие. Это приводит к широкой распространенности некачественных интерфейсов на просторах русскоязычного сегмента Интернета и возникновению барьера в восприятии нового: «новое — значит трудно понимаемое».

Данное мнение отчасти справедливо, потому что новое непривычно, однако задачи, возникающие перед сетевыми медиаресурсами, ставят ребром вопрос о необходимости инноваций. И возникает проблема: как сделать инновационное понятным? Иностранцы специалисты по юзабилити, проектированию интерфейсов, теории персонажей и сценариев не только ищут решение на практике, но и с удовольствием теоретизируют, в том числе разрабатывая богатый терминологический аппарат. Отсюда — форм-факторы, руководства по стилю, промежуточные тестирования, теории деятельности и многое другое. Для погружения в тему можно обратиться к трудам *Алана Купера*, *Джейкоба Нильсена*, *Дональда Нормана* и др. [6, 7, 8, 9].

Пробуя в двух словах уместить то, о чем написаны десятки томов, сформулируем главный тезис: понимание — это ограничение. Верный способ сделать инновационное понятным заключается в том, чтобы преподнести инновационное порционно. Пользователю нужны островки привычного, без них он «утонет».

Более того, интерфейс будет понятным только в том случае, если в него заложить конкретные сценарии пользовательского поведения. Для этого целевую аудиторию медиа принято разделять на несколько типов (персонажей) и предусматривать адаптацию интерфейса под каждый из них. Тестировать «попадание» в своего пользователя проектировщики медиа могут с помощью так называемых cookies, которые позволяют автоматически отслеживать многие характеристики посетителей своего ресурса: пол, возраст, национальность, частота захода на сайт и многое другое. Таким образом, чтобы добиться понимания, недостаточ-

но только ограничить себя как проектировщика в объемах нового, предлагаемого аудитории. Важно также направить пользователя по нужному сценарию поведения.

В ходе проектирования медиаресурса «Петербургский авангард» было разработано несколько сценариев пользовательского поведения. Их адекватность и корректность постоянно отслеживается при помощи онлайн-счетчиков и других сервисов.

Л и т е р а т у р а

1. *Калмыков А. А.* Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: дис. ... докт. филол. н. М., 2009. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1841>.

2. Новости в интернете: СМИ и читатели. По данным Яндекс.Новостей и Яндекс.Метрики, октябрь 2014. Компания «Яндекс». URL: http://company.yandex.ru/researches/reports/2014/ya_news.xml.

3. О проекте. ART1. Visual daily. URL: <http://art1.ru/o-proekte/>.

4. Петербургский авангард. URL: <http://avangard.rosbalt.ru>.

5. *Сафина А. Р.* Типология и история развития современных российских интернет-СМИ // Альманах современной науки и образования. 2013. № 3 (70).

6. *Carroll, J. M.* (ed.). Scenario-Based Design. New York, 1995.

7. *Cooper, A.* About Face. 3rd ed. Indianapolis, 2007.

8. *Nielsen, J.* Usability Engineering. San Francisco, 1993.

9. *Norman, D.* Emotional Design. Cambridge, 2005.

О. В. Третьякова

Северный (Арктический) федеральный ун-т им. М. В. Ломоносова

ОБМАНЧИВАЯ ПРОСТОТА СУДЕБНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Статья посвящена судебной журналистике — профессиональному освещению в СМИ судебной деятельности. Чтобы выяснить, насколько эффективно журналисты освещают деятельность судов, автором статьи был проведен контент-анализ публикаций по следующим параметрам: жанр, проблематика, источники информации.

Ключевые слова: правосудие, судебная журналистика, СМИ, судебные процессы.

O. V. Tretyakova

Nothorn Arctic Federal University named after M. V. Lomonosov

DECEPTIVE SIMPLICITY OF JUDICIAL JOURNALISM

This article is devoted to judicial journalism — the professional coverage of courts' activities. How effectively journalists manage it — this is the subject of our research. The author conducted the content analysis of two regional and two federal newspapers. Particular attention was paid to genres, topics and information sources of court journalism.

Key words: justice, judicial journalism, mass media, trial.

Президент России Владимир Путин в одной из своих программных статей [3] предлагает содействовать возрождению судебной журналистики в качестве одного из инструментов повышения открытости судопроизводства. В главе о развитии судебной системы Путин ставит проблему обвинительного уклона в судах, предлагает внедрение административного судопроизводства, введение интернет-трансляций судебных заседаний и «возрождение судебной журналистики, что позволит шире и глубже обсуждать правовые проблемы общества, повышать уровень правосознания граждан». По большому счету, ничего нового президент не сказал, эти идеи постоянно обсуждаются, но сам факт упоминания им судебной журналистики, наряду с вопросами управления государством и проблемой коррупции, говорит о многом.

Судебная журналистика — особая предметно-тематическая журналистская специализация. Она дает журналисту возможность выполнять свое социальное предназначение, контролиро-

вать от лица общества судебную ветвь власти, выступать за справедливость, за восстановление нарушенных прав — в сочетании с решением прагматических, меркантильных задач, потому что судебные истории всегда привлекают внимание массовой аудитории, способствуют популярности издания и автора.

Спрос на судебную проблематику имеет и обратную сторону: судебная журналистика часто сводится к простому пересказу состоявшихся приговоров и решений. Судебные репортеры ограничиваются историями о том, кто кого убил и сколько лет за это получил. Судья в отставке *Сергей Пашин* в интервью деловой газете «Взгляд» отметил, что судебная журналистика носит уголовно-правовой характер, но реальные причины преступлений и работа судей, как правило, в прессе не вскрываются [2].

Журналисты все реже берут интервью у судей и наблюдают за ходом слушания дела в зале судебных заседаний: всю необходимую и, как им кажется, достаточную информацию можно получить на сайте областного суда, из пресс-релиза управления Судебного департамента или у пресс-секретаря. Эта информация более или менее грамотно «переводится» с юридического языка на обычный газетный язык, а в конце добавляется некая «мораль» от автора. Авторы утешаются, видимо, старым театральным поверьем: «Тамлет» не может провалиться — история о преступлениях всегда вывезет». Истории о преступлениях в самом деле часто имеют лихо закрученные детективные сюжеты; тем более обидно читать схематичные, стереотипные тексты, отмечать фактологическую бедность публикаций, заведомое упрощение смысла, отсутствие собственных наблюдений, которые не компенсируются цитатами из приговора и морализаторскими сентенциями автора.

Судебные очерки и даже судебные репортажи практически исчезли со страниц печатных изданий. Результаты наших исследований говорят о том, что жанровые приоритеты изданий практически не меняются с 2000 г., когда в газете «Известия» 43% текстов на судебные темы публиковалось в жанре заметки и 28% — в жанре корреспонденции, в «Комсомольской правде» — 50% корреспонденций и 12% заметок. В Архангельской

областной газете «Правда Севера» и Северодвинской городской газете «Северный рабочий» подавляющее большинство публикаций на судебные темы — небольшие, объемом до 200 строк, информационные и аналитические корреспонденции, предметом которых является один правовой факт (судебный процесс), а все остальное (детали, примеры, суждения) служит вспомогательным материалом для его освещения.

В судебной журналистике существуют и другие аналитические жанры, например исследовательская статья, в которой анализируются глубинные проблемы юридического свойства; практико-аналитическая статья, исследующая конкретные актуальные проблемы текущей жизни (в чем причины того, что суды выносят так мало оправдательных приговоров? что мешает рассмотрению дел, связанных с коррупцией?); наконец, полемическая статья, в которой автор доказывает правильность своей точки зрения и опровергает позицию оппонентов (например, в дискуссии на тему смертной казни). И это уже не просто «кто кого убил, и сколько дали».

Но подобные аналитические публикации нечасто встречаются даже в федеральных качественных СМИ (за исключением специализированных изданий для юристов), в региональных же изданиях — почти никогда. Основатель Гильдии судебных репортеров *Леонид Никитинский* объясняет «умирание» судебной журналистики низким уровнем квалификации журналистов. Во втором томе «Настольной книги по медийному саморегулированию» он вспоминает о конкурсе судебной журналистики «Третья власть в зеркале четвертой», проведенном еще в 2007 г. Три четверти материалов, присланных на конкурс из регионов, имело характер криминальной хроники. Подмену квалифицированного судебного очерка и репортажа «криминалом» *Никитинский* объясняет тем, что этот жанр намного проще для неквалифицированного исполнителя; при этом журналисты считают, что читателя привлекает «желтизна» [1; 61-71].

На наш взгляд, дело не только в «желтизне» криминальной тематики или в квалификации журналистов. Среди них есть люди со специальным образованием, получившие знания о традициях

и жанровой системе российской судебной журналистики, о технологии доступа к судебной информации, о правилах поведения журналиста в суде, об этических требованиях к публикациям и передачам на судебные темы и т. п. Вот только их специальные знания никому не нужны. Контент-анализ публикаций газеты «Правда Севера» на темы права и криминала за первое полугодие 2013 г. показал, что в 65% случаев источником информации служат сообщения пресс-служб прокуратуры, областного суда, управления следственного комитета, УФСИН, МЧС, УМВД, ГИБДД, управления Минюста, пресс-службы губернатора. «Прямые линии», интервью с чиновниками, их комментарии составляют 17% публикаций, обращения граждан в редакцию служат информационным поводом в 5% случаев. Авторских журналистских текстов всего 13%, из них 4% — на судебную тему.

Для российской медиатизированной политики характерна «информационная вертикаль», выстраиваемая «сверху-вниз» на заранее предложенных темах, проблемах и мнениях, которыми порой подменяются новости. Такая информационная вертикаль характерна и для судебной журналистики: «нужная» повестка дня с помощью массмедиа устанавливается «сверху». Пресс-секретарь областного суда, следственного комитета или прокуратуры передает журналистам не информацию, а официальную точку зрения ведомства, которое заранее определило, кто прав и кто виноват.

Журналисты газеты «Комсомольская правда» используют чаще всего собственные источники информации, однако тематика судебных историй весьма своеобразна. За первое полугодие 2014 г. в газете было опубликовано 8 расширенных заметок, написанных по схеме: факт + комментарий участника судебного процесса. Все они повествуют о скандальных процессах, в основном бракоразводных делах знаменитостей — «олигархов» или артистов. Кто рассматривает эти дела — непонятно, фамилия судьи ни в одной заметке не указана. В «Российской газете» за тот же период размещено 54 публикации, среди которых 6 корреспонденций и один судебный отчет, остальное — заметки, в том числе, в силу специфики издания, содержащие информацию о

постановлениях Пленума Верховного Суда, о вакансиях на должность судьи, комментарии к решениям Конституционного Суда и новым законодательным инициативам и т. п. Есть и заметки о судебных процессах, о преступлениях и наказании виновных, причем в четырех случаях авторы не соглашаются с вердиктом, то есть позволяют себе отнестись к суду критически. Но и в этих случаях судьи остаются безмянными.

Публикации, посвященные непосредственно судьям, в прессе появляются крайне редко, журналисты изображают служителей Фемиды в основном в стереотипизированной форме — как безликую государственную машину, штампующую приговоры и решения. Иными словами, ни те, кто вершит правосудие, ни суд как таковой прессу почти не интересуют. В региональных СМИ нет публикаций и передач, связанных с ходом судебной реформы, внутренними проблемами судебной системы, жизнью судебного сообщества. А проблемы это непростые, и следует понимать, что, оставаясь нерешенными, они могут нанести вред всему обществу. Чтобы не обрушиваться на судей по привычке за «телефонное право» и «обвинительный уклон» (эти обвинения безнадежно устарели), журналисты должны знать, как и почему в нашей стране выносятся приговоры. Почему в США всего 10% осужденных отправляют за решетку, а у нас 80%? Почему судьи одних отправляют в камеры на время следствия, а других выпускают до суда? Почему одним дают условные сроки, а других на долгие годы отправляют за колючую проволоку?

Чтобы достичь такого понимания и способности сформировать собственную точку зрения, журналисту необходимо специализироваться на судебной тематике постоянно, общаться с юристами, следить за специальной литературой, не уставать спрашивать и получать комментарии, научиться «видеть неочевидное». Требуется включать в систему устоявшихся представлений новое содержание, связанное, например, с незавершенностью судебной реформы, которая началась в нашей стране еще в ранних 1990-х.

Очень сложно реформировать институты, которые опираются на мощную традицию, на опыт судейского корпуса, который об-

ладает определенной инерцией. Например, правозащитное (а не карательное) предназначение судебной системы еще не воспринято правосознанием судей, да и в целом обществом, в том числе журналистами. Судьи до сих пор считают оправдательный приговор явлением нежелательным, означающим, что цель судопроизводства не достигнута, и свидетельствующим о недостатках в борьбе с преступностью. Поэтому количество оправдательных приговоров в нашей стране едва доходит до одного процента. А ведь оправдательный приговор — это обычный акт правосудия, который не только не подрывает авторитет суда, но, наоборот, способен повысить доверие граждан к судебной власти.

Журналистам необходимо и понимание того, что стоит за словами «судебно-правовая реформа». В 1992 г., по закону о статусе судей, судьи получили независимость, несменяемость и неприкосновенность. Этот статус был подкреплён и другими нормами, которые убрали административную и дисциплинарную ответственность судей — чтобы лишить исполнительную власть рычагов воздействия на суд. Были созданы арбитражные суды, даже суд присяжных не сразу, но все-таки заработал. В целом «ельцинская» судебная реформа создала в стране довольно стройную систему правосудия. Если на судей пытались давить, то судья говорил, что он волен принять такое решение, какое считает нужным, и знал, что его поддержит руководство суда.

Почему же все-таки реформа захлебнулась? Вот как объясняла это в марте 2012 г. на открытом семинаре в Левада-центре «Независимый суд или “Басманное” правосудие?» судья Конституционного Суда РФ в отставке, Заслуженный юрист Российской Федерации, доктор юридических наук, профессор Высшей школы экономики *Т. Г. Морщакова*. Когда судьи почувствовали себя очень независимыми, они немедленно получили знак от власти, что такая независимость не нужна. В законодательство были введены положения о том, что первый раз судья назначается на должность уже не пожизненно, а на три года. И через три года его можно убрать. Что нужно сделать судье, если он хочет остаться? Все эти три года «закалять себя в послушании». К 2000 г. появились многие другие нормы, ограничившие независимость судеб-

ной власти. Была введена дисциплинарная и административная ответственность под простым лозунгом: «Разве судьи герои? Разве они не совершают дурных поступков?», — говорил *Д. Н. Козак*, который в 2000 г. был «брошен» *В. В. Путиным* на судебную реформу. К тому времени она уже развивалась в обратном направлении, как контрреформа, считает *Т. Г. Морщакова* [4].

Квалификационные коллегии судей как институт судейской корпорации были созданы с благой целью защиты судей от любого давления. Но постепенно они стали орудием в руках председателей судов, которые рекомендуют / не рекомендуют судей на должность, проводят аттестации, присваивают квалификационные классы, влияющие на прибавку к зарплате. В руках председателя районного или городского, областного или краевого суда сосредоточилась безграничная власть. Формально роль председателей заключается в координации работы суда и распределении дел между судьями. На самом деле от председателя зависит все: карьера судьи, премии, которые составляют до 50% заработной платы, отпуска, повышение квалификации, назначения и увольнения.

Председатели судов обзавелись пресс-секретарями, которые — в частности в регионах — выступают рупорами председателей и не дают спуска журналистам, если те вдруг осмелятся усомниться в справедливости судебного решения или приговора. Их комментарии, как правило, очень просты: «Такова судебная практика, все законно». Из 30 судебных историй, опубликованных за 2014 г. в Архангельской областной газете «Правда Севера», лишь девять — репортажи и корреспонденции «из зала суда». Остальные сюжеты взяты из сообщений пресс-службы, с сайта суда или написаны пресс-секретарем. Журналисты как будто забыли, что можно взять информацию у судьи, а комментарий — у независимого эксперта, то есть адвоката, правозащитника, преподавателя юридического института. В городской газете «Архангельск» в 2014 г. было опубликовано всего две заметки о «громких» судебных процессах, обе написаны пресс-секретарем областного суда.

Часто говорят, что судьи продажные, что им «заносят» и т. п., и журналисты с энтузиазмом поддерживают этот стереотип. Но

самое страшное в суде — не коррупция, а угодливость и чиновничество. Необходимо понимать, что коррупция в судебной среде — это не взятки, а вынесение «заказных» решений и приговоров, когда истина не устанавливается в суде, а спускается сверху, когда суд позволяет использовать себя для сфабрикованных политических процессов, для дискредитации оппозиции, для преследования инакомыслящих, в практике нечестной экономической конкуренции, в рейдерских захватах бизнеса, для избавления от соперников на выборах и т. д.

Информацию о таких и иных эпизодах можно найти только на страницах пока еще существующих, не зависимых от власти, оппозиционных СМИ и в Интернете. Именно их авторы акцентируют внимание на скандальных процессах, в которых проявляется политическое влияние на судей. Там, где государство прямо или косвенно является участником конфликта, прежде всего — в административном и уголовном судопроизводстве, суд часто утрачивает независимость и беспристрастность. И это, наверное, главные причины недоверия людей к судебной системе — несамостоятельность российских судов или, точнее, их зависимость от власти и свобода от общественного мнения, неподконтрольность судов обществу.

Исследователи правоприменительной практики полагают, что вернуть уважение и доверие людей к судам и судьям можно путем освобождения судей от давления со стороны судебной бюрократии, исключения практики оценки работы судьи на основании отмены вышестоящим судом принятых им решений, формирования в судебском корпусе устойчивых психологических установок защиты прав и свобод граждан, дистанцирования от своей принадлежности к кругу носителей государственной власти, включения в программы повышения квалификации судей курсов, направленных на формирование навыков самостоятельного мышления. К этому, безусловно, можно добавить возрождение и развитие судебной журналистики на основе высоких профессиональных и этических стандартов, расширения продуктивных и доверительных отношений между журналистским и судебским сообществами, понимания проблем судебной системы.

Л и т е р а т у р а

1. *Никитинский Л. В.* Судебная журналистика как диалог // Настольная книга по медийному саморегулированию. Вып. 2 / под общ. ред. Ю. В. Казакова и М. А. Федотова. М., 2011.

2. *Пашин С. А.* Субъект превратится в холопа. URL: <http://www.vz.ru/politics/2012/12/20/612690.html>.

3. *Путин В. В.* Демократия и качество государства // Коммерсантъ. 2012. 2 февр.

4. Стенограмма открытого семинара «Независимый суд или “Басманное” правосудие? Перспективы формирования правового государства в России», 6 марта 2012 года. URL: <http://www.levada.ru/proekt-demokratiya-v-rossii/06-03-2012/nezavisimiy-sud-ili-basmannoe-pravosudie-perspektivy-formirov>.

Д. А. Ускова

С.-Петербургский гос. ун-т

СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ МУЗЫКАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Статья посвящена современному состоянию музыкальной журналистики, новому этапу ее изучения, трансформации жанров музыкальной журналистики, обусловленных влиянием интернет-среды, проблеме ее понимания современной аудиторией.

Ключевые слова: музыкальная журналистика, музыкальная критика, блогосфера.

D. A. Uskova

St. Petersburg State University

MODERN UNDERSTANDING OF MUSIC JOURNALISM

This article deals with contemporary conditions of music journalism, a new stage of the music journalism studying, transformation of genres

on dependence of the Internet, and problem of mutual understanding between musical journalism and modern audience.

Key words: music journalism, music criticism, blogosphere.

Процесс изменения журналистики продолжается. Особенно это заметно на примере музыкальной журналистики. В последние десятилетия, благодаря развитию электроники и звукозаписывающих устройств, музыка из элитарной стала демократичной. Исчезли рамки формата, многие музыкальные группы стали исполнять свои произведения, используя самые различные, порой противоположные, стили. Расширение понятий «музыка», «композитор» отмечали многие отечественные и зарубежные исследователи, указывая, что этот процесс повлиял на отделение музыкальной журналистики от музыкальной критики.

Говоря о критике, исследователи обычно отмечают, что это процесс, связанный с восприятием музыкального произведения, его роли, места в культуре, его задача — дать оценку произведению. Цель материалов журналиста — информирование, публикации рассчитаны на массовую аудиторию и обращены к комментированию, истории создания, исполнения произведения.

Музыкальную критику от музыкальной журналистики отличает, по мнению музыковеда *Т. А. Курышевой*, характер деятельности. Понятие «„музыкальная журналистика“» отражает форму реализации особой музыкально-литературной деятельности, принадлежащей системе прикладного музыковедения. То есть музыкальная журналистика может служить способом выхода как музыкальной критики (оценочной мысли), так и музыкального просветительства, популяризации и пропаганды, любой публицистики, направленной на музыкально-культурный процесс» [4; 7–8]. Однако другие исследователи сближают понятия «критика» и «журналистика»: «критика обращена к широкой аудитории и нацелена на формирование ее эстетического сознания, эстетически выверенного взгляда на искусство. Понятно, что критик должен чувствовать не только сам текст произведе-

ния, замысел автора, но и прислушиваться к аудитории...» [2; 267].

Таким образом, границы понятий «музыкальная критика» и «музыкальная журналистика» четко не обозначены. До сих пор нет четко сформулированного понятия «музыкальная журналистика». В широком смысле это публикации различных жанров, посвященные музыке: «различные роды, виды и типы профессиональной журналистской деятельности, связанные с музыкальным миром как в специализированных изданиях креативного и рекреативного направлений, так и в специализированном медиаконтенте непрофильных изданий» [1; 94].

Это понятие с другой точки зрения раскрывает Т. А. Курьшева, выделяя в музыкальной журналистике черты прикладного музыковедения «в равной степени обращенного и к неспециалистам», где музыкальная журналистика осуществляет «выход мысли о музыке из музыкального процесса в художественную культуру в целом» [4; 154]. Другие авторы относят музыкальную журналистику к форме литературно-художественной критики [5; 23].

Некоторые исследователи, стремясь найти определение музыкальной журналистики, опираются на классическое определение журналистики, делая акцент на тематической специфике: «обработка и периодическое распространение сообщений о музыке и шоу-бизнесе, имеющих информационно-развлекательный характер, что соответствует потребностям массовой аудитории современных СМИ» [6; 88-93].

Разночтения в формулировках, касающихся музыкальной журналистики, можно объяснить продолжающимся становлением музыкальной журналистики. В традиционных исследованиях, посвященных данной теме, принято отделять материалы, написанные для профессионально подготовленного читателя, и материалы, рассчитанные на широкую аудиторию. Между тем в последнее время активно развивается музыкальная журналистика в интернет-пространстве — блогах и социальных сетях. Музыкальными журналистами здесь часто становятся непрофессионалы, которые не имеют ни музыкального, ни журналистского образования. Массовое появление подобных ресурсов нельзя

объяснить только возможностями Сети, которая позволила слушателям создавать собственный контент, так как любительские музыкальные блоги часто становятся популярней профессиональных изданий, рассчитанных на массовую аудиторию.

Причин тому, что профессионалы в борьбе за читателя остаются позади любителей, можно назвать несколько. Во-первых, интернет-ресурсы непрофессиональных авторов имеют преимущество свободного размещения образцов рецензируемой музыки, предоставления ссылок на видеоклипы, размещения фотографий, скопированных на сторонних сайтах. Авторские права в отношении непрофессиональных ресурсов не применяются с такой же строгостью, как к СМИ, имеющим лицензию. Хотя за последний год в Америке прошел ряд судебных процессов по делам популярных сайтов, незаконно размещающих музыкальный контент, произошло это уже после того, как количество посетителей этих сайтов превысило несколько миллионов. Важную роль играет другой фактор: авторы подобных любительских ресурсов часто иначе строят общение с читателем, более чутко реагируют на изменение в музыкальной сфере. И это несмотря на ряд несомненных недостатков любительских ресурсов, таких как, например, отсутствие редактирования.

Представляет интерес и вопрос о соотношении музыкальной журналистики и музыкальной блогосферы. Западные исследователи отмечают, что простого разграничения этих понятий по признакам профессиональной или «любительской» журналистики будет недостаточно: автором блога может быть профессиональный журналист. Исследователь *Steven Kearney* предлагает оригинальное разделение видов деятельности по критерию аудитории: в случае блогосферы она не является определяющим фактором, в то время как музыкальная журналистика ориентируется на потребителя, до которого она и стремится донести информацию о новых альбомах, концертах, группах [7; 8]. Значение диалога как фактора популярности издания подчеркивается в работах отечественных и зарубежных исследователей [3; 55]. Неким пограничным явлением можно было бы назвать музыкальные издания, специализирующиеся на определенном музы-

кальном стиле (InRock, Dark City, Classic Rock). Благодаря более узкой специализации эти издания точнее представляют свою аудиторию, ее запросы, что позволяет им точнее реагировать на ее ожидания. Заслуживают внимания жанровое наполнение и способ представления материалов в указанных выше изданиях. Так, в журнале Classic Rock заметки публикуются без привязки к информационному поводу, часто не приводится дата события, указывается широкий временной промежуток. Тот же подход к заметкам наблюдается и в журнале Dark City. В этом издании акцент делается на авторских публикациях, в рецензии авторы часто включают анекдоты и истории из жизни. В журнале InRock акцент делается на интервью и отчетах.

Отечественная музыкальная журналистика последних десятилетий претерпела значительные изменения. С распадом Советского Союза исчезли общепринятые для анализа музыкальных произведений идеологические критерии. Это отразилось на жанровом наполнении изданий: на смену критическим рецензиям, отчетам пришли интервью с музыкантами, популярными стали жанры творческой биографии, фотоотчетов, рейтингов. С распространением Интернета музыкальная журналистика потеряла роль главного посредника между слушателем и музыкантом. Музыкальные журналисты стали «библиотекарями» мира музыки, то есть взяли на себя функцию организации подбора музыки по теме, манере исполнения, исполнителям, значимым событиям, отстранившись от комментирования. Роль комментирования музыкального события часто отводится самим музыкантам (например, в издании Rolling Stone журналисты почти не оценивают музыкальную составляющую, уделяя внимание биографии музыкантов, их высказываниям и оценкам). Критика как таковая уходит на второй план, чаще встречается в печатных изданиях, где журналист не может представить читателю пример музыкального исполнения и берет на себя функцию описания, знакомства с произведением.

Авторы блогов и любительских интернет-ресурсов обладают большей свободой выражения, что привлекает к ним аудиторию. О том, что субъективная точка зрения высоко оценивается чи-

тателями, говорит и тот факт, что в современной музыкальной журналистике становятся популярными не издания, а отдельные авторы. Известным музыкальным журналистом является *Артемий Троицкий*. Ряд изданий сотрудничают с музыкантами, которые пишут рецензии, ведут авторские колонки. Так, например, в журнале *Rolling Stone* регулярно публикуется авторская колонка «Спросите Оззи», где музыкант отвечает на вопросы слушателей. В *Dark City* регулярно публикуются рецензии российского музыканта *Бранимира Паршикова*, хорошо известного читателям этого журнала. Формат издания часто не позволяет журналистам быть предельно объективными, тогда как на персональных интернет-страницах на авторскую оценку не влияют внешние факторы.

С другой стороны, круг тем, о которых пишет автор блога, ограничен только его вкусовыми предпочтениями, в то время как СМИ стараются охватить как можно большее количество тем (как правило, журналисты в редакции специализируются на хорошо известной им тематике). Это означает, что, если вкусовые пристрастия читателя и автора блога совпадут, то процент прочитанных материалов, вероятность возвращения на этот ресурс будут выше.

В музыкальной журналистике идет поиск новых форм, журналисты стараются найти свое место в диалоге между музыкантами и читателем. Так, например, увеличилось количество обзоров, состоящих из подборки музыки по разным тематическим категориям. Основой для объединения музыкальных треков разных групп может быть новостной повод, какой-либо праздник, стилевая схожесть исполнения.

Нельзя не отметить, что в блогосфере наблюдается смещение жанровых признаков, возникающее потому, что авторы материалов зачастую не имеют профессионального журналистского образования и руководствуются только собственным чувством стиля. Большую популярность на интернет-ресурсах, посвященных музыке, приобрели фотоотчеты, рецензии с авторскими комментариями, обзоры музыки, рейтинги, составленные на основе предпочтений автора. Реже на любительских сайтах публикуются

новости музыкальной сферы, интервью, комментарии музыкантов. Иногда авторы размещают ссылки на пресс-конференции, проводимые другим изданием. Таким образом, жанровое разнообразие не является сильной стороной любительских проектов. В отличие от СМИ, где над созданием контента работает команда, стараясь охватить наиболее широкий круг тем, авторы блогов сосредоточиваются на каком-то отдельном аспекте.

Возможно, эта тематическая определенность и привлекает современных читателей. В последние десятилетия в медиапространстве возрастает роль читателя, помимо традиционной обратной связи он стал играть более активную роль в создании материалов, тематическом наполнении отдельного номера или выпуска. В печатных СМИ стали традиционными виртуальные пресс-конференции музыкальных групп с читателями, где журналисту отводится роль модератора, на интернет-ресурсах часто проводятся конкурсы на лучший вопрос среди читателей. Это касается не только музыкальной журналистики, но в ней особенно ярко проявились описываемые тенденции.

Итак, читатель в современной музыкальной журналистике начинает играть большую роль, музыкальные журналисты не просто опираются на вкус аудитории, но и вовлекают читателей в процесс создания материала, номера. Именно в расчете на читателя создается современная музыкальная журналистика, в расчете на читателя она меняет свою жанровую палитру.

Подводя итоги анализа проблем взаимопонимания между современной музыкальной журналистикой и аудиторией, можно прийти к следующим выводам:

— до сих пор не сформулировано определение понятия «музыкальная журналистика», необходимо разграничить понятия «музыкальная журналистика» и «музыкальная критика»;

— музыкальная журналистика последних десятилетий трансформируется под влиянием интернет-пространства, обусловившего всплеск активности непрофессиональных ресурсов о музыке;

— растущую популярность непрофессиональных музыкальных ресурсов можно объяснить кризисом доверия к професси-

ональной журналистике. Любительскую журналистику отличает малая степень коммерциализации, авторский подход, точно определенная тематика.

Литература

1. *Акулович И. А.* Газетная периодика: специализированный медиа-контент // Сборник работ 69-ой научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета 2012 года. Минск, 2012.

2. *Андреевская Г. П.* Язык описания музыкального текста в российских специализированных масс-медиа: традиции и динамика // Актуальные вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: матер. междунар. заоч. научно-практ. конф. Новосибирск, 2012.

3. *Белоножко Е. Д.* Освещение вопросов музыкальной культуры в периодических изданиях: история и современность // II Буслаевские чтения: матер. Всерос. научно-практ. конф. с междунар. участием. Пенза, 2014.

4. *Курьшева Т. А.* Музыкальная журналистика и музыкальная критика. М., 2007.

5. *Орлова Т. Д.* Музыкальная журналистика. Минск, 2007.

6. *Свердлов П. Л.* Музыкальная журналистика как феномен современного медиaprостранства // Веснік БДУ. Сер. 4. 2007. № 3.

7. *Kearney, S. A.* Could the professional music journalist vanish in the digital age? URL: www.clearmindedcreative.com/wp-content/uploads/2011/04/Could-the-Professional-Music-Journalist-Vanish.pdf /

Век информации

Сериальное издание

Издатель Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА: КУЛЬТУРА ПОНИМАНИЯ

Материалы семинара форума
«Дни философии в Петербурге-2014»
№ 2(S2)

Редакторы-составители *И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко*

Корректоры:

Г. Н. Наумова (русск. тексты), *О. С. Путинцева* (англ. тексты)

Макет и оформление обложки: *П. Ч. Хан*

Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 12.02.2015. Формат 60x84/16.

Гарнитура CharterITC. Печ. л. 17.

Тираж 70 экз. Заказ 4.

Отдел допечатной подготовки

Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199034, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.