В. А. Сидоров

Санкт-Петербургский государственный университет

ЦЕННОСТНЫЕ КОНСТАНТЫ И ПЕРЕМЕННЫЕ В МЕДИАСФЕРЕ РОССИИ XXI ВЕКА

Теория журналистики нового века как минимум должна соответствовать социальной картине наступившего столетия и, прежде всего, месту и роли самой журналистики в обществе, учитывая тревожные тенденции нашего времени.

1. Сокращается поле профессиональной журналистики – уходят в небытие новые и старые газеты; в результате ощутимо сжимается поле интеллектуальной насыщенности газетных полос.

2. В практике СМИ все явственней прямолинейность, пропагандистская нацеленность репортерских материалов и девальвация аналитики. Аналитика подменяется чередой информации, панорама событий обрывочная, произвольно конструируемая. Обсуждение актуальных вопросов превращается в ристалище, на котором побеждает не искатель истины, а умеющий выдержать агрессивно-взвинченную атмосферу публичного действия.

3. Заметна расположенность журналистов к стереотипизации в понимании мира, что становится фактором развертывания коммуникативных агрессий как нового проявления социальных противоречий в медийной среде XXI столетия.

4. Интернет, вопреки ожиданиям, не стал средой возрождения аналитики. Журналистская аналитика в сети обрела иное системное качество, прежде всего, за счет совершенно нового взаимодействия с аудиторией. Отчего снова актуален вопрос, понимать ли аудиторию определенной социальной общностью, которая объединена информационными интересами и потребностями, или дисперсным образованием мимолетной совокупности людей вокруг одного сообщения.

Философы не сомневаются в возрастающем значении информационной составляющей общества, но в теории журналистики вопрос о неоднозначной будущности журналистики и СМИ не снят. Более того, координаты нынешнего положения журналистики определяют прежние и новые константы социума, его переменные, еще нуждающиеся в своем определении. Но какие бы константные и переменные величины ни назывались, главными остаются потребности общества в обменах смыслами и актуальными сообщениями.