



ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА: *К ПРАВДЕ ЖИЗНИ*

МАТЕРИАЛЫ СЕМИНАРА
ФОРУМА
«Дни философии
в Петербурге-2013»



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ



ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА:
К ПРАВДЕ ЖИЗНИ

Материалы семинара форума
«Дни философии в Петербурге-2013»

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

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА: К ПРАВДЕ ЖИЗНИ

Материалы семинара форума
«Дни философии в Петербурге-2013»

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2014

ББК 76.01

Ж92

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

Век информации

Сериальное издание

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

Журналистика XXI века: к правде жизни : матер. семинара всероссийского форума с междунар. участием «Дни философии в Петербурге-2013» / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2014. — 286 с.

Дискуссия по вопросам развития журналистики ежегодно организуется в рамках Дней философии в Петербурге, материалы печатаются в виде сериальных выпусков. До 2012 г. она имела общее название «Журналистика в мире политики», в настоящее время называется «Журналистика XXI века». В 2013 г., в соответствии с общей тематикой Дней философии «Философия познания и творчество жизни», дискуссия проходила под девизом «К правде жизни». Организаторы стремятся поднять уровень обсуждения до методологического осмысления миссии прессы, ее значения для будущего социума, культуры, человека.

Заседание состоялось 23 ноября 2013 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



© С.-Петерб. гос. ун-т,
Институт «Высш. шк. журн.
и мас. коммуникаций», 2014
© Авторы статей, 2014

Journalism of the XXI century: towards the truth of life: articles of at the All-Russia forum with the international participation Days of philosophy in Petersburg-2013. Igor N. Blokhin, Sergey G. Korkonosenko (Eds.). St Petersburg: St Petersburg State University; School of Journalism and Mass Communications, 2014. 286 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 2013, according to the total theme of the Days of Philosophy — “Philosophy of cognition and life creativity” the discussion had a subtitle “Towards the truth of life”. 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 23, 2013. It was organized by the Theory of journalism and mass communications Dept of the St Petersburg State University. The facts, data and citations are given in the authors' versions.

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

СОДЕРЖАНИЕ

Журналистское познание в XXI веке	10
<i>Курушкин С. В.</i> Журналистское познание в XXI веке: обзор выступлений на секции	10
<i>Авдонина Н. С.</i> История в забвении: русскоязычная пресса в Латвии о войне в Афганистане	18
<i>Александров Л. Г.</i> Виртуальная утопия современных средств массовой коммуникации	28
<i>Гоцур О. И.</i> Факторы возникновения мифов в современной прессе Украины	34
<i>Дорожук Е. С.</i> Культурная традиция в познавательной деятельности современного журналиста: формула интертекстуальности	43
<i>Житарюк М. Г.</i> Некоторые особенности реальности и виртуальности в журналистике	52
<i>Иванов А. И.</i> Быт или бытие? Территорические вопросы региональной журналистике	61
<i>Кихтан В. В.</i> Универсальный журналист: миф или реальность?	68
<i>Корконосенко С. Г.</i> Российская журналистика: чьи лица и какая жизнь? ...	76
<i>Красовская Е. В.</i> Постигание правды жизни... Какова роль журналистики?	86
<i>Ливанова М. В.</i> «Контент выживания» локальной прессы	94
<i>Рудык М. С.</i> Владимир Здорова: «Я учил студентов писать правду»	103
<i>Сидоров В. А.</i> Медийное взаимодействие: абстрактные схемы и правда реальности	109
<i>Шестакова Э. Г.</i> Журналистика в ситуации проблематизации реальности и активизации реального	121
Правда жизни и правда слова в журналистике	137
<i>Соболева Н. А.</i> Правда жизни и правда слова в журналистике: обзор выступлений на секции	137

<i>Блохин И. Н.</i> «Новый реализм» как ответ покушениям на реальность ...	144
<i>Бурова Ю. В.</i> Потенциал СМИ по противодействию терроризму: актуальные проблемы и возможности разрешения	153
<i>Васина Е. В.</i> Визуальный текст как поле реализации языковой игры в интернет-новостях (на материале мобильных фотографий)	159
<i>Воскресенская М. А.</i> Тема повседневной культуры в прочтении журна- листики	169
<i>Загидулина М. В.</i> К философии «границы»: искажение правды в новостной журналистике в контексте особенностей отече- ственного менталитета и информационной экспансии	178
<i>Иванян Р. Г.</i> Гражданская активность журналиста (на примере ситуа- ции, сложившейся в связи с принятием «закона Димы Яковлева»)	188
<i>Любимов С. Е., Мицук Т. И.</i> Эволюция газеты «Московские новости» как конвергентного СМИ	201
<i>Мисонжников Б. Я.</i> Понятие правды как метатекстовой герменевти- ческий императив	208
<i>Нагорняк М. В.</i> Трансформация специальности журналиста-ведущего информационной программы на радио	219
<i>Пронин А. А.</i> От хроноса к кайросу: смена временной парадигмы в портретной теледокументалистике	226
<i>Селезнева Л. В.</i> Специфика диалогических отношений в журналист- ском тексте	232
<i>Сметанина С. И.</i> Аллюзия и аналогия в политической журналистике	241
<i>Тортунова И. А.</i> Современные печатные СМИ «для профессионалов» как разновидность деловой прессы (на примере изданий для юри- стов)	248
<i>Третьякова О. В.</i> Фигуры умолчания региональной прессы: от са- моцензуры к мифотворчеству	258
<i>Шчина М. Г.</i> Журналистика в XXI веке: гносеологические и эписте- мологические парадигмы	268
<i>Яковлев И. П.</i> Спектральный характер «правды жизни»	279

CONTENTS

Journalistic cognition in the XXI century	10
<i>Kurushkin S. V.</i> Journalistic cognition in the XXI century: Section speeches summary	10
<i>Avdonina N. S.</i> Forgotten history: Russian-speaking media in Latvia about the war in Afghanistan	18
<i>Alexanderov L. G.</i> Virtual Utopia of the modern mass communication	28
<i>Hotsur O. I.</i> Factors of new myths build-up in modern Ukrainian press	34
<i>Doroshchuk E. S.</i> Cultural tradition of the cognitive activity of a modern journalist: The formula of intertextuality	43
<i>Zhitaryuk M. G.</i> Some characters of a reality and virtuality in journalism	52
<i>Ivanov A. I.</i> Spiritual vs. material life? Non rhetorical questions to regional journalism	61
<i>Kihtan V. V.</i> Universal journalist: Myth or reality?	68
<i>Korkonosenko S. G.</i> Russian journalism: Whose faces and what life?	76
<i>Krasovskaya E. V.</i> Understanding the truth of life... What is the role of journalism?	86
<i>Livanova M. V.</i> “Survival content” of local press	94
<i>Rudyk M. S.</i> Vladimir Zdorovega: “I taught students to write the truth”	103
<i>Sidorov V. A.</i> Media interaction: abstract schemes and truth of reality	109
<i>Shestakova E. G.</i> Journalism in the situation of problematizing of Reality and activation of the real	121
Truth of life and truth of words in journalism	137
<i>Soboleva N. A.</i> Truth of life and truth of words in journalism: Section speeches summary	137
<i>Blokhin I. N.</i> The “new realism” as a response on the attack on the reality	144
<i>Burova Y. V.</i> Counter-terror capacity of mass media: Actual problems and possible solutions	153
<i>Vasina E. V.</i> Visual text as a field of realization of the language game in online news (on a mobile photos material)	159

<i>Voskresenskaya M. A.</i> Theme of everyday culture in journalism reflection	169
<i>Zagidullina M. V.</i> Philosophy of „border„: Distortion of the truth in news journalism in the context of Russian mentality and information expansion	178
<i>Ivanian R. G.</i> Civic activism of a journalist (experience related to the „Dima Jakovlev Law„)	188
<i>Liubimov S. E., Mitsuk T. I.</i> Evolution of Moscow News newspaper as a convergent media	201
<i>Misonzhnikov B. Y.</i> Category of truth as a metatextual hermeneutic imperative	208
<i>Nahorniak M. V.</i> Transformation of anchor journalist specialty of news program on the radio	219
<i>Pronin A. A.</i> From chronos to kairos: Time paradigm replacement in the portrait TV documentary	226
<i>Selezneva L. V.</i> Dialogical relations specificity in a journalistic text	232
<i>Smetanina S. I.</i> Allusion and analogy in political journalism	241
<i>Tortunova I. A.</i> Modern print media “for professionals” as a kind of business press (on example of publications for people of law)	248
<i>Tretyakova O. V.</i> Omissions of regional mass media: From self-censorship to mythmaking	258
<i>Shilina M. G.</i> Journalism in the XXI century: Gnoseological and epistemological paradigms	268
<i>Yakovlev I. P.</i> Spectral character of “the truth of life”	279

СЕКЦИЯ

«Журналистское познание в XXI веке»

Руководитель — проф. *С. Г. КОРКОНОСЕНКО*.

Ученый секретарь — *С. В. КУРУШКИН*.

С. В. Курушкин

Санкт-Петербургский гос. ун-т

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ПОЗНАНИЕ В XXI ВЕКЕ: ОБЗОР ВЫСТУПЛЕНИЙ НА СЕКЦИИ

Статья представляет собой краткий обзор выступлений на секции «Журналистское познание XXI века». Особое внимание уделяется общим тенденциям, выявленным участниками секции и имеющим отношение к познавательным процессам в журналистике.

К л ю ч е в ы е с л о в а : истина, перформативность, познание в журналистике, реактивность, журналистское образование.

S. V. Kurushkin

St Petersburg State University

JOURNALISTIC COGNITION IN THE XXI CENTURY: SECTION SPEECHES SUMMARY

The article presents a brief review of speeches of the “Journalistic cognition of the XXI century” section. Particular attention is paid to

general trends identified by the meetings participants and related to the cognitive processes in journalism.

Key words: truth, performativity, cognition in journalism, reactivity, journalistic education.

Научно-практический семинар «Журналистика XXI века: к правде жизни» проходил в Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. Семинар был разделен на две секции — «Журналистское познание в XXI веке» и «Правда жизни и правда слова в журналистике».

При открытии семинара к присутствующим обратился один из руководителей семинара — заведующий кафедрой теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ профессор *Сергей Григорьевич Корконосенко*, который обозначил тему своего выступления как «Российские СМИ: чьи лица и какая жизнь?». С. Г. Корконосенко сразу обратил внимание участников семинара на то, что ему и его коллегам пора отказываться от идей «профессиоцентризма», которые заключаются в повышенном внимании к сотрудникам СМИ и крупным социальным сообществам, порождаемым медиапользователями. «Обстоятельства заставляют обратиться к жизни отдельной личности, которая сегодня является центральной фигурой в медиапроцессах», отметил выступающий. Жизнь, по его мнению, творится в повседневном опыте людей, которые населяют мир. Когда исследователи говорят о журналистике, возникает вопрос выбора: какие лица избираются СМИ для отображения, и, следовательно, какая жизнь становится достоянием общественности. Сославшись на результаты сравнительного исследования, проведенного вместе со шведскими коллегами, С. Г. Корконосенко отметил, что героями большинства публикаций российских СМИ становятся необычные люди (знаменитости, начальство и т. п.), в то время как в Швеции ситуация прямо противоположная. Это объясняется разными привычками, стандартами и подходами в СМИ, а также различием в восприятии отдельных лиц: у шведов, к примеру, чиновник обслуживает человека, а в России считается начальником. В скандинавской журналистике

очевидна тяга к повседневности, к показу жизни простого человека, чего нет у нас. «Мы многое заимствуем из-за рубежа, — отметил С. Г. Корконосенко, — но не всегда то, что нужно». Впрочем, некая неопределенность остается: например, в вопросе, кого можно считать «простым человеком». Если у шведов эта категория более или менее точно социально определена, то в России при исследовании «простых людей» приходится довольствоваться здравым смыслом, а не устоявшимся понятием.

После выступления С. Г. Корконосенко участники семинара продолжили работу в рамках своих секций.

Заседание секции «Журналистское познание в XXI веке» открыло выступление профессора *Анатолия Ивановича Иванова*, работающего на кафедре журналистики и издательского дела Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина. Тема его доклада — «Быт или бытие? Нериторические вопросы региональной журналистике». А. И. Иванов отметил, что правда жизни — понятие многогранное, и рассматривать его с одной стороны было бы неправильно. Если смотреть на жизнь как на повседневность, то в ней наиболее привлекает событие, новость. Но у журналиста всегда есть возможность увидеть и большое, и малое. Это наглядно иллюстрирует передача «Намедни», где сюжет о первом полете человека в космос соседствует с сюжетом о выпуске первого холодильника «Зил». Такое соединение большого и малого часто становится проблемой для провинциального журналиста. В качестве примера удачного соединения тем разного масштаба А. И. Иванов привел тамбовскую версию газеты «Житье-бытье», обратившейся к «маленькому человеку с маленькими радостями». Журналисты издания ведут рубрику, в которой простые люди делятся радостными событиями, случившимися в их жизни за неделю. Этот и многие другие примеры, по мнению докладчика, демонстрируют, насколько важно неспешно погружаться в жизнь в условиях растущего потока информации, сохраняя при этом вкус к жизни.

Валентина Вениаминовна Кихтан (профессор, заведующая кафедрой журналистики Ростовского гос. экономического университета) обозначила тему своего выступления как «Универсальный

журналист: миф или реальность?». Она отметила, что универсализм в журналистике, безусловно, нужен, поскольку без него справиться с нарастающим потоком информации невозможно. Но при этом мы теряем некоторые жанры журналистики, поскольку возрастает интерес к коротким новостным сообщениям. В. В. Кихтан отметила, что в подобных условиях возникают сложные педагогические вопросы: например, стоит ли учить студентов «классицизму в журналистике» или нужно переориентироваться на современность с ее оперативным распространением информации в Интернете? Сегодня журналистика упрощается, и эта тенденция тревожит, несмотря на то, что журналистов, способных работать и на телевидении, и в печатных или сетевых изданиях, стало больше.

«Провинциальную» тему, поднятую профессором А. И. Ивановым, продолжила *Марина Вадимовна Ливанова* (доцент кафедры журналистики и культуры речи Смоленского гос. ун-та), выступившая с темой «„Контент выживания“, локальной прессы». По ее словам, одной из тенденций сегодня является локализация контента. Объектом внимания медиа становится жизнь отдельных районов, улиц и даже домов, которую не могут осветить федеральные СМИ, но могут — локальные. М. В. Ливанова поделилась материалами контент-анализа 25 районных смоленских газет, которые она проводила в 2003-ом, 2006-ом и 2009-ом гг., а также анализа содержания сайтов 16 смоленских районных газет и опроса журналистов смоленской местной прессы. Согласно данным, представленным М. В. Ливановой, 80% районов Смоленской области имеют низкий потенциал, что выражается в преобладании сельского населения пенсионного возраста и высокой естественной убыли населения. В таких районах пресса функционирует вне рынка, является статусным атрибутом, консервирующим советские бренды, а также становится средством поддержания сообщества. Для прессы депрессивных районов роль «контента выживания» возрастает. Печать занимается эксплуатацией проблемных социальных тем, но при этом не обеспечивает диалог между властью и обществом и становится своеобразной диалоговой площадкой для самих жителей районов с низким потенциалом.

Профессор *Виктор Александрович Сидоров*, представлявший кафедру теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, в своем выступлении поднял тему медийного взаимодействия абстрактных схем и правды реальности. Лейтмотивом выступления стало утверждение о том, что «в журналистике самое главное — не переставая учиться думать, поскольку журналистика остается журналистикой только тогда, когда в ней есть мысль». Докладчик заметил, что некоторые суждения (например, «Россия исчерпала свой лимит на революции») в прессе встречаются регулярно, но не несут в себе ответа на вопрос: «Кто это доказал?». Эти абстрактные суждения стремятся закрепить сложившийся статус-кво, они способствуют вульгаризации теории, отрываясь от жизни. Изучать, по мнению В. А. Сидорова, нужно не столько природу абстракций, сколько то, что позволяет им «бесцеремонно вторгаться» в медийный дискурс, пропагандируя идеи личного успеха.

Затем участники семинара выслушали выступление еще одного представителя кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций — доцента *Людмилы Петровны Марьиной*. Тема ее выступления — «СМИ в современном социокультурном пространстве: игра как форма познания». В докладе нашлось место и влиянию, которое культура оказывает на журналистику, и вопросам эпистемологии, и смене парадигм. По словам Л. П. Марьиной, динамичный характер современного общества несовместим с эпистемологией, основанной на репрезентационной парадигме. На смену ей приходит перформативная парадигма. Язык выполняет перформативную функцию, а по отношению к перформативам применимо не правило истинности / ложности, а правило успешности / неуспешности. В таких условиях познание не отражает, а создает, исполняет или учреждает реальность.

«Биографический прием в психологическом портретировании: горизонты познания» — так звучала тема выступления доцента кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ *Анастасии Николаевны Гришаниной*. Она отметила, что биография является не только отображением фактов из жизни какого-либо человека, но и воспроизведением «поисков, тревог,

признаний и переживаний» — то есть состояния души человека. Сегодня в аналитических журнальных публикациях, некоторых телевизионных программах и в сетевой среде снова наблюдается интерес к биографическому методу. В своем выступлении А. Н. Гришанина выявила, кто становится героем портрета в СМИ, каковы особенности биографического метода в журналистике и психологии, а также сделала вывод о том, что сегодня в журналистике классический портрет трансформируется в модель, в попытку научить читателя, как жить.

Писатель *Андрей Михайлович Столяров* (С.-Петербург) обозначил тему своего выступления как «Бифуркация истины: дурное множество правд». Докладчик отметил, что правду жизни часто путают с правдой факта, носящей внешний характер. Что касается правды жизни, то «правд» может быть множество, в то время как истина — одна. И в наше время наибольшую сложность, по словам докладчика, представляет выявление механизма верификации правды жизни. В предшествующие исторические эпохи такой механизм существовал, поскольку существовали «абсолютные тексты» — тексты, не подлежащие сомнению, верифицирующие правду и отделяющие от нее неправду: Библия в христианскую эпоху, философия коммунизма в советский период и т. д. Сегодня мы живем в среде тотальной равнозначности, где нет ценностной иерархии. Верифицировать правду невозможно, поэтому она верифицируется перформативно, то есть назначается, и в этом А. М. Столяров согласился с Л. П. Марьиной. Главной трудностью современной журналистики является невозможность установить, что же такое — правда жизни.

Профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ *Николай Лукьянович Волковский* выступил с докладом на тему «Правда и факт в журналистике». По его мнению, нужно учитывать, что обстановка, в которой функционируют СМИ, не идеальна: есть, к примеру, цензура и самоцензура, коммерциализация. Более того, только 25% информации, предоставляемой информационными агентствами, попадает на страницы печати, и журналисты отбирают ее в соответствии с теми условиями, в которых они оказываются, формируя тем самым свою

повестку дня. Особо ярко проявился в выступлении Н. Л. Волковского педагогический компонент: по мнению докладчика, все описанные выше негативные тенденции становятся возможными, потому что журналисты имеют слабую подготовку в области психологии познавательной деятельности.

Роман Сергеевич Блестов, студент кафедры философии Гуманитарного института СФУ (Красноярск), рассказал о некоторых аспектах информационного вакуума. В его понимании информационный вакуум сегодня — это контроль и упущение некоторой информации на этапе ее поступления к потребителю. Журналистика является одним из видов производства, и с экономической точки зрения мало чем отличается от других производств. В нее точно так же инвестируют средства, что позволяет оказывать влияние на конкретный продукт, поступающий к потребителю. СМИ, в свою очередь, заинтересованы в освещении тех событий, которые не принесут имиджевого вреда их инвесторам, что и приводит к созданию информационного вакуума.

«Виртуальная утопия в пространстве современной массовой коммуникации» — тема доклада доцента кафедры теории массовых коммуникаций Челябинского гос. ун-та *Леонида Геннадьевича Александрова*. Под виртуальной утопией следует понимать емкое мифологическое пространство, порожденное деятельностью СМК. В виртуальной утопии современной массовой коммуникации при отсутствии четких идеологических и культурных ориентиров «сетевое мышление» начинает подсказывать концепты для структур сознания, исходя из собственных принципов и установок, и вырабатывать новые идеологические парадигмы. Тем самым, как отметил Л. Г. Александров, обосновывается ценность утопического пространства, и в массовых масштабах воспроизводится философия виртуальной жизни.

Следующим докладом в секции стало выступление *Залины Федоровны Хубецовой*, доцента кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. Тема, которую она осветила, звучала как «Технологические и социально-политические факторы трансформации журналистской практики в России (опыт 2010-ых годов)». З. Ф. Хубецова отметила, что характер политических от-

ношений, в которые вступает пресса, меняется на всех уровнях: меняются связи между государством и журналистикой, между журналистикой и социальными институтами, между журналистикой и личностью. Самыми заметными становятся изменения на уровне «государство — журналистика», во многом благодаря концепции «открытого государства». Российское общество получило техническую возможность вступать в прямой диалог с государством в режиме он-лайн, минуя СМИ. В таких условиях снижение значимости информативной функции прессы может компенсироваться увеличением значимости ее оценочной функции.

Заседание секции продолжилось оживленной дискуссией, в которой приняли участие почти все докладчики. А. М. Столяров еще раз отметил, что правда сегодня зачастую назначается, в том числе и журналистами, которые регулярно отрабатывают те или иные темы и затем закрывают их, как это было в случаях освещения Чеченской военной кампании или деятельности «оборотней в погонах». А. И. Иванов привел еще один яркий пример — «проблему 2000» — и назвал эту и подобные ей ситуации «дымовыми завесами», за которыми зачастую не разглядеть правды жизни. С. Г. Корконосенко отметил, что познавательная активность и простое любопытство — это те достоинства журналистики, которые делают ее профессией. А журналистика сегодня в большей степени реактивна, она подхватывает те темы, которые в нее внедряются, и недостаток «проактивной» (как выразился А. М. Столяров) журналистики не может считаться благополучным положением дел. В. А. Сидоров вспомнил о своем профессиональном опыте радиожурналиста, охарактеризовав реакцию журналистики на поверхностные поводы как «реактивную моду», которая возникала сама собой, а не по указке сверху. Но даже в такой ситуации стоящих материалов выходило куда меньше, чем дешевых поделок. В. А. Сидоров отметил, что исследователям нужно активнее обращаться к личности журналиста, к его культуре и мышлению. В ходе дискуссии также поднимались педагогические вопросы, в частности — отсутствие у студентов факультетов журналистики мотивов для поиска правды жизни, для прорыва через «дымовые завесы». В. А. Сидоров заметил, что

молодых журналистов нужно учить мыслить, чтобы они не были подобны «тростнику, качающемуся на ветру».

В целом, можно сказать, что участники секции рассмотрели проблему журналистского познания с разных сторон. В работе секции сложилось несколько условных смысловых блоков: журналистика и Интернет, проблемы региональной прессы, перформативность современной журналистики, шум в медийном дискурсе. Отдельно отметим педагогические проблемы, которые затрагивались большинством выступающих: как мотивировать студентов искать правду, как воспитывать личность в будущих журналистах, как преподаватели могут противодействовать упрощению журналистики, наметившемуся в наше время. Отмеченные вопросы вызвали интерес даже у тех участников секции, которые не занимаются педагогической деятельностью.

В конце участники семинара сошлись во мнении, что сегодня важно обозначить основные проблемы в рамках заявленной темы, а решать их каждый сможет в поле своих научных интересов и потребностей.

Н. С. Авдонина

Северный (Арктический) федер. ун-т

ИСТОРИЯ В ЗАБВЕНИИ: РУССКОЯЗЫЧНАЯ ПРЕССА В ЛАТВИИ О ВОЙНЕ В АФГАНИСТАНЕ

Статья поднимает проблему социальной памяти о войне в Афганистане (1979–1989) в Латвии. Сегодня «афганцы», как и сам конфликт, не признаны латвийским государством. Автор анализирует освещение войны в советских и современных русскоязычных СМИ Латвии.

К л ю ч е в ы е с л о в а : война в Афганистане, Латвия, ветераны, социальная память.

N. S. Avdonina

Northern (Arctic) Federal University

FORGOTTEN HISTORY: RUSSIAN-SPEAKING MEDIA IN LATVIA ABOUT THE WAR IN AFGHANISTAN

The main question of the article is a collective memory in Latvia about the war in Afghanistan (1979–1989). “The Afghans” are not legally recognized by the Latvian state as well as the conflict as a whole. Author analyses coverage of the war in the Soviet and modern Russian-speaking mass media issued in Latvia.

Key words: war in Afghanistan, Latvia, veterans, collective memory.

2014 год дважды юбилейный для «афганцев» — 35-летие со дня ввода и 25-летие со дня вывода советских войск из Афганистана. В следующем — 2015-м — мир будет отмечать семидесятилетие победы во Второй мировой войне, россияне — в Великой Отечественной. Для некоторых стран, в частности прибалтийских, отношение к обоим событиям до сих пор складывается противоречиво.

В Латвии ответственность за мировую войну возлагается как на нацистскую Германию, так и на коммунистический Советский Союз — одинаково ненавистные тоталитарные режимы, для которых маленькая страна была всего лишь разменной монетой. История Латвии — это история семейных конфликтов, когда сын надевал форму легионера, а отец выбирал сторону Красной Армии.

Две даты определяют основной конфликт социальной памяти — 16 марта, когда бывшие легионеры приходят к памятнику Свободы, и 9 мая, торжественный праздник у подножия мемориала Освободителям Риги, где ежегодно собирается двести тысяч жителей. По словам участников, это выглядит как огромный праздник, party — шашлыки, 100 грамм, цветы. 19 ноября 2013 г. министр обороны *Артис Пабрикс* предложил называть памятник на площади Узварас «совковятником», по-

сколькx большинство людей, приходящих к нему, живет советским прошлым¹.

Одно из приоритетных исследовательских направлений в современной латвийской науке — это сохранение национальной идентичности. В стране проживает около 2 млн человек, из них 1 млн 200 тыс. латышей, 500 тыс. русских, 70 тыс. белорусов, 46 тыс. украинцев, 25 тыс. литовцев, 44 тыс. поляков, 5 тыс. цыган и 61 тыс. представителей других национальностей². Решить, когда праздновать День Победы, очень важно для будущего нации. Официально признается, что 9 мая — это не очередная годовщина победы СССР во Второй мировой войне, а «новая точка отсчета советской оккупации Латвии и репрессий»³.

Памятники, мемориалы, музеи, ветераны, военные песни — все это «места памяти» (Пьер Нора). Их роль — символическая; цель — создавать представления общества о самом себе и своей истории⁴.

Элисон Лэндсберг, профессор Университета Джорджа Мэйсона, изучая трансформации американских воспоминаний в век «массовой культуры», предложила понятие «протез памяти». Современный мир с его индустриализацией и массовыми движениями, «массовой культурой» создал новую форму публичной культурной памяти — протетической. Технологии массовой культуры функционируют как протез между индивидом и историческим нарративом о прошлом. Протез помогает человеку приобрести глубинную память о прошлом, в которой он или она никогда не жили⁵. Например, кино переносит людей в тот воображаемый мир, в который они никогда не попадут, особенно если это исто-

¹ Пабрик: памятник Освободителям можно переименовать в «совковятник». URL: <http://rus.delfi.lv/news/daily/politics/pabriks-pamyatnik-osvoboditelyam-mozhno-pereimenovat-v-sovkovyatnik.d?id=43827202>.

² URL: <http://pop-stat.mashke.org/latvia-ethnic2013.htm>.

³ (Две) стороны: Латышские военные рассказы. Вторая мировая война в солдатских дневниках / под ред. В. Зелче и У. Нейбургса. Рига, 2013.

⁴ Нора П. Проблематика мест памяти // Нора П., Озуф М., Пюшмеж Ж. де, Винок М. Франция-память. СПб., 1999. С. 17–50.

⁵ Landsberg, A. Prosthetic memory: The transformation of American remembrance in the age of mass culture. New York, 2004.

рический кинофильм или фантастика. Особенность протетической памяти состоит в том, что она может очертить субъективность и политическую идентичность индивида.

Протезами могут быть и СМИ, например для поколения, которое не застало конкретного события и узнает о нем не из первых уст, а из газет, журналов, радио или телевидения: «А имена погибших, живших в Латвии, должны остаться в памяти народной как имена героев, мужественно исполнявших свой солдатский долг, как имена напоминания о том, к чему могут привести безответственные правители при безмолвном народе. Как имена-память о войне 1979–1989 гг. <...> Пусть в центре Риги, в одном из ее парков поднимется ввысь стела с именами всех уроженцев Латвии, погибших на афганской войне. Хорошо, что уже собираются средства для создания такого памятника» [памятник так и не был установлен в связи с развалом Советского Союза. — Н. А.]⁶.

Война в Афганистане, с точки зрения освещения в СМИ, это уникальный конфликт — в течение шести лет действовала настолько строгая цензура, что протез памяти понадобился ближе к концу войны и выполнял функции не последовательного информирования, а «чтобы узнали о событии». Сейчас протезы нужны больше самим ветеранам, которые отстаивают свое право на социальные гарантии, на признание латвийским государством. Ветераны воевали в Советской Армии, не «защищая идеалы режима», а выполняя приказ, у многих не было выбора — последний школьный звонок, и завтра призыв. Независимой Латвии эта «советская» история не нужна и память, естественно, тоже. Тогда для кого же эта память о войне в Афганистане?

Бездействие и публичное молчание людей, как и молчание прессы, разрушают память или не дают ей даже возможности появиться — в акте забвения событие самоуничтожается, прерывается социальная память. Сейчас это молчание — добровольное (война просто не популярна в стране), в момент войны в Афганистане — молчание принужденное или согласие по незнанию: «Я не

⁶ Виноградов Р. Спаси без вести пропавших! // Советская молодежь. 1989. 7 марта.

раскрою большого секрета, если скажу, что события в Республике Афганистан долгое время односторонне освещались в печати и на телевидении. О многом *умалчивалось*, но *справедливо* ли это по отношению к воинам, выполнявшим интернациональный долг?.. Обидно. Хотя бы потому, что 19-летние, попавшие на войну, могут без всяких скидок служить примером своим сверстникам, даже тем, кто не служил. Я, человек, немало повидавший, не перестаю удивляться их политической зрелости, преданности Родине, долгу, присяге... И я не раз ловил себя на мысли, что сравниваю подвиги этих парней с делами и поступками их отцов и дедов во время Великой Отечественной войны... На их могилах до сих пор не разрешают делать надписи о том, что погибли они, выполняя свой интернациональный долг именно в Афганистане. И это в период гласности!.. Ложь, кому она выгодна? Замалчивание только во вред»⁷.

В августе 1991 г. Латвийская ССР провозгласила независимость и объявила себя правопреемницей того государства, которое существовало в период с 1918 по 1940 гг., а правопреемницей СССР стала Россия. Следовательно, она и несет ответственность не только за оккупацию, но и за конфликт в Афганистане. В современной Латвии «афганцы» не признаны как ветераны, следовательно, они не имеют законного статуса и права претендовать на получение льгот и пособий. Это до сих пор болезненный вопрос, особенно если учесть, что в стране есть граждане и не-граждане. С 1998 г. в Латвии работает Ассоциация ветеранов войны в Афганистане и других военных конфликтов, в том числе не только конфликтов до 1979 г., но и последующих, например, нынешнего конфликта в Афганистане. Цель организации — обеспечить социальные гарантии ветеранов Афганской войны, забота о родственниках погибших и неформально — встречи, праздники, где обязательно звучат воспоминания о войне. Три с половиной тысячи призывников из Латышской ССР проходили службу в Афганистане. В ассоциацию вступило 600 человек — многие просто не выходят на связь, зная, что все равно социальных гарантий им не добиться. Почти 75% членов организации — граждане Латвии, 20% — не-граждане и 5% — граждане России.

⁷ Бакалов Р. Они мужали на войне // Советская молодежь. 1988. 17 ноября.

В СССР существовала республиканская организация «Саланг», окончательно распавшаяся в 1992 г. Ответственность и заботу о ветеранах в советский период на себя взяло государство. Как говорит *Гунарс Русиньш*, председатель ассоциации, если бы в межгосударственных договорах о правопреемстве было записано, что ветераны войны в Афганистане вне этих соглашений, тогда их судьба сложилась бы иначе. Социальные гарантии остались только у ликвидаторов аварии на Чернобыльской АЭС, потому что это была катастрофа, от последствий которой мог пострадать весь мир.

Условие памяти — это ощущение человеком тождественности двух «я»: в прошлом и настоящем ты есть одно лицо. «Афганцы» в прошлом — солдаты, сейчас — ветераны, непризнанные государством, в котором прожили всю жизнь. Они сами борются за свою память и историю. Бывший президент Латвии *Вальдис Залтерс* предлагал *Гунарсу Русиньшу* принять статус репрессированных (как в Литве, но в этой стране нет не-граждан), но он отказался — «если всем, то всем, если никому, то никому». Дело в том, что статус репрессированных могут получить только граждане Латвии.

Есть такая философская задача: как можно благородно взять на себя чужую юридическую ответственность, но принять политическую или моральную вину без юридических последствий?⁸ Если мы принимаем на себя вину и ответственность, то выходим из сферы этики и входим в сферу права. Если латвийское государство признает «афганцев» не как репрессированных, а как реальных солдат, которые воевали не за идеалы тоталитарного государства, а просто выполняли солдатский долг и приказ, то в этом случае Латвия также частично принимает на себя ответственность Советского Союза. В сложившейся политической обстановке это просто немислимо.

15 февраля 2014 г. в Тихом саду Риги *Гунарс Русиньш* открывает памятник погибшим в войне в Афганистане. Эскиз он набросал еще в 1998 г., когда учреждали ассоциацию: две ладошки, скрепляющие половинки сердца, живое и мертвое, а посередине

⁸ *Агамбен Дж.* Homo sacer. Что остается после Освенцима: архив и свидетель. М., 2012.

не меч острием вниз — символ оконченной войны. «Здесь сказано все без слов: живые должны думать о мертвых», — заявил *Гунарс Русиньш* в интервью автору. Этот памятник очень важен не просто как «место памяти», но как вещественное доказательство войны. Как мы можем узнать, было ли событие? В данном случае война в Афганистане — была ли она плодом воображения? Или просто слишком поздно вспоминать? Историю могут рассказать только те, кто был там. По признанию самих ветеранов, сейчас слишком много появляется лжегероев, которые в прошлом году были «лейтенантами», а сегодня уже «полковники». Единственное доказательство войны — факт смерти. Памятник погибшим — это наилучшее место памяти, чтобы помнили живые.

Война в Афганистане — непопулярная в Латвии война, здесь в фаворе Вторая мировая. Любое событие сопровождается медиатизированным ореолом, ореолом преемственности. Если войны нет — нет и ветеранов, нет льгот: «15 февраля 1989 года войдет в учебники истории страны как день окончания войны. Этот день войдет не как день победы или поражения, а как день памяти. Около 15 тысяч молодых людей ценой своей жизни выполнили до конца солдатский долг по исполнению приказа. Этот день — день помощи и сострадания тем ветеранам войны, которые пришли с нее физическими калеками»⁹.

Русскоязычная пресса Латвии (газеты «Советская молодежь», «Советская Латвия» и журнал «Даугава») полноценно не освещала конфликт вплоть до 1986–1987 гг. И даже во время перестройки сохранялась пропагандистская риторика: афганский узел, агрессия, вторжение, необъявленная война, афганский вопрос, душманские банды, священный долг, «отстаивать завоевания Апрельской революции», «демонстрация военных мускулов», «верность интернациональному долгу ежедневно и ежечасно демонстрируют воины ограниченного контингента советских войск в Демократической Республике Афганистан», «необъявленная война империализма США и других стран

⁹ *Виноградов Р.* Указ. соч.

Запада и их союзников на Востоке против демократического Афганистана»¹⁰.

В начале конфликта латвийские СМИ ссылались на те же документы, что и центральная советская печать — статья 51 Устава ООН (каждое суверенное государство имеет законное право на индивидуальную и коллективную самооборону) и советско-афганский Договор о дружбе, добрососедстве и сотрудничестве от 5 декабря 1978 г. В тех же политических координатах освещались советско-американские отношения: «цитадель империализма» США поддерживают агрессоров или сами готовы применить силу, а Советский Союз, следуя своей миролюбивой политике, всегда придет на помощь. Сообщения из Афганистана печатались под рубриками «Международная панорама», «Со всех континентов», «Афганистан сегодня», «Из афганского дневника», «Место подвига — Афганистан», «Моя боль — Афганистан», «Афганский репортаж». Советские солдаты назывались только «воинами» или «ограниченным контингентом советских войск», которые «сердцем почувствовали: надо помогать этим людям... Их детям, всему народу, который выбрал новый путь. Оказывать содействие в отражении агрессии извне»¹¹. В материалах СМИ появлялись исторические отсылки к Великой Отечественной войне — так не только поддерживалась память о ней, но и проводилась символическая параллель между конфликтом в Афганистане и Отечественной войной. Воины-интернационалисты изображались как поколение преемников защитников Родины от нацистов.

В перестройку латвийские газеты осмелели. Появились статьи о бюрократии («Часто и не поймешь, кто перед тобой: нормальный человек или упырь бездушный, чтущий одну лишь

¹⁰ Подробнее см.: Кто затягивает «афганский узел» // Советская молодежь. 1979. 29 дек.; *Гладилов В.* Если друг в беде // Советская молодежь. 1985. 9 апр.; Соппротивление нарастает // Советская Латвия. 1986. 7 янв.; *Глинчук Н.* Долг // Советская молодежь. 1986. 23 янв.; *Соколов А.* «Прозрение» журнала «Шпигель» // Советская молодежь. 1986. 27 февр.; *Ган Б.* Провокация на советско-афганской границе // Советская молодежь. 1987. 30 апр.; *Базаров В.* Афганистан: иностранное вмешательство продолжается // Советская молодежь. 1988. 5 февр.

¹¹ *Глинчук Н.* Указ. соч.

инструкцию, только ей и поклоняющийся. Именно по таким давно устаревшим инструкциям инвалид-„афганец“ спокойно приравнивается к инвалиду-пьянчужке»¹², о молчании («У меня сын служит в десанте. Почему мы так мало об этом знаем? Почему так долго молчали? Неужели за наших ребят некому заступиться?»)¹³, о войне («Это была война»; «Читать этот рассказ горько и страшно. Но это — правда о войне»)¹⁴, о выводе войск («Их всех огнем крестило афганское небо. Но пришел день, когда вертолеты впервые за время войны взяли мирный курс. Три недели назад последний советский солдат покинул провинцию Кундуз, где базировалась часть, в которой служил капитан Алексей Славинский. Они вернулись на Родину»)¹⁵ и об ответственности принимавших решение начать войну («Нас — безмолвно наблюдавших за безответственными деяниями группы руководящих деятелей страны, которые не спросили нашу верховную власть — Верховный Совет СССР, не спросили народ и ввергли страну в тяжелую затяжную войну. Вероятно, опять потребуются долгие годы, прежде чем будут опубликованы протоколы совещаний, на которых группа „непогрешимых“ престарелых руководителей решала без народа судьбы его десятков тысяч детей. Может быть, стоит всенародно спросить у участников этих решений, которые еще живы и находятся „на заслуженном отдыхе“, как же все это происходило?»)¹⁶.

Афганскую войну нельзя было скрыть, считает *Гунарс Русиньш*. Если бы она кончилась в 1984 г., тогда бы все и осталось в тишине, и никто бы никогда не узнал об интернациональном долге: «Дембель был в 1981-м, и, когда я вернулся домой, меня очень долго мучил вопрос: а для чего там, в Афгане, все ЭТО происходило? Первое время присутствие советских войск в Афганистане было засекречено, потом уже стали говорить о войне, когда потерь становилось все больше. Но, по правде говоря, у меня и

¹² *Маркарян К.* Павел Мешкис — «афганец» // Советская молодежь. 1988. 5 июля.

¹³ *Бакалов Р.* Мы вернем их // Советская молодежь. 1988. 1 июля.

¹⁴ *Бакалов Р.* Хроника дней и ночей // Советская молодежь. 1988. 20 авг.

¹⁵ Там же.

¹⁶ *Виноградов Р.* Указ. соч.

не было никакого желания рассказывать о том, что происходило в Афгане. Слишком уж сильный контраст: там война, кровь, смерть, а здесь, в Латвии, обычная жизнь... „Афганцев“, которые возвращались домой и начинали рассказывать о войне, никто просто не мог понять... В 1979–1980 годах ни о какой войне за пределами Афгана еще никто из „простых смертных“ не знал, а мы давали подписки о неразглашении»¹⁷.

В Латвии сегодня война вспоминается только 15 февраля, в памятную для ветеранов дату, одном из виртуальных мест памяти. Тогда, особенно в русскоязычных СМИ, публикуются очерки, репортажи из прошлого, интервью с ветеранами, гражданами и не-гражданами, которые обязательно возвращаются к истории, не к настоящему. Такие материалы, иногда написанные от первого лица, восполняют пробел в памяти, но больше напоминают солдатский фольклор¹⁸. *Шошан Фельман* и *Дори Лауб*, исследователи из Йельского университета, предложили понятие «событие без свидетелей». В ситуации войны в Афганистане это — событие без осведомленных, без огласки. Свидетели были и остались — чиновники, государственные лидеры и солдаты-ветераны, родственники. Основная масса людей имела и имеет смутное представление о войне («интернациональный долг»), но о реальных масштабах «долга» — нет.

Миф может деформировать реальность (*Ролан Барт*), превращаясь в нечто другое, например в сказку о войне. Но миф возникает не сам по себе. Реальность войны в Афганистане была деформирована государством, СМИ, а ветераны возвращают ее обратно, они реабилитируют историю, в том числе через прессу. Память — это вера в то, что «это было», было, ибо я помню. А если я помню, а остальные — не знают? Тогда это — анонимность войны и ветеранов (латвийские «афганцы» еще не выпустили Книгу Памяти). Это все равно, что событие без памяти, история без па-

¹⁷ *Мейден И.* Афганская вьюга // Вести сегодня. 2009. 12 дек.

¹⁸ Подробнее см.: *Вольт В.* Война без фронта // Вести сегодня. 2008. 15 февр.; *Мейден И.* Указ. соч.; *Март Д.* Помнишь, брат? // Вести сегодня. 2009. 28 дек.; *Самохвалов В.* «Нас оставалось только трое...» // Вести сегодня. 2012. 2 авг.; *Март Д.* Забытые герои // Вести сегодня. 2012. 2 авг.; *Вольт В.* Бойцы вспоминают минувшие дни // 7 секретов. 2013. 21 февр.

мяти, история в забвении. Когда памяти нет вокруг, она — ни-где. Если большинство ничего не знает о войне, то сохраняются только ветераны — люди-память.

Л. Г. Александров
Челябинский гос. ун-т

ВИРТУАЛЬНАЯ УТОПИЯ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена функциональной специфике современных средств коммуникации в контексте представлений об утопичности массового сознания. Автор предполагает, что выход СМИ за пределы информационной функции и их связь с более широким спектром культурных задач является значимым показателем ухода среднего потребителя информации от правды жизни в расчете на построение иных, «виртуальных» миров.

К л ю ч е в ы е с л о в а : средства массовой информации и коммуникации, утопия, культурное пространство, экзистенциализм.

L. G. Alexanderov
Chelyabinsk State University

VIRTUAL UTOPIA OF THE MODERN MASS COMMUNICATION

The article is devoted to the functional specificity of modern mass media within the concept of mass consciousness utopianism. We suppose that mass media ignore the information function and acquire a wide cultural mission; in result public consciousness tries to construct new virtual worlds.

Key words: mass media, Utopia, domain of culture, existentialism.

Характер развития средств массовой коммуникации в XX — начале XXI вв. позволяет говорить о все большей их виртуализации, а само массовое сознание определять как «утопическое пространство». Употребляемая нами терминология не часто встречается в академических изданиях по теории журналистики и вообще выходит за рамки строгой научной теории. Латинскому понятию «виртуальный» (*virtualis* — возможный, тот, который должен проявиться) близко понятие «потенциальный» (*potentia* — сила, скрытая способность). В этом значении в научной среде иногда понимается и широкая массовая аудитория. О виртуализации же чаще рассуждают в связи с искусством и эстетикой. Журналистика же, как известно, действует как бы на стыке этих двух культурных сфер — науки и искусства.

Под виртуальной утопией мы понимаем емкое мифологическое пространство, порожденное деятельностью СМК. О заполнении современного массового сознания социальными мифами рассуждали представители различных философских направлений новейшего времени. Многие мыслители пытались оценить отличия современного утопического сознания от утопизма прошлых поколений. В бурной динамике XX в. как-то незаметно случился переход от понимания средств массовой *информации* к онтологически более «размытому» термину «массовая *коммуникация*».

В самом деле, насыщаемый информацией мир по определению должен становиться более объективным, удовлетворять как минимум три запроса аудитории, выраженные в классической формуле трех *w* (*what? where? when?*). Однако по иронии судьбы культовым для современной коммуникации во всемирной паутине стало совсем другое значение этих символов — *World Wild Web*. Если объекты, обменивающиеся информацией, чаще всего конкретны, то коммуникация между ними (как и многие другие типы отношений) — процесс неуловимый, условный, почти эфемерный и поэтому утопичный (то есть, дословно, «не имеющий места»).

Необходимо при этом отдать дань уважения *T. Морю*, оригинальное сочинение которого положило начало и жанру искус-

ства, чье видовое многообразие смыкается сегодня с жанром фантастическим, и самостоятельному направлению общественной мысли, известному сегодня как «утопический социализм», и нарицательному понятию, широко распространенному в обиходном сознании (вспомним хотя бы значение утопии в ностальгических «Покровских воротах» — «догнать мотоциклиста Савранского»).

Количество определений утопии сосчитать трудно. Кроме того, в научной сфере развивается терминологическое творчество в рамках исследования утопизма. Часто говорят о практопии (воплощении утопических проектов мироустройства), иногда — о дистопии (отрицании возможности таких проектов). Широко распространен семантический нонсенс для топологии пространства — антиутопия; в сущности, имеется в виду жанр, совпадающий с социальной критикой и сатирой. Можно заметить также, что многие другие «отрицательные» понятия из современного философского обихода со своей позиции характеризуют виртуальное пространство современной массовой коммуникации. Его можно обозначить и как «область коллективного *бессознательного*», или же как «результат социальной *анархии*» в развитии информационных технологий.

Попробуйте опровергнуть, например, такое определение: утопия — это любая из тысяч идей любого из миллиардов живущих на планете людей. А где, собственно, располагается знаменитый виртуальный «мир идей» *Платона*? Нигде, утопия. Применительно же к утопии (точнее — «пантопии») средств массовой коммуникации мы обнаружим расхождение не только в определениях, но и в оценках. Виртуальный мир коммуникации — это одновременно и информационный рай для познающего субъекта, и опасность почти наркотической зависимости от него, полной вовлеченности в искусственно созданную широкую коммуникативную среду.

Статус утопии в современной «массовой культуре» не предполагает фиксацию в пространстве и времени или возможность осуществления идеала в реальности. Журналистика по определению должна отражать правду жизни, она стремится к слиянию с миром

в процессе коммуникации. Утопии же часто возникают в точках пересечения искусственного и естественного, на границе между ними. Знания требуют анализа, художественные образы — синтеза. В движении к сознанию массовой аудитории формируется новая реальность, «параллельный мир». И вхождение этого мира в сознание среднего потребителя зависит от «окраски» предмета массовой коммуникации — или это событие, или социальная тенденция, или рекламный продукт, или предмет развлечения, или что-то другое. Создание информационного продукта в этих функционально различающихся сферах деятельности делает виртуальный мир пестрым, многообразным, спорным и неоднозначным.

Технологическое совершенство современных средств коммуникации — мобильный Интернет, датчики голоса (и даже взгляда) на пульте электронного управления — предела не знает. Но заметим, что фантастические возможности современной коммуникации связаны не с перемещением конкретных объектов в реальном пространстве, а с расширением возможностей сознания в пространстве виртуальном. Началось это, по-видимому, с приходом в массы кинематографа и телевидения, насытивших сознание движущимися картинками, а также звуков радиоэфира — постоянного аудиофона виртуального мира. Исследователи отмечают, например, что для современного концептуального кино имеет значение интуитивная неопределенность пространства и времени при экзистенциальной насыщенности эстетического содержания. Репрезентация мира почти исключает объективность, ибо события и сюжеты преломляются через внутренние переживания человека, чтобы достичь сознания. В результате мы имеем либо искаженную картину объективного мира, либо картину уже совсем другого мира¹.

Закономерно, что из всех философских течений XX в., деклариовавших собственные комплексы подходов к массовой коммуникации — структурно-функциональные, знаково-символические, прагматические, социально-классовые, психоаналитические, — именно экзистенциализм с его интересом к вну-

¹ См.: Конфедерат О. В. Прозрачный кадр: концептуальный фильм как опыт рефлексивной антропологии. Челябинск, 2009.

тренному миру личности особенно остро чувствовал проблему отчужденности человека от общества и строил свою утопию на развалинах идеологии прежнего мира. У этого течения были своя правда жизни и свои претензии к массовому обществу, нивелирующему культурные различия. Классическим выразителем такого протеста был *Х. Ортега-и-Гассет*, для которого переход к новой организации человечества в эпоху жесткого идеологического противостояния был утопией и одновременно — предчувствием катастрофы культурных коммуникаций в обезличенной массе, лишенной воображения и моральных основ.

Хорошо знающий методы прессы, *Р. Барт* считал мифы «паразитами» реальности, а саму идеологию анонимной системой концептов, формирующих обыденную утопию с целью внедрения в массовую ментальность: «могущество нации», «мудрость правительства», «демократическое общество» и т. п. Утопизм разворачивается в пространстве представления субъекта, требует различения в полагании бытия-как-сущего и бытия-как-должного. В массовом же сознании аксиологические ориентиры смешиваются с аморфной «философией жизни» эпохи постмодернизма, представленной декларативным и демонстративным многообразием ее интерпретаций: сколько «истин», столько и смыслов жизни. Единая идеологическая система мыслится сверхсложной конструкцией и недостижимым культурным идеалом для разрозненных групп людей с разной степенью искаженности сознания. Психологи замечают, что структуры сознания дискретны в пространстве и не дискретны во времени, фактически они характеризуют внеличностное, квазипредметное состояние бытия. Говоря метафорически, это «заделывание дыр бытия», оставляемых причинно-следственными агрегатами в целостном сознании².

В виртуальной утопии современной массовой коммуникации при отсутствии четких идеологических и культурных ориентиров «сетевое мышление» начинает подсказывать концепты для структур сознания, исходя из собственных принципов и установок, и вырабатывать новые идеологические парадигмы: «мир без

² *Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М.* Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. М., 1997. С. 78.

границ», «глобальная деревня», «универсальная журналистика», «конвергентная редакция» и т. п. Тем самым обосновывается ценность утопического пространства и в массовых масштабах воспроизводится философия виртуальной жизни.

Процесс пересмотра фундаментальных метафизических оснований для субъект-объектных отношений осуществляется дивергентно, многомерно и скачкообразно, соотносясь с онтологическими основаниями теории относительности и игрой воображения в эстетике постмодерна. В этом смысле современную коммуникацию следует понимать не как простой придаток резонирующей демократии, а как форму реализации сознания, освобожденного от традиционной мифологии и предлагающего новый вид деидеологизированного общественного дискурса, которому в целях безопасности необходимо разрабатывать «аналитическую и герменевтическую технику взаимопонимания и перевода»³. Культурные коды современной коммуникации не менее сильны, чем идеологические лозунги, и порой так же трансцендентны. К. Мангейм полагал, что идеология служит сохранению или постоянному репродуцированию существующего образа жизни, в то время как утопическая мистика сознания направлена на радикальное преобразование порядка. Идеология апологетична и завуалирована — утопия обличительна и притом всегда «чужда действительности» и противодействует ей⁴.

В виртуальном мире, равно как и реальном, существует ряд общих понятий, ключевых концептов для обозначения гармонических общественных отношений: Добро, Истина и Счастье, Свобода, Равенство и Братство и т. п. Они придают желательное направление развитию человеческих отношений, хотя претерпевают историческую трансформацию — от философских архетипов в обыденные стереотипы. В концепции Дж. Ролза⁵ такую же миссию выполняет и категория Справедливости, которую можно назвать квинтэссенцией утопизма, поскольку осмысление этой категории

³ См.: Марков Б. В. Философская антропология: очерки истории и теории. СПб., 1997.

⁴ Мангейм К. Диагноз нашего времени. М., 1994. С. 116.

⁵ См.: Ролз Дж. Теория справедливости. Новосибирск, 1995.

предполагает особую, проективную работу человеческого сознания. Она связана с деонтологическими основами бытия, но может проявляться и в абстрактном, условном пространстве, а кроме того, незаменима в коммуникации между людьми, вследствие чего журналистов порой отождествляют с правдоискателями.

Согласно теории справедливости, коммуникация не может строиться по принципу «субъект — объект» или «цель — средство». Кроме того, справедливость — продукт субъективный. В сфере массовых коммуникаций он предстает в виде равного доступа к информации, диалогического взаимодействия, принципа консенсуса мнений, метода интерсубъективной социологии и т. п. Используя этот инструментарий, средства массовой коммуникации стремятся найти оптимальное, приемлемое решение социальной задачи или проблемы.

В исходной семантике и так называемый «средний слой», основа любой массовой аудитории — такая же условная фигура, как «справедливое распределение» или «экономическая стабильность». В конечном итоге справедливость, как и равенство, — лишь утопический идеал, архетип тождества, предполагаемая или желаемая будущая ситуация. В мире конкретики мы постоянно сталкиваемся с несходством, неравенством, различием или противоречием. Средством нивелирования противоречивых реалий для многих людей и становится виртуальная утопия современных массмедиа.

О. И. Гоцур

Львовский нац. ун-т им. И. Франко

ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ МИФОВ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены основные аспекты мифотворчества в массмедиа. Очерчены проблемы украинского информационного пространства, которые вызываются возникновением, циркуляцией и распространением мифов в печати.

Ключевые слова: миф, мифотворчество, массмедиа, массовая коммуникация, пресса.

O. I. Hotsur

Ivan Franko Lviv National University

FACTORS OF NEW MYTHS BUILD-UP IN MODERN UKRAINIAN PRESS

The article deals with the main aspects of the creation of myths in the mass media. Problems of the Ukrainian information space are described, which are provoked by circulation and dissemination of myths in the press.

Key words: myth, myth-making, mass media, mass communication, press.

Ученые доказывают, что массмедиа не только освещают и анализируют процессы во всех сферах человеческой жизни, но и формируют общественное мнение. При этом формирование общественного мнения относительно проблем, которые волнуют большие массы людей, является особенно значимым. В данном случае нужно говорить об эффективности массовой коммуникации, под которой понимают «соответствие получаемого эффекта (результата) целям, которые задавались профессиональным коммуникантом в процессе общения»¹. Таким образом, результат влияния и означает эффективность журналистской деятельности.

Свойство манипулятивности миф приобретает, проходя через три этапа. Первый связан с искусственным созданием мифа, то есть мифотворчеством. Этой процедуре подвергаются мифы, которые существуют в массовом сознании, но из-за отсутствия факторов их активизации не действуют. Второй этап — распространение мифа, благодаря чему происходит внедрение его в массовое сознание. Внедрение происходит с единственной

¹ Эффекти в масовій комунікації. URL: www.journlib.univ.kiev.ua/Rozdil6.pdf.

целью — создать определенное общественное мнение, которое может влиять на политические процессы и решения. На третьем этапе происходит распространение мифа в процессе коммуникации, продуцируется его реальное действие. Анализируя современное состояние массовой коммуникации, можно согласиться с мнением *Д. Ольшанского* о том, что массовая коммуникация является мощным генератором мифов.

Но прежде чем определить и проанализировать причины возникновения мифов в украинской прессе, нужно дать определение понятию «миф». Европейская традиция предложила несколько концептуальных подходов к изучению феномена мифотворчества: компаративный (*И. Гердер, Ф. Шеллинг* и др.), лингвистический (*А. Кун, М. Мюллер* и др.), эволюционистский (*Э. Тайлор, Г. Спенсер* и др.), ритуалистический (*Дж. Фрезер, Г. Марри* и др.), функциональный (*З. Фрейд, К. Г. Юнг*), социологический (*Э. Дюркгейм* и др.), символический (*Э. Кассирер*) и структуралистский (*К. Леви-Стросс* и др.).

Понятие «миф» рассматривали и исследовали такие крупные ученые, как *М. Мамардашвили* («Лекции по античной философии»), *А. Лосев* («Диалектика мифа»), *М. Элиаде* («Космос и история»). В частности, *М. Мамардашвили* утверждал, что мифы являются орудиями интерпретации действительности. По его мнению, миф вместе с ритуалом имеет конструктивную, человекоформирующую сторону: «кое-что такое, из-за чего в человеке образуется что-то такое, чего не было бы, если бы не проходило через определенную машину»².

По определению *М. Элиаде*, «будучи реальным и священным, миф становится типичным, а соответственно, и таким, которое повторяется, поскольку является моделью и в некоторой степени оправданием всех человеческих поступков»³. В целом миф обосновывает алгоритм поведения, который предопределяет невозможность опровержения мифа.

² *Мамардашвили М. К.* Лекции по античной философии / под ред. Ю. П. Сенокосова. М., 1999. URL: www.psylib.ukrweb.net/books/mamaro1/txt01.htm.

³ *Элиаде М.* Космос и история. М., 1987. С. 135.

Современные философия и культурология для исследования мифа пользуются двумя основными концепциями — *А. Лосева* и *Р. Барта*. В соответствии с первой концепцией миф не является метафизическим строением, а представляет собой действительность, которая реально создается. Миф всегда чрезвычайно практический, существенный, эмоциональный, аффективный, жизненный⁴. *Р. Барт* считает, что все на свете может быть мифом, ведь мир безгранично суггестивен.

Особенное место в процессе формирования мифов занимают СМИ. Причиной формирования стереотипов и мифов является страх. Например, страх возможных изменений в связи с вступлением Украины то ли в ЕС, то ли в НАТО, то ли в «кооперацию» с Россией; страх любого возможного межгосударственного сотрудничества, которое может привести к социальным (падение уровня жизни и понижение степени социальной защищенности), экономическим и политическим изменениям.

Роль средств массовой коммуникации в формировании мифа исследовали *С. Васильев* («Механизмы и уровни внедрения мифа в массовое сознание: масс-медиа как инструмент социального мифотворчества»), *Г. Рогочая* («Политический миф в избирательном процессе»), *В. Кравченко* («Социально-политический миф как элемент государственного управления в условиях мирового экономического кризиса»), *Р. Зобов* и *В. Келасьев* («Социальная мифология России и проблемы адаптации»), *В. Жежерун* и *Н. Замятина* («Политическая мифология и манипуляция доверием: социально-консциентальный аспект»).

Мифотворчество может быть разрушительным, когда становится угрозой, которая толкает массы к насилию с целью защиты своих идеалов. Миф и массмедиа функционируют в социальных плоскостях и являются взаимозависимыми. Исследуя взаимозависимость этих двух элементов в политическом аспекте, *Ю. Гайдук* и *В. Зинчук* считают, что массмедиа

⁴ *Лосев А. Ф.* Дialeктика мифа // *Лосев А. Ф.* Самое само: сочинения. М., 1999. С. 205–405.

создают новое качество коммуникации в обществе, представляют собой непосредственное влияние на кондицию политического мифа нынешнего времени⁵. С помощью прессы власть формирует у населения социально-политические установки, контролирует противодействие, дает фактам «нужную» оценку, посылает в массовое сознание определенные ценности и идеалы.

В современном мире миф получил новое значение и использование. Особенно ярко это выражено в украинских внешнеполитических отношениях, которые опосредствованно формируются средствами массовой информации. Мифы являются эффективным оружием для пропагандистской деятельности. Свою пропагандистскую сущность миф приобретает благодаря политикам, журналистам и публицистам. В целом, мифы формируются по следующим причинам:

— целеустремленно, с определенной целью (например, увеличить электорат, сформировать положительное общественное мнение относительно принятия непопулярного решения и тому подобное);

— журналистская некомпетентность;

— журналистская ангажированность;

— мифологизация информации (использование лингвостилистических средств с целью придания информации определенного оттенка).

Факторы, которые способствуют циркуляции и распространению мифов в украинской прессе, мы попробуем выявить на примере такой проблемной и болезненной темы, как внешнеполитическая интеграция Украины. В первую очередь нужно констатировать, что современная украинская пресса рассматривает выбор геополитической стратегии государства в ключе интеграции Украины в ЕС или сближения с Россией. Публицисты, общественные деятели и политики, выступая на страницах украинских газет и журналов, предлагают разные пути решения этого вопроса.

⁵ Гайдук Ю. Мас-медіа як творці сучасних політичних міфів // Гайдук Ю., Зінчук В. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. Львів, 2007. Вип. 19. С. 72–76.

Внутриукраинские события конца 2013 г. касаются именно геополитического самоопределения. Средства массовой информации дают такое определение этим событиям: «Украину майданыть». Вместе с тем массмедиа были едва ли не самыми первыми субъектами, причастными к такому состоянию государства. Слишком частая подмена понятий при внешнеполитическом дискурсе, слишком легкомысленное отношение к своей миссии стало причиной возникновения разных мифов, связанных с пониманием геополитической роли Украины, интеграции в ЕС, сотрудничества с Российской Федерацией в формате Таможенного союза.

В целом все мифы, которые создает пресса относительно внешнеполитического курса Украины, обобщенно можно разделить на следующие группы:

- мифы о ЕС;
- мифы о России как о надежном и равном партнере;
- мифы о том, что украинское население разделяется на «проамериканское» и «пророссийское»;
- мифы о возможности создания Украиной собственного геополитического пространства, центром которого она может быть;
- мифы о том, что внешнеполитический курс Украины зависит от указаний из Кремля.

Факторы, которые способствуют процессам возникновения и распространения мифов, в зависимости от их происхождения, можно разделить на внутренние и внешние. Внутренние факторы — это совокупность внутрисоциальных общественно-политических и культурных проблем, которые влияют на состояние общественного мнения относительно вопроса внешнеполитической интеграции Украины. В частности, речь идет о таких проблемных процессах, как конфессиональные (наличие на Украине Украинской православной церкви Московского Патриархата); двуязычие, которое не признано на официальном уровне, но которое реально существует в украинском обществе; парламентские и президентские выборы, которые всегда становятся важнейшими и самыми сильными катализаторами дискуссий в печати о геополитической инте-

грации Украины; функционирование политических партий разного идеологического устремления; свобода слова, обеспечивающая свободу печати и формирующая информационное пространство, которое имеет информационное наполнение государственнического и антигосударственного характера; деятельность международных, государственных и частных научно-исследовательских учреждений по вопросам геостратегических исследований; деятельность Министерства иностранных дел Украины, которое должно было бы определять и реализовывать внешнеполитическую интеграцию государства; принятие на государственном уровне официальных документов, согласно которым Украина декларировала свой курс на интеграцию в европейские структуры и Североатлантический альянс.

Реализация Украиной внешней политики и общее развитие международных отношений представляют собой внешние факторы возникновения мифов. Это, в частности, русско-украинские газовые конфликты, которые ежегодно возникают после внутренних общественно-политических трансформаций на Украине в 2005 г. (президентские выборы 2004 г., Оранжевая революция, принятие изменений в Конституции Украины). Конфликты каждый раз обостряют проблему энергетической зависимости стран Европейского союза от российско-украинских отношений. К другим внешним факторам относятся: российско-грузинская война; мировой экономический кризис, который набрал силу осенью 2008 г. и длится до сих пор; избрание нового патриарха Русской православной церкви *Кирилла*; 45-я Мюнхенская конференция по политике безопасности (6–7 февраля 2009 г.), целью которой было выстроить новую архитектуру безопасности в контексте международных отношений; реализация ЕС политики «Восточного партнерства», воплощенной в одноименной Программе (в Программе «Восточное партнерство» участвуют шесть стран Восточной Европы: Армения, Азербайджан, Беларусь, Грузия, Молдова и Украина); базирование Черноморского флота Российской Федерации на территории Украины; реальная неэффективность такого инте-

грационного объединения, как Содружество независимых государств.

Отдельно необходимо отметить влияние на украинское общество тех печатных изданий, которые имеют свои интернет-версии. Сегодня каждое уважаемое всеукраинское периодическое издание пытается иметь собственную интернет-версию. Например, это касается газет «День», «Зеркало недели», «Украина молодая», «2000», «Универсум». Также нужно учитывать тот фактор, что украинские периодические издания имеют двуязычные версии. Например, украиноязычную и русскоязычную имеет «Зеркало недели», а «День», кроме этих двух версий, еще и англоязычную.

Важнейшим фактором возникновения мифов является незащищенность украинского информационного пространства. Такое состояние предопределено тем, что на государственном уровне нет выработанной четкой стратегии защиты собственного информационного пространства, как это, например, сделано в Российской Федерации. Отсутствие такой политики предопределяет возможность информационной экспансии другого государства относительно Украины. В принципиальных вопросах это приводит к возникновению явных и скрытых информационных войн на территории Украины. По мнению шеф-редактора информационно-аналитической службы телеканала «Тоніс» *Д. Тузова*, информационная война является значительно эффективней по своим масштабам влияния и трофеям, чем обычная военная кампания⁶. На смену военным вторжениям на чужие территории сегодня приходят информационные войны. Поэтому в зависимости от того, как провести информационную кампанию, например, относительно НАТО, можно достичь кардинально противоположных результатов. А это значит, что в зависимости от целей этой кампании наша история может пойти двумя различными путями. Власть (осознанно или неосознанно) не спешит обеспечить граждан всесторонней доступной информацией о деятельности НАТО и перспективах вступления Украины в эту организацию⁷.

⁶ Тузов Д. Обратная сторона силы // Корреспондент. 2006. 30 сент. С. 66.

⁷ Дергачов О. Україна–НАТО: старт нового етапу співпраці // Економічний часопис XXI. 2002. № 7–8. С. 33.

То же относится и к вступлению Украины в Европейский Союз. Сила информационного пространства, по мнению *Д. Тузова*, — нейтральная, а проблема заключается лишь в том, что «закачать» в эту систему и как это изменит страну. При этом механизм управления медиапространством должен поддерживаться в функциональном состоянии, чтобы в нужный момент беспрепятственно забросить в него нужную разработку. Даже чрезвычайно резонансным делом о *Г. Гонгадзе* специалисты пользуются в качестве «информационного вируса» (именно так это делают разные украинские политические силы). «В Украине забыли, — констатирует журналист, — что информационная безопасность является частью национальной безопасности. Чрезмерный пацифизм в боевых условиях может привести к тому, что страна станет полигоном для желающих поиграть в геополитику и подзаработать на манипуляциях»⁸.

Информационную безопасность в контексте формирования и функционирования общественного мнения в корреляции с системой СМИ нужно рассматривать как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз⁹. Для этого необходимо на государственном уровне разработать имиджевую концепцию Украины, которая должна стать основой создания и функционирования информационной безопасности страны. Стоит заметить, что посторанжеевое информационное пространство Украины является слабым и пестрым, а потому — уязвимым для негативной информации, которая по-разному воспринимается различными слоями украинского общества.

⁸ *Тузов Д.* Указ. соч. С. 66.

⁹ *Шкляр В.* Актуальні проблеми модернізації суспільства і мас-медіа // Збірник праць кафедри української преси. Львів, 2000. Вип. 3. С. 355.

Е. С. Дорошук

Казанский (Приволжский) федеральный ун-т

**КУЛЬТУРНАЯ ТРАДИЦИЯ
В ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА:
ФОРМУЛА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ**

Автор рассматривает особенности познавательной деятельности современного журналиста в контексте культурной традиции и особенностей ее проявления в условиях нового информационного общества. Показывается, как сетевые технологии формируют познавательную систему современного журналиста.

Ключевые слова: познание в журналистике, сетевые технологии, культурная традиция, журналистское знание.

E. S. Doroshchuk

Kazan (Volga region) Federal University

**CULTURAL TRADITION OF THE COGNITIVE ACTIVITY
OF A MODERN JOURNALIST:
THE FORMULA OF INTERTEXTUALITY**

The author considers peculiarities of cognitive activity of a modern journalist in the context of cultural traditions and peculiarities of its manifestation in the new information society. He shows how network technologies form the cognitive system of modern journalist.

Key words: cognition in journalism, network technologies, cultural tradition, journalistic knowledge.

Современное общество, определяющееся как информационное, характеризуется целым рядом ключевых черт, главные из них: специфика социальной организации, в которой, по выражению *М. Кастельса*, благодаря новым технологическим условиям генерирование, обработка и передача информации стали фун-

даментальными источниками производительности и власти, и «сетевая логика структуры» информационного общества, так как оно создано сетями производства, власти и опыта, которые образуют культуру виртуальности¹. Все, что мы наблюдаем в информационном обществе, усиливается процессами технологизации. Влияние технологий на деятельность современного журналиста велико. Информационные технологии становятся важнейшим элементом общественной жизни и воздействуют на все сферы деятельности, а в процессе создания журналистом информационного продукта предстают в различных качествах: они обладают всеохватностью, гибкостью, подвержены конвергенции и непрерывному росту. Такие процессы вызывают к жизни множество проблем, характеризующих современное состояние информационной среды воздействия на сознание в массовом масштабе и отражающих глубинные процессы, протекающие в информационном пространстве.

К одной из таких проблем, возникших вместе с технологизацией и глобализацией этого явления в публичной сфере, исследователи относят проблему разрушения российской самобытности и древней национальной культуры. Как подчеркивает *М. Б. Владимирова*, в процессе глобализации «на русскую социокультурную основу накладываются ценности массовой культуры “американского типа” (смысл знаменитой “американской мечты” заключается в стремлении к популярности, славе, а также к деньгам и власти), исторически не свойственные нашей ментальности»².

Формирование культуры нового типа, о которой последние десятилетия говорят ученые и практики, идет ускоренными темпами не без воздействия / внедрения повсеместно технологий обработки и передачи информации как основной ценностной структурной единицы социальных взаимодействий. Эта культура получает название сетевой культуры, она обрела

¹ *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 43.

² *Владимирова М. Б.* Скрытое воздействие на массовое сознание (манипулирование) как современная проблема социальной философии // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. № 4. С. 22–34.

свои черты и проявляется особенными характеристиками. Журналистика как часть сетевой культуры современного общества стремительно развивается вместе с новой культурой и, как подчеркивают многие исследователи, «к концу XX — началу XXI века СМИ уже не только и не столько информируют, сколько все больше и больше выполняют манипулятивную функцию»³. Развитие журналистики в свете новых технологических изменений массмедийной практики охватывает все ее элементы, однако наиболее ярко это проявляется в познавательной деятельности. Ведь познавательная / гносеологическая деятельность — основа журналистской практики, позволяющая журналисту формировать сообщение / текст и с его помощью воздействовать на массовую аудиторию. Это часть известной трихотомии: общение — сообщение — воздействие, обозначенной в свое время *В. В. Виноградовым* как основа функционально-стилистической теории текста⁴. Познание журналиста, исходя из этой трихотомии, включает в себя элементы коммуникации / общения, текстотворчества / сообщения (создания контента) и передачи информации / воздействия.

Рассмотрим познавательную деятельность журналиста как одного из создателей информационного пространства мира. Производство особого типа знания как основа процесса познания для журналиста — суть его профессиональной деятельности. Знание принято определять как результат познания, проверенный практикой, что отражает верное представление о действительности в мышлении человека. В Словаре русского языка *С. И. Ожегова* знание определяется как постижение действительности сознанием⁵. Что есть верное представление или понимание действительности? Чем оно подкреплено? Оно подкреплено субъективными и объективными характеристиками действительности и правильным опытом, что дает возможность сформировать систему

³ Ленкова Т. А. Медiateкст в свете текстообразующих стратегий. М., 2011. С. 5.

⁴ См.: Виноградов В. В. О языке художественной литературы. М., 1963; Он же. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М., 1963; Он же. О теории художественной речи. М., 1971.

⁵ Ожегов С. И. Словарь русского языка. Екатеринбург, 1994. С. 201.

суждений и выводов, «надежность которых достаточна и необходима для того, чтобы рассматриваться как знание»⁶.

Интересной, на наш взгляд, в этом контексте является трактовка познания как процесса, определяющегося структурой и направлением самого познания. Такое толкование познания находим в отраслевой социологии знания, в частности, в трудах известного философа и социолога *Макса Шелера*. «Знание представляет собой участие в конкретном бытии сущего, предпосылкой которого является участие, трансцендирующее подлинное бытие»⁷. *М. Шелер* подчеркивает, что знание может служить разнонаправленным целям, и выделяет из них, по крайней мере, три основные:

- становления и развития личности (образовательное знание);
- становления мира (искупительное знание);
- преобразования мира для человеческих целей (знание становления — знание позитивных наук, господства и действия).

Шелер подчеркивает, что человек, познавая, начинает себя спасать, так как представляет собой одновременно и венец природы, и ее тупик; следовательно, высшая степень концентрации проблем и выход из тупика — это тоже познание человека⁸. В этом процессе ярко проявляется взаимодействие человека с окружающим миром, как проверенный практикой результат этого взаимодействия выступает знание — верное отражение действительности в сознании / мышлении человека. Критериями знания считаются опыт и понимание, обладание которыми для человека становится мерилем правильных и надежных суждений и выводов.

Итак, знание — это результат процесса познания, который базируется на взаимодействии субъекта и объекта познавательной деятельности. В рациональной философии принято выделять этот аспект в системе познавательной деятельности: см. кантовское представление о многогранности взаимодействия субъекта и объекта познания (*Кант, Фихте, Шеллинг, Гегель*). Диа-

⁶ Губский Е. Ф., Кораблева Г. В., Лутченко В. А. Краткая философская энциклопедия. М., 1994. С. 166.

⁷ Там же.

⁸ *Шелер М.* Формы знания и образования // Человек. 1992. № 5. С. 93.

лектико-материалистическая оценка практического отношения субъекта и объекта познания имеет отношение к определению практики, человеческой деятельности как одной из важнейших сторон этого процесса, приводящей в действие механизмы активности, самостоятельности, целеполагания, преобразования.

Журналистское знание — результат процесса журналистского познания. Оно лежит в русле представлений о мире и его закономерностях (мета-знание), оценок событийного пласта действительности (со-знание), сравнений категорий и понятий информационного поля (инфо-знание), выявления социальных закономерностей и потребностей (социо-знание). Журналистское знание предстает как совокупность результатов познания действительности, отраженная в мышлении субъекта (журналиста) и опосредованная системой журналистских методов и форм, обусловленная социальными (информационными и коммуникативными) закономерностями и потребностями. Знание журналиста обладает характеристиками многослойности и многокомпонентности, что обнаруживается не только на уровне знания журналистики в целом, но и на уровне профессионального сообщества и отдельного его представителя.

Отдельные составляющие журналистского знания предстают в профессиональной практике в тесной взаимосвязи друг с другом. Мета-знание и со-знание формируют информационный вектор журналистского знания (представления о мире как о целостном явлении и т. д.), инфо-знание характеризует технологический вектор, который возникает в результате овладения совокупностью операциональных и интеллектуальных умений и навыков / компетенций, социо-знание определяется аксиологическим вектором журналистского знания, который отражает интериоризацию традиционных и инновационных общественных ценностей. Все три вектора журналистского знания переплетаются в журналистской деятельности и в итоге формируют общее журналистское знание как результат профессионального познания журналистом мира.

Процесс познания и качество знания связаны с личностными характеристиками и индивидуальными особенностями журналиста, как и любого субъекта творческой деятельности. Как и все

составляющие познавательного процесса в журналистике, субъект также подвергается воздействию различных факторов, приводящих к его трансформации. Наблюдатели отмечают процессы деградации журналистики как творчества при усилении технологической составляющей журналистской профессии.

Деградация журналистики как вида и типа творческой деятельности связана с такими явлениями как переизбыток открытий, включая открытия в области информационно-коммуникативных технологий, и переразвитость форм информационного воздействия, появившихся в последнее время в неисчислимом количестве, что приводит к разъединенности профессионалов, разрыву и раздвоению субъекта деятельности.

Деградация проявляется в стилевых трансформациях в журналистике. Стиль как форма деятельности в журналистике есть предопределение, осуществляющееся не извне, а сквозь свободную волю субъекта деятельности и поэтому не разрушающее его свободы как человека творческого. «Стиля нельзя ни выдумать, ни воспроизвести; его нельзя сделать, нельзя заказать, нельзя выбрать как готовую систему форм, годную для перенесения в любую обстановку; подражание ему приводит только к стилизации»⁹. Стилизация в современном журналистском познании очевидна. Она подтверждается наличием многочисленной армии гражданских журналистов, которые, не будучи профессионально ограниченными, формируют свою систему познания, разрушая существующие профессиональные традиции, в том числе культурные традиции знания.

Стиль и стилизация, как подтверждение утраты стиля, существуют в языке. Язык в журналистике служит прямой ее цели — воплощению содержания через простое высказывание / пересказ мыслей / новостей. Угасание стиля затрудняет воплощение и выдвигает на первый план простую разговорную функцию языка, что усиливает его прагматизм и практицизм. Журналист ничего не воплощает, он пересказывает событие и выдает этот

⁹ Вейдле В. Умирание искусства. Размышления о судьбе литературного и художественного творчества // Самосознание европейской культуры XX века: мыслители и писатели Запада о месте культуры в современном обществе / сост. Р. Гальцева. М., 1991. С. 269.

пересказ / словесную оболочку за образ, не созданный им. Искусство журналистского текста, лишенное стиля, перестает быть искусством воссоздания действительности. Оно превращается во фрагментированную мифологизированную информационную сеть. Как следствие этого углубляется противоречие между самоосуществлением журналиста — субъекта познавательной деятельности, его моральной и творческой способностями.

Таким образом, можно констатировать, что творческая деятельность журналиста утратила канон — он может быть определен как единящий «стиль». Стиль — это то, что держит текстовое пространство журналистики в единой форме, что позволяет очерчивать его границы. Стиль касается не только формы, как известно, он напрямую связан и с содержанием, формируя его. Таким образом, стиль (его наличие) в познании журналиста есть гарантия цельности журналистского текста, объединяющего разные и документальные элементы.

К признакам деградации журналистики относят также иссякание творческих приемов (стандартизация, консьюмеризм в текстовых формах, ньюсмейкерство — журналисты называют себя ньюсмейкерами, что свидетельствует об усвоении ими новой культурной традиции — технологической)¹⁰, расчеловечивание героя (мифологизация героя журналистских выступлений), вытеснение информационного образа интеллектуальным расчетом (центральным информационным поводом выступает не столько

¹⁰ Опрос региональных журналистов (радио, телевидение и интернет-СМИ) позволил выявить основные ролевые особенности позиционирования журналистов в профессии (самоопределение). До 76% журналистов, работающих на радио и телевидении, определяют свою профессиональную роль как ньюсмейкера, трансформируя представления о творческих задачах журналиста в перечень необходимых действий при производстве медиатекста: сбор необходимого количества информации, поддержание интереса к информации, включая способы подачи, соблюдение правил формы высказывания. При анализе представлений о профессиональных ролях журналистов, работающих в интернет-СМИ, выделены два направления трансформации профессиональных характеристик познавательной деятельности журналиста: новостное и эссеистское. Новостному направлению присуще стремление к успешности новостного контента / создателя новостного контента; эссеистскому направлению свойственны аналитико-репрезентативные качества, такие как личностное восприятие, оценка, суждение-самоанализ и т. д.

само событие и информация о нем, сколько совокупное звено понятий, отражающих формы мышления).

Эстетика журналистского текста также подвергается трансформации: ее признаками становятся рассудочное разложение на эстетическом уровне и растущая отчужденность журналиста от людей.

Одним из следствий происходящей трансформации является фрагментарность мира и представлений о мире. В силу того, что результатом познания становится не цельный образ мира, а набор его фрагментов, то и востребованность фрагментарной информации гораздо выше, чем информации целостной. Фрагментарность информационного воздействия на всех уровнях познавательной деятельности журналиста ярко проявляется в интертекстуальности как в нарастающей качественной характеристике современной журналистской деятельности. Интертекст существует как новая ткань, в основе которой старые формы, согласно концепции постструктуралистов и постмодернистов (*Ж. Деррида, М. Фуко, Р. Барт, Ж. Лакан*) или представлению *М. М. Бахтина* о полифоничности текста, когда отдельное слово является аббревиатурой высказывания, «каждое слово пахнет контекстом и контекстами, в которых оно жило»¹¹.

Взрыв смыслов — это основа интертекста: произвольность вместо строгой иерархии, отсутствие какого-либо метода. Интертекст принято определять согласно его первоначальному пониманию, данному еще *Роланом Бартом*. Приведем его полностью: «Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на разных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат»¹². Выделенные *Ю. Лотманом* три основные функции текста актуализируют познавательные деятельностные потенции журналиста в современной сетевой культуре: текст передает сообщение, текст генерирует новые

¹¹ *Бахтин М. М.* Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М., 1975. С. 106.

¹² *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1989. С. 418.

смыслы, и текст способствует конденсации культурной памяти¹³. Текст создает свой смысл, опираясь на систему ссылок на другие тексты. Ни одно из текстовых сообщений в современной сетевой журналистике не исключает ссылочную составляющую. Компонента ссылок — структурное тело текста журналиста.

Исходя из вышесказанного, можно определить ценностные особенности журналистской информации. Ценностными характеристиками обладает информация, содержащая обобщенную картину мира — разработанную на основе фрагментарности систему знаний о мире, которая сформирована под влиянием новостной картины, созданной современными СМИ. К примеру, одно и то же событие представлено в поисковой системе Яндекс в среднем более чем 30 фрагментами разных СМИ, осуществляющими свою деятельность в Интернете. Практически все эти фрагменты используются для более полного представления о событии. Это представление складывается опять-таки из фрагментов, повторяющихся по своей сути. Фрагментированное событие выступает как итог поисковой / познавательной деятельности журналиста и потребителя информации, что в более чем 70% случаев одно и то же.

Журналистское знание и сам процесс познания приобретают прикладной характер, как и сама журналистская деятельность становится прагматически-прикладной. Это проявляется в широком блоготворчестве, подменяющем профессиональную журналистику на пространстве формирования общественного мнения в сегменте организации дискуссии и обмена мнениями. Сейчас для потребителей информации в Интернете более значимыми становятся обсуждения того или иного события / явления в социальных сетях, чем в официальных СМИ. И дело не только в получении или отсутствии откликов на представленный журналистами фрагмент действительности. Суть социальной связи, формирующейся в социальных сетях, заключается в самопрезентации каждого участника, позволяющей самовыражаться без ограничений и соблюдения стилистических требований. Стиль — это не только форма выражения мысли, это суть со-общения между представителями современного мира. Современный стиль со-общения

¹³ Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000. С. 339.

не имеет ничего общего со стилем по глубине и силе влияния. Он — слабое подражание стилю, он чистой воды стилизация. Сетевая стилизация основана на фрагментарности представлений о реальности и отсутствии целостной картины мира. Сеть создает новые мифы, в которых воплощаются традиции мифотворчества и рафинированной инфологеми.

Мифо-событие в этой Сети — отдельный фрагмент, иногда не соединенный и не связанный с другими. Миф ценен тем, что он создан как продукт познания. Фрагментированность знания — это тот элемент в журналистике, который позволяет тексту формировать свой собственный смысл. Знание, полученное в результате потребления мифа, также фрагментировано и не имеет глубинных смысловых основ. Главное в этом мифологическом знании — активность субъектов взаимодействия, то есть журналиста и аудитории. В этом — новая реальность журналистского познавательного процесса. Складывается своеобразный стиль журналистского познания, основанный на особенностях современного мировоззрения и особой мифологии: современная сетевая культура, частью которой является журналистика, порождает сюжеты и символических персонажей, переходящих из темы в тему, ценность которых заключается в них самих и выражается в своеобразном всплеске информационно-коммуникативной активности.

М. Г. Житарюк

Львовский нац. ун-т им. И. Франко

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛЬНОСТИ И ВИРТУАЛЬНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Автор рассматривает противопоставление реальности и виртуальности в журналистике. На его взгляд, виртуальная реальность — это перенесение в параллельный (нереальный) мир. В данной связи затрагиваются вопросы адекватного отражения

фактов в журналистских произведениях и их дальнейшей интерпретации в сознании читателя.

К л ю ч е в ы е с л о в а : реальность, виртуальность, факт, психология восприятия.

M. G. Zhitaryuk

Ivan Franko Lviv National University

SOME CHARACTERS OF A REALITY AND VIRTUALITY IN JOURNALISM

The author considers contraposition between reality and virtuality in journalism. In his opinion, the virtual reality is a transferring to the parallel (unreal) world. In given connection questions of adequate reflection of the facts in journalistic products and their further interpretation in consciousness of the reader are discussed.

К е y w o r d s : reality, virtuality, fact, psychology of perception.

К чему ближе современная журналистика — к адекватному воспроизведению действительности или созданию виртуальных реальностей? Виртуализирует ли журналистика социокультурную действительность? Такие вопросы все чаще возникают и перед журналистами, и перед учеными, и перед обычными потребителями массовой информации. Юрист и философ *М. В. Розин*, например, дает однозначный ответ: современная журналистика скорее создает виртуальную реальность, чем отражает реальную действительность¹. И приводит аналогию — напоминает о полемике между *М. Вебером* и *К. Марксом*, в ходе которой *Вебер* хвалит *Маркса* за хорошую терминологию, но критикует за то, что с помощью этой терминологии подменяется реальность. *Макс Вебер* предлагал рассматривать понятия преимущественно как иде-

¹ *Розин М. В.* Журналистика: создание виртуальных реальностей: Доклад на ОДИ «Судебная реформа и правовая журналистика». 17–19.05.1995 г. // Электронная библиотека Центра экстремальной журналистики. URL: http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=553.

альные типы, то есть как схемы, которые помогали бы ориентироваться в пространстве. *М. Розин*, подобно *М. Веберу*, предлагает изучать журналистику как идеальную типичную конструкцию, не вникая в то, что есть на самом деле. То есть речь идет о схеме, которая определенным образом помогает ориентироваться во времени и материале, но не идеальна или полноценна: «безразличие к подлинности» — это бегство от действительности.

Подход понятный и в общем плане правильный, однако идеально типичное построение не учитывает реальных и функциональных особенностей, конкретной специфики. Оно нейтральное (это, казалось бы, «плюс»), но нейтральность — это отсутствие заряда, то есть отсутствие направленной, высвобожденной энергии, неопределенность, а также бездеятельность, статичность. Идеальнотипичность — не критерий динамичности, оценки, социализации, истории, генезиса, прогнозирования. Идеальнотипичность вне конкретики, в том числе культурной и национальной, поэтому не может быть полноценным научным критерием, а будет, скорее, абстрактной формулой, на основе знания и понимания которой можно что-то формально оценить, смоделировать или спрогнозировать.

Виртуальная реальность — понятие сравнительно новое. Ее можно понимать как перенос в параллельный (нереальный) мир, в мир грез и фантазий, страхов и ужасов — самостоятельно и осознанно, самостоятельно и неосознанно, несамостоятельно и неосознанно. Создание высшего уровня абстрактности — подсознательно и машинно (виртуальные компьютерные игры). Это антоним к реальности — объективно существующей действительности, явлениям, событиям, фактам (фантастика). Разновидностью виртуальной коммуникации является Интернет.

Дом, уют, газета или журнал, или телевидение, или Интернет — типичная ситуация для потребителя массовой информации. Повествование в прессе об определенных событиях, в том числе катастрофах, войнах, политическом противостоянии, экономических и социальных проблемах, культурной жизни и т. д. — это продукт коммуниканта; адресован коммуникату — это другая ситуация. Хотя эти ситуации формально разные — тут мир и

спокойствие, а там разные события и проблемы, здесь, скажем, Украина, а там, например, Ближний Восток, Афганистан, Ирак и т. д., — обе ситуации перекрещиваются.

Даже рассказ о войне на фоне разрушенных домов, искалеченных и мертвых людей — еще не событие, а материализованное с помощью системных методов журналистики коммуникативное действие, которое может быть очень разным: (не)мотивированным, персонифицированным (общим), (не)целенаправленным, (не)сбалансированным, пропагандистским, манипуляционным, (не)предвзятым, (не)результативным, (не)успешным и т. д. Так же преимущественно не являются событием брифинги, пресс-конференция, обращения и т. п. Это только информационные поводы, эмпирические материалы или факты. Но потребителю информации все это принято подавать как события, которые предусматривают и истолкование эмпирического материала, и расстановку акцентов.

Не менее важный вопрос заключается и в том, с какой точки зрения рассматривать факт, какие оценки применять. Здесь всегда отражены две составляющие: объективная и субъективная.

Объективная составляющая базируется преимущественно на возможностях технической фиксации: фотографирование, видеосъемка, диктофонная запись... Субъективная составляющая зависит только от человека, от журналиста, редактора, владельца массмедиа, спонсора, общественного мнения. Правда, хотя фото или видеоматериалы и являются отражением определенного эмпирического явления, здесь тоже нет однозначности, ведь технически можно зафиксировать нетипичную, ложную ситуацию, и техническая фиксация практически всегда тоже субъективна. Кроме того, часто нет возможности зафиксировать и показать различные ракурсы, непрерывную динамику (не эпизод или фразу), а что уж говорить о пристрастных намерениях, направленных на документирование нетипичного, абсурдного или даже нереального!

Даже информационные спонсоры или организаторы выездов с целью создания журналистских материалов тоже бывают разные, например, среди отвечающих за организацию командиров-

ки группы в зону конфликта (военное ведомство) или для освещения визита высших государственных лиц (правительство). Не всегда объективная составляющая действительности в самом деле объективна, потому что можно продемонстрировать самую выгодную или самую страшную часть событий. Автор-журналист здесь зачастую играет роль спичрайтера, поэтому он трактует и оценивает эмпирику в зависимости от того, как он понял ситуацию в целом и что понял из увиденного. Даже если автор не пристрастен и пытается быть порядочным человеком, потребитель информации все равно вынужден анализировать сознание журналиста, его понимание событий, систему ценностей. Ведь израильский журналист будет не так трактовать факты, как ливанский, а русский — не так, как грузинский.

С точки зрения теории информации здесь нет ничего необычного. Информационное взаимодействие строится с помощью информационных кодов и данных, то есть функциональных значений информационных кодов для действий аппарата их интерпретации, *абстрагированных от природы симметричных взаимодействий, лежащих в основе переноса этих кодов*². Нужно иметь в виду, что каждое реальное событие (в отражении средствами массовой информации в том числе) имеет не только свой код или знак, но и историю и генезис (нам ближе модель Ю. Лотмана³, а не Р. Якобсона⁴). Этот процесс можно показать при помощи первичной модели виртуализации действительности: Факт — Журналист — Текст — Читатель.

Здесь *факт, событие* — это реальная ситуация, *журналист* — это автор, адресант (коммуникант), отправитель, объект-передатчик информации, *текст* — это готовый продукт массмедиа, разновидность авторской (редакторской, организационной) интерпретации, *читатель* — это коммуникат, получатель и объект-потребитель массовой информации, вторичный интерпретатор.

² Янковский С. Концепции общей теории информации. URL: www.n-t.ru/tp/ng/oti03.htm.

³ Лотман Ю. М. Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума. М., 1977.

⁴ Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против» / под ред. Е. Я. Басина и М. Я. Полякова; сост. М. Я. Полякова. М., 1975.

Журналистика интересна и уникальна тем, что понятие автора и читателя довольно часто редуцируются, то есть изменяются и имеют условный характер: автор статьи А читает статью Б (например, конкурентов), сегодня он читатель, а завтра — снова автор. То есть журналистика усложнила теорию информации и социальную информацию тем, что ввела взаимозаменяемые коды, определенным образом универсальные, интерпретации данных (объект-передатчик может быть и объектом-потребителем).

Из модели видно, что читатель (слушатель, зритель), то есть адресат знакомится с действительностью, усваивая факт, видоизмененный несколько раз, то есть не факт-1, не факт-2 и даже не факт-3, а, скорее всего, факт-4, потому что адресат — тоже интерпретатор, самоинтерпретатор, который по-своему понимает, воспринимает, анализирует, трансформирует факт-3. Поэтому не исключено, что факт-4 будет иметь продолжение в виде факта-5 или 6. (в домашних разговорах, со знакомыми, на работе и т. п.).

Как итог, первичная модель виртуализации и порождает вторичную модель виртуализации, и проецируется в нее, то есть предыдущая схема может иметь такой принципиальный вид: Факт-1 — Факт-2 — Факт-3 — Факт-4.

Факт-1 — это реальное явление, ситуация; факт-2 — то, что журналист увидел, услышал, понял, считал нужным использовать или отвергнуть по поводу реальной ситуации; факт-3 — то, что журналист написал или передал, используя собственное понимание эмпирического материала и структурно-композиционные и лингвостилистические приемы; факт-4 — во-первых, то, что дошло до читателя (в лучшем случае, если не поработал редактор, владелец), и, во-вторых, то, что понял читатель.

Уместно ли говорить об идентичности факта-1 и факта-4? Очевидно, что нет. Потому что факт-1 — это реальная действительность, а факт-4 — трансформированная (украшенная, искаженная...) действительность, которая имеет общие черты со своим прототипом, но которую можно по-разному прочитывать.

Интересная деталь: массовость, достигнутая с помощью тиражирования, порождает новый, ирреальный (виртуальный) мир восприятия, в котором системно и систематически имеет

место ситуация «Факт-1 = Факт-4». В этой связи отрицается «неправильное» индивидуальное прочтение, поскольку оно выходит за пределы единичного, то есть формирует другую действительность, исходя не из «Факта-1», а из «Факта-4».

Сложное философски-психологическое явление передачи и истолкования события и его прочтения (осознания) связано с предметами ряда смежных наук — психологии творчества, философии психологии, психологии и философии восприятия и воспроизведения, теории психологии, гносеологии, теории информации и др. Углубление в это явление с позиций названных наук выходит за пределы нашей компетенции, но опора на упомянутые конфигураторы позволяет поэкспериментировать с позиции исследования журналистики.

Возьмем типичную, неконфликтную ситуацию из жизни журналистов. Представим себе нескольких корреспондентов, работающих на выставке новых моделей автомобилей. Одного интересуют «малолитражки», другого — лимузины, третий обратит внимание на экономичность, четвертый — на мощность двигателей. Одному понравятся дешевые машины, другому — престижные и эксклюзивные, одному — светлые, другому — темные, одному — корейские, другому — немецкие, один записывает цены, другой их игнорирует, один интересуется техническими параметрами и особенностями, другой считает, что это лишнее...

Факт-1 — выставка, где представлены новые машины.

Факт-2 — интересы. Понимание важности деталей события не совпадает, мы наблюдаем разное поведение и различные действия, вытекающие из определенной мотивации.

Факт-3 — это разные журналистские тексты. Если скрыть информацию о названии мероприятия, месте и времени проведения, а тексты этих журналистов подать с определенным интервалом во времени, то у нас сложится впечатление, что речь идет о различных событиях.

Факт-4 — это то, как читатель (слушатель, зритель) понял факт-3. Даже если есть фотографии, это также не всегда приближает к факту-1, поскольку речь идет об отдельных (не всех!) фотографиях.

Итак, что такое факт-4 — правда, полуправда, ложь?..

Пытаясь изобразить усердную работу журналиста, не по заказу и не за дополнительную плату, который, например, лучше характеризует «Тойоту» и вовсе не упоминает «Шкоду», трудно быть уверенным, что мы не ошиблись. Порой совесть — лишь замаскированное профессиональным инструментарием усердие. Предположим, что намерения журналиста искренние, специальных заказов он не выполняет, с профессионализмом — все в порядке. Однако и в этих обстоятельствах газетчику или корреспонденту радио невозможно передать факт-1 (телевизионщику немного легче, хотя и здесь времени не хватит). Невозможно, потому что есть объективные вещи, которые не помогают, а препятствуют. Даже как результат кропотливой, добросовестной и честной журналистской деятельности факт-4 все равно будет не отражением реальности, а станет ее энной проекцией. Эффект рассмотрения цвета глаз на улице в полночь. Проекция реальности уже не является реальностью. Очень часто — это виртуальная реальность.

Скажем, есть объект «зеркало» — не только материал (посеребренное стекло) или форма (круглое, овальное, квадратное, большое, маленькое...), а также то (даже в первую очередь), что в нем отражено. Объект «зеркало» без субъективных намерений (без отображения) не будет реальностью, или — будет лишь формальной реальностью, ведь реальность — это динамика, изменчивость... Зеркало без субъективных намерений будет только визуальной копией, которую можно и не разглядеть, когда оно прикрыто или когда не хватает света.

Журналистика, по упрощенной аналогии, напоминает большое общественное зеркало, которое не должно лукавить, украшать или искажать. Но не всегда журналистике удастся честно и авторитетно выполнять такую важную общественную функцию — отражать (контролируя, стимулируя, формируя, воспитывая и т. д.). Это возможно не каждый раз, даже тогда, когда все заинтересованы в полной осведомленности, непредвзятости и сбалансированности. А когда много тех, кто заинтересован в чем-то другом, когда субъективные факторы (отказ в предоставлении информации СМИ, финансовый кнут и пряник, неквалифицированность авторов, непонимание издателями общественной

миссии прессы и ее примитивизация вроде: «Не влияние и авторитетность, а рейтинги, тиражи и прибыли — наш бог») не учитывают объективные вещи (особенно большое желание использовать зеркало для демонстрации того, что в нем отсутствуют многие лица, события, явления), мы имеем полуправду, недомолвки, диффамацию... Образно говоря, журналистика превращается в зеркало, которое перестает быть зеркалом, то есть уже не воспроизводит действительность.

Большое значение для журналиста и СМИ имеет публичность, которая, с одной стороны, предполагает зрительские (слушательские, читательские) ожидания, то есть некоего типичного потребителя информации, с другой — наличие различных взглядов и отношения к ним.

Еще один фактор, влияющий на работу автора, — это самоидентификация журналиста с различными социальными субъектами. Многое зависит от того, представляет ли автор конкретное СМИ или он является независимым. Внутренне автор может стремиться в НАТО, Европейский Союз или Единое экономическое пространство, любить или ненавидеть тех или иных политических лидеров или представителей оппозиции... Но на практике журналисту крайне сложно сломать устоявшуюся идентификационную роль, которая фактически формирует его позицию и авторскую платформу.

Теоретически каждый человек (и автор, и читатель) самодостаточен, способен определять настоящее и будущее. А практически имеет значение и то, в какой политической системе мы живем, какие имеем возможности (реальные или декларативные) реализации способностей и замыслов. Так же и журналистика как самодостаточная социокультурная система (или система низшего уровня в политической системе) теоретически способна конструировать процессы общественного развития, но делает это не всегда — иногда ее потенции исчерпываются не созиданием, а воспроизведением. Если искусственно ограниченная пресса стремится восстановить социокультурный баланс и свое место как равноправного и эффективного участника социальной жизни, то это пресса хорошо диагностированная, ей назначен правильный курс лечения, и можно надеяться на ее выздоровле-

ние и дальнейшее содействие гармонизации интересов (общественного консонанса). Если же пресса только воспроизводит, озвучивает, ретранслирует и по разным причинам довольна своим нынешним, навязанным ей состоянием, то ситуация значительно сложнее; можно сказать, что в этом обществе отсутствует демократическая, ответственная пресса.

А. И. Иванов

Тамбовский гос. ун-т имени Г. Р. Державина

БЫТ ИЛИ БЫТИЕ? НЕРИТОРИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье рассматриваются особенности правдивого освещения повседневной жизни в региональной журналистике, возможности использования эстетического опыта литературы и киноискусства. Это особенно важно при подготовке будущих журналистов, которым предстоит видеть в неброской действительности не только социально-политические проблемы, но человека с его заботами и радостями.

К л ю ч е в ы е с л о в а: региональная журналистика, бытовая реальность, социально-политические и гуманитарные проблемы в освещении повседневной жизни.

A. I. Ivanov

Tambov State University n. a. G. R. Derzhavin

SPIRITUAL VS. MATERIAL LIFE? NON RHETORICAL QUESTIONS TO REGIONAL JOURNALISM

The article studies special features of true and honest representation of everyday life in regional mass media together with practical

applying of aesthetic experience gained from literature and cinema. These aspects are of great importance for the process of future journalists' professional training as they will have to discover not only politico-social problems but also real people with their joys and troubles in everyday life.

Key words: regional journalism, everyday life, politico-social and humane problems in representation of everyday life.

В столицах шум, гремят витии,
Кипит словесная война,
А там, во глубине России, —
Там вековая тишина.

Н. А. Некрасов

Внешне простая формулировка проблемы о правде жизни в журналистике XXI в. вызывает немало уточняющих вопросов и о сути понятия, и о множестве правд, и об адекватности отражения реальности... Не меньший круг вопросов связан с понятием *жизнь как повседневность*. Ведь в этой повседневности — и события (для журналистов наиболее привлекательное), и нечто струистое, мало меняющееся... Попробуйте, например, без крупных международных событий, катастроф и ДТП с ходу ответить на житейский вопрос: что новенького? Потому и можно понять региональных журналистов, придающих сенсационную окраску информационным сообщениям. А что означает жить по правде, как говорили раньше?

С проблемами реализма в отражении действительности вольно или невольно сталкиваются студенты на семинарских и практических занятиях, на практике и в самом начале самостоятельной работы. О способах отражения реальности, а точнее, видении действительности чаще всего и заходит разговор при обсуждении современной журналистики. Остановимся на некоторых вопросах, предложенных участникам круглого стола.

В свое время *В. Г. Белинский*, размышляя об особенностях отражения реальности в литературе, упомянул о микроскопе и телескопе. «Мир возмужал, — писал критик в 1841 г., — ему нужен не пестрый калейдоскоп воображения, а микроскоп и телескоп

разума, сближающий его с отдаленным, делающим для него видимым невидимое. *Действительность* — вот лозунг и последнее слово современного мира! Действительность в фактах и знании, в убеждениях чувства, в заключениях ума, — во всем и везде действительность есть первое и последнее слово нашего века»¹. Это высказывание *Белинского* в силу своей емкости позволяет отнести слова критика к освещению современности журналистами, когда действительность воспринимается не только в дискретности, в восприятии журналистом отдельных событий, а в движении, переменчивости. Можно с уверенностью сказать, что критик выразился об особенностях оптики художника, ее направленности, о его способности видеть и, наверное, переключаться с большого на малое.

Теперь же, когда у журналиста есть возможность увидеть почти одновременно и большое, и малое, зафиксировать не только увиденное, но и услышанное, можно говорить не только об оптике, направленной на повседневную жизнь, не только о фокусе и разрешающей способности объектива. Наверное, первое, чего недостает местной журналистике, можно бы назвать объемностью видения реальной жизни. В конце XX столетия отечественный телезритель имел возможность взглянуть на недавнее прошлое сквозь «стереоскопическую» оптику *Леонида Парфенова* в его передаче «Намедни». Когда апрель 1961 г. — это и полет первого человека в космос, и, например, выпуск холодильника «ЗИЛ». Таким приемом в показе прошлого пользуются мемуаристы и эссеисты, поэты и документалисты. Возможно ли подобным образом совместить матрицу больших событий с малоприметной картинкой провинциального быта в региональной журналистике?

Нередко приходится слышать: газета — секундная стрелка истории. При этом мне вспоминаются слова *А. П. Чехова* о том, что русские не умеют просто жить, они или грустят о прошлом, или мечтают о будущем. Представим себе, что реальность начала XXI в. через столетие будут изучать наши потомки. Смогут ли они узнать, что волновало, чем просто жили наши современники? Всю картину нынешнего дня условно можно разделить на две ча-

¹ *Белинский В. Г.* Полн. собр. соч.: В 13 т. Т. VI. М., 1955. С. 268.

сти. На одной стороне — официальная жизнь, заседания областной думы и различных комиссий, поездки губернатора и его выступления. На другой — дорожно-транспортные происшествия, криминальная хроника. Не получится ли двуцветная мозаика из «заседают» и «убивают»?

На наш взгляд, попыткой настройки «объемной» оптики для отображения повседневности являются страницы тамбовской версии еженедельной газеты «Житье-бытье», самой «неприятной» газеты для местной власти. Газета, видимо, не случайно обратилась к малому, негромкому и неброскому, к «маленькому» человеку с «маленькими» горестями и радостями. На 4-й полосе, в специальной колонке «Итоги недели» жители города делятся своими радостями и горестями. Ну, например:

— молодая журналистка говорит о том, прошла полное обследование в больнице и «выяснила, что полностью здорова»;

— один из музыкантов города сообщил, что наконец-то найдено место для предстоящего концерта. «Мы будем играть джаз-фанк. Это очень редкое направление, которое в Тамбове почти не услышишь»;

— студентка поделилась радостью, что у нее закончилась практика и она вернулась в институт. Теперь «свободного времени будет побольше»;

— еще один читатель рассказал о трудностях выбора, которые он испытал на прошедшей неделе. Дело в том, что в Тамбове одновременно проходили два концерта: ДДТ и *Ольги Арефьевой*.

На этой же странице в колонке «Короче» можно «услышать» сообщения читателей, принятые по телефону. В одном из них — сетования на то, что «на детской площадке по улице Ивана Франко построили голубятню. Кто же это разрешил, и кто за этим следит?»². Что это? Словесный коллаж, где большое / громкое почти механически, без каких-либо переходов соединено с малым, но сердечным, узнаваемым? Но ведь это и есть реальная неделя в жизни губернского города!

Медленно текущая, мало меняющаяся жизнь в отдалении от

² Житье-бытье. 2013. 22 окт.

столиц трудно поддается так называемому клиповому сознанию. О «клиповости» в восприятии, мышлении написано немало. Уже подсчитано, что современный кино- и телезритель не выдерживает более 6–8 секунд одной и той же картинки на экране. Перед просмотром одного из фильмов в городском киноклубе ведущий предупредил, что нас, вполне «закаленных» зрителей, ожидает непривычно «долгий кадр», кажется, до 8 минут. Действительно, человек просто шел по пустынной городской улице несколько минут, а мы, зрители, получили возможность задуматься над тем, кто же он, всмотреться в город, вслушаться в его звуки...

Как-то незаметно мы отвыкаем медленно читать, долго разглядывать, просто вслушиваться в окружающее. И дело не только в ускорившемся ритме жизни, ведь и жизнь зачастую — пунктирна, есть же понятие дискретность жизни. Как увидеть в пунктире непрерывную линию жизни? Не случайно, видимо, у кино- и теледокументалистов возникло такое явление, как медленное видео. Этот жанр, который находится на стыке кино и журналистики, порождает свою эстетику, которую осмелимся назвать эстетикой погружения в реальность. На примере региональной журналистики можно сказать, что она, опьяненная свободой 1990-ых, поспешила именовать себя «четвертой властью», увлекшись хлесткой критикой местной власти. А в арсенале средств журналистики есть и эстетические средства воздействия на своего зрителя, слушателя, читателя.

Социально-политическое начало в журналистике настолько возобладало над гуманитарной, эстетической составляющей, что она (на какое-то время?) перестала видеть человека. Вспомним, как *Обломов* в ответ журналисту *Пенкину*, хвастающему критической направленностью своих статей и верностью изображения, воскликнул: «Из чего же они бьются: из потехи, что ли, что вот кого-де не возьмем, а верно и выйдет? А жизни-то и нет ни в чем: нет понимания ее и сочувствия, что там у вас называется гуманизмом. <...> Где же человечность-то? Вы одной головой хотите писать! — почти шипел *Обломов*. — Вы думаете, что для мысли не надо сердца? Нет, она оплодотворяется любовью...»³.

³ Гончаров И. А. Соч.: в 4-х т. Т. 2. М., 1981. С. 26–27.

Сейчас, когда речь заходит о специфике новостных программ советского прошлого, то для студентов-журналистов самым трудным для постижения оказывается отсутствие «негатива». Пуск новых цехов и домен, строительство жилья, битва за урожай... И ни одного убийства, ни одной эффектно снятой аварии. После просмотра обычно следует недоуменный вопрос внимательных зрителей: как же так? И не сразу можно ответить на такой вопрос. И дело не в насильственном позитиве на советском телеэкране. Молодежь уже выросла на другом отношении к происходящему, в котором обязательны конфликт, драма, острота событий. Поэтому освещение повседневности, на наш взгляд, нуждается не столько в драматизации, сколько *в гуманизации оптики*.

На одном из мастер-классов для региональных тележурналистов (Воронеж) рассматривался репортаж о ситуации в отдаленном селе, в котором предприниматель выкупил сельский пруд. На экране: растерянные лица жителей, не представляющих своей жизни без пруда, где они когда-то учились плавать, издавна ловили рыбу... озабоченные представители сельской и районной администрации... Все по закону. Скорее всего, пруда, видом которого завершается репортаж, уже не вернуть. И послышался совет репортеру: «А вы протяните по времени вид этой красоты. Пусть большее станет от этой картинки, понятнее, какая прелесть потеряна...». Вот он, пример воздействия красотой или, говоря словами учебников, через зрительный образ!

Говоря о переменах в характере высшего образования журналистов, петербургский ученый В. А. Сидоров, в частности, заметил, что «упростились подходы к классическому культурному наследию, усилилось внимание к технологическим аспектам профессии». Он же несколько оптимистично отметил, что «растет сопротивление негативным обстоятельствам и тенденциям нового века. Потому что всегда есть преимущества и достоинства, которые непосредственно вытекают из самой личности человека, а не из особых условий его общественного положения. Личность преподавателя в общении со студенческой молодежью проявляется через идеалы и ценности, соотносимые с професси-

ональной деятельностью журналиста: *технологии приходят и уходят, а ценности остаются*»⁴.

Современные вузовские программы заставляют перефразировать выражение: технологии приходят и приходят... Вот уже мультимедийного журналиста жаждут видеть работодатели. И вольно или невольно приходится думать над тем, как совместить новые технологии с вечными ценностями? И что нужно делать, чтобы и будущий журналист как человек, фиксирующий реальность, был личностью, обладающей идеалами и ценностями?

Думается, что гуманитарные науки, для которых остается все меньше места, не исчерпали своих возможностей. Опыт русской классической литературы и отечественной кино- и теледокументалистики учит вглядываться в реализм повседневного, видеть жизнь через сокровенное — чувства, мысли современников, сограждан. Этот опыт предшественников приучает в гуле, шуме или даже в немоте времени прислушиваться к человеку... При всех потрясениях и волнениях вглядываться в обаяние повседневной жизни, о чем замечательно сказал когда-то наш тамбовский А. М. Жемчужников:

О, бытие!.. Мне в нем отрада,
И сознаю я, и дивлюсь,
Как человеку мало надо,
Покуда чуток жизни вкус.

Когда-то мне показалось странным, когда на вопрос: «Что было с вами в августе 1991 г.?» (имелся в виду путч 1991 г.) спустя два-три года многие мои земляки вспоминали в первую очередь не о попытке государственного (!) переворота (!), а о свадьбе дочери, поступлении сына в институт, о невиданном урожае моркови на приусадебном участке... И дело, наверное, не в том, что вдалеке от столицы, или, говоря словами Н. А. Некрасова, в глубине России — вековая тишина, а в том, что тревожные дни

⁴ Сидоров В. А. Парадигма творчества и массовизация медиа: ценностные контексты личности журналиста // Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия. М., 2013. С. 204.

августа — еще не весь август, и что одно, пусть и «судьбоносное» событие не заслоняет от человека всю жизнь. Банально? Так и в реальной жизни много банального, на то она и повседневность, будничность. И не только в отдалении от столиц.

В. В. Кихтан

Ростовский гос. экономический ун-т (РИНХ)

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛИСТ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

В статье рассматривается трансформация традиционных СМИ, их интеграция в Интернет. Развитие информационных технологий изменило информационное поле современного общества. Целью работы является теоретическое осмысление журналистской деятельности в условиях информационного общества. В работе делаются выводы: журналист в условиях информационного общества выступает в новой для себя роли — универсальный журналист.

К л ю ч е в ы е с л о в а : медиапространство, журналистика, коммуникация, трансформация.

V. V. Kihntan

Rostov State Economic University (RINH)

UNIVERSAL JOURNALIST: MYTH OR REALITY?

The article examines the transformation of traditional media, their integration in the Internet. Development of information technology has changed the information field of modern society. The aim is to give theoretical understanding of journalism in the information society. The paper concludes that the journalist in the information society is taking a new role for himself — a universal journalist.

Key words: mass media domain, journalism, communication, transformation.

Первая обязанность прессы — добывать самые свежие и самые точные сведения о происходящих событиях и немедленно публиковать их. Хорошие журналисты одинаково понимают свою роль, состоящую в том, чтобы задавать вопросы и сомневаться, отыскивать и публиковать информацию. Хорошие журналисты бросают вызов рутине и не ограничиваются традиционными методами, они пытаются работать по-новому.

К. А. Нордстрем и Й. Риддестрале выделяют три наиболее важных фактора появления новых требований к журналистике: технологический процесс, изменение общественных институтов и пересмотр традиционных ценностей¹. Все эти факторы взаимосвязаны и взаимозависимы. Профессиональные характеристики журналистов предопределены трансформацией общественных отношений. Новые технологии сжимают время и пространство, изменяя характер труда и требуя новых качеств от журналистов, которым необходимо осваивать и приобретать другие профессиональные навыки.

Основной тенденцией последних лет в современной журналистике является повышение требований к сотрудникам СМИ, а это способность работать одновременно с текстом, графикой, аудио-, видеоматериалами. Иными словами, умение создавать контент для мультимедийных СМИ, что предоставляет студентам-журналистам новые возможности для творческого обучения.

Сегодня особое внимание уделяется теме журналистского образования. Это во многом объясняется тем, что процесс конвергенции СМИ во всем мире связан с обучением и переобучением журналистов. Развитие информационных технологий, появление новых каналов доставки контента, изменение поведения потребителя информации, который становится все более требовательным, хочет оперативно получать интересующую его информацию в удобное ему время, по определенному каналу ин-

¹ Нордстрем К. А., Риддестрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб., 2002. С. 59.

формации, — все это требует от журналистов дополнительных навыков, переосмысления многих принципов работы. Именно поэтому западные эксперты *Дэвид Доминго*, *Рамон Салаверриа*, *Марк Дезе* и др. нередко рассматривают процесс конвергенции «с точки зрения пересмотра профессиональных ролей и навыков репортеров и редакторов»², а также с позиций реформирования журналистского образования.

Теме журналистского образования большое внимание уделяют и отечественные эксперты. Как отмечает *Я. Н. Засурский*, «журналистика переживает перемены, которые требуют новых подходов и в журналистском образовании»³. В статьях на эту тему поднимается вопрос о профессиональном образовании в условиях развития новых ИКТ, процесса конвергенции СМИ. Много внимания уделяется «универсализации журналистской профессии»⁴. Редактор интернет-проекта www.sovsport.ru *Антон Глебов* полагает, что «универсализма вполне можно достичь, хотя это очень сложно, но к этому надо стремиться». О сотрудниках интернет-отдела он говорит: «Каждый из журналистов отдела может справиться с работой, которую обычно не выполняет. Например, корреспондент, пишущий новости, может заняться статистикой, бильд-редактор в состоянии написать новость, а статистик без труда сделает фотографию». *А. Глебов* отмечает, что, возможно, «сейчас трудно себе представить журналиста-универсала, но лет через десять таких журналистов, скорее всего, будет очень много и студентов на первом курсе журфака будут этому обучать»⁵.

Западные журналисты-практики в плане освоения кроссмедийной журналистики настроены более оптимистично, чем большая часть российских редакторов и журналистов. Например, журналисты и редакторы двух датских региональных га-

² *Domingo, D. et al.* Four dimensions of journalistic convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. 8th International Symposium on Online Journalism. Austin, Texas, 2007. P. 7.

³ *Засурский Я. Н.* Журналистское образование в информационном обществе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2006. № 4. С. 6.

⁴ Там же.

⁵ Личное интервью от 27.07.2009.

зет — «Норджуске» (Nordjyske) и «Фюне стифтстиденде» (Fyens Stiftstidende) — уверены, что «журналист должен уметь быстро написать материал для радио или интернет-сайта, найти нужный формат подачи материала для разных медиаплатформ»⁶.

Многие эксперты считают, что современный журналист должен иметь навыки подготовки различных материалов, желательно, чтобы газетчик знал азы фотожурналистики и видеосъемки, но при этом сохранял ключевую специализацию и в ней был профессионалом. Как отмечает *Павел Сухов*, главный редактор GZT.RU, «пишущий журналист должен уметь снять видео, положить его на сервер, а дальше другой человек должен его обработать. У журналиста должна быть ключевая компетенция. Невозможно одновременно содержательно комментировать событие, снимать себя на фоне происходящего события и монтировать запись». Так же считает и *Марк Веббер*, заместитель редактора сайта «Сан онлайн» (The Sun Online), который говорит, что журналист не обязательно должен «держат в одной руке ручку, а в другой камеру — это различные специализации, и в каждой есть свои специалисты»⁷.

Другие эксперты в качестве главного требования выдвигают умение писать, грамотно излагать свои мысли, а наличие каких-то дополнительных навыков (например, умение создавать и обрабатывать фото- и видеоматериалы) не считают необходимым. *Александр Алиев*, директор интернет-проекта «Известия», отмечает, что «много работал со студентами журфаков — главная проблема — не умеют писать, не умеют выражать свои мысли». Интересно отметить, что «самые распространенные критические высказывания, которые раздавались в адрес выпускников первых лет существования факультетов и отделений журналистики, звучали именно так: „не умеют писать,„». Действующие журналисты считают, что вузы должны менять свои программы

⁶ Paukens, H., Uebbing, S. Leonardo da Vinci pilot projects TRIMEDIAL: The need for cross-medial training in local media houses in Scandinavia. 2004–2005. P. 15.

⁷ Thurman, N., Lupton, B. Convergence calls: multimedia storytelling at British news websites // International Symposium on Online Journalism. Texas, 2008. April, 4-5. P. 11.

с учетом умения работы в новой мультимедийной среде. *Алексей Синельников*, шеф-редактор интернет-службы «АиФ», и *Олеся Носова*, шеф-редактор KP.RU, полагают, что необходимы дополнительные курсы по фотожурналистике, азам видеосъемки. *Роман Смирнов*, шеф-редактор отдела «НГ-Интернет», считает, что для пишущих журналистов хорошо было бы ввести курс графических приложений.

Отечественные практики и теоретики, рассуждая о том, какие навыки и компетенции необходимы современному журналисту, практически никогда не говорят о таком качестве, как умение взаимодействовать с другими отделами и подразделениями медиакомпаний. Западные же журналисты-практики и теоретики очень часто выделяют это качество (co-operation) как одно из основных, так как «кроссмедийная журналистика основана на сотрудничестве между различными отделами и совместной работе людей из разных подразделений»⁸.

Необходимость новых навыков у журналистов сегодня ощущают в некоторых российских медиакомпаниях, где постепенно внедряются различные тренинговые программы. Такие программы есть в агентстве РИА «Новости», медиахолдинге «Алта-пресс», в «НГ», «АиФ», «Коммерсанте», «Советском спорте». В «АиФ» проводятся тренинги по фотожурналистике, по созданию видеоконтента, бизнес-тренинги, основная цель которых — научить журналистов продавать контент. В «Коммерсанте» тоже действуют различные тренинги на уровне отделов. В РИА «Новости» все сотрудники компании проходят целый курс из семинаров, лекций и практических занятий по принципам и основам мультимедийного вещания. В «Советском спорте» журналистов обучали тому, как ставить материалы на сайт, определять статус новости, место и время ее публикации, подбирать теги. Был тренинг и по созданию видеоматериалов, для чего пригласили видеоинженера из «КП», который рассказал об основах видеосъемки.

В современном мире журналист не только сторонний наблюдатель, но и создатель объективной реальности, преподносящий информацию аудитории. Основное назначение журналистики

⁸ *Paukens, H., Uebbing, S. Op. cit. P. 17.*

состоит в том, чтобы обеспечивать граждан информацией, которая необходима им, чтобы оставаться свободными и осуществлять процесс самоуправления. Вместе с тем наметилась тенденция рассматривать журналистику как технологическую, а не социальную профессию. Журналист видится не «летописцем истории», а производителем медийного контента, информационного продукта, реализуемого на медиарынке⁹. Здесь уместно отметить, что любое исследование проблем, происходящих в системе СМИ, которые претерпевают изменения технологического порядка, должно дать ответ на вопросы: какими мультидисциплинарными знаниями нужно обладать современному журналисту, и насколько они существенны для качественного выполнения профессиональных обязанностей.

Переход на цифру изменяет медиа и ведет к универсализации журналистской профессии. Специалисты в области СМИ формируют идею универсального журналиста в условиях конвергенции СМИ. Развитие заключается в технологическом процессе, форме конечного текста. Конвергентный журналист умеет создавать журналистские тексты для нескольких видов СМИ, включая интернет-СМИ. А универсальному журналисту необходимо уметь работать для различных медийных форматов одновременно, пользоваться современной техникой для сбора и передачи информации, работать с большими объемами информации, уметь взаимодействовать с аудиторией, соблюдать этические и правовые нормы. Трансформация коммуникативных ролей журналиста и аудитории под влиянием Интернета требует от журналиста компетентности в организации специфического опосредованного общения, обусловленного средой интернет-коммуникации.

Наблюдаемые процессы трансформации медиaprостранства существенно изменяют традиционные модели специалиста в области информационно-коммуникативной деятельности. Медиaprостранство — это «электронные условия, в которых группы людей

⁹ Литвинович М. Как Интернет меняет медиaprостранство // Интеppос. URL: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofiy/8763-kak-internet-menyaet-mediaprостranstvo.html.

могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте и в то же время»¹⁰. В настоящее время медиапространство представляет собой не только набор технических средств, но и особую социальную структуру взаимоотношений производителей и потребителей массовой информации. Основой медиапространства является коммуникация, а связующим звеном — журналист.

Появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров — инфотейнмента (англ. infotainment, от information — информация и entertainment — развлечения), эдютейнмента (education — обучение, entertainment — развлечение) и других. С точки зрения производства текстов СМИ важнейшим следствием процесса конвергенции становится изменение характера самого информационного продукта. Текстовые, графические, звуковые элементы и видеоиллюстрации интегрируются в единый продукт, создавая новую информационную среду, которую принято обозначать термином мультимедиа.

Конвергенция, как объединение СМИ в единую технологическую платформу, означает, прежде всего, унификацию предлагаемого содержания. Это обусловлено как технологическими факторами, так и экономическими: с одной стороны, происходит объединение производителей содержания и каналов распространения, когда различные активы принадлежат одному владельцу и существуют объединенная редакция и единая схема управления. При слиянии разных СМИ не все редакции, публикующие материалы в прессе, считают нужным и экономически оправданным держать отдельный штат журналистов, пишущих для интернет-версии газеты.

«Образование многочисленных разветвленных сетей и масштабных альянсов, главным результатом которого стал широкий обмен информационными и публицистическими материалами между вовлеченными в них службами, оказалось одним из факторов важной для электронного пространства тенденции усреднения контента, использования одной и той

¹⁰ *Stults, R. Media space. Xerox PARC, 1986.*

же продукции сотнями и даже тысячами сайтов»¹¹. Это повышает ценность оригинального, не стандартизированного материала, но уменьшает возможности его широкого распространения.

Однако, несмотря на то, что принцип объективности является основополагающим для журналистики, в реальности далеко не всегда он претворяется в жизнь. Так, Интернет является уникальной средой, позволяющей индивидуализировать подачу информации и стимулирующей выражение собственного мнения. Интерактивность предполагает, в частности, возможность обсудить новости. Это приводит к появлению таких новых для журналистики жанров как дневники (weblogs), развитию персональных страниц, целиком посвященных личным оценочным суждениям. Журналисты, ведущие страницы такого рода, вынуждены дистанцироваться от конкретного СМИ, а зачастую увольняться и переходить в разряд вольнонаемных — практически никогда редакции СМИ не позволяют своим сотрудникам давать вольную, «несанкционированную» оценку общественно-политических событий.

Трансформация традиционных СМИ и их интеграция в Интернет повлияли на развитие информационных технологий, что изменило информационное поле современного общества. Журналист в условиях информационного общества выступает в новой для себя роли — это роль универсального журналиста, работающего одновременно в разных типах СМИ. Универсализация журналистики стирает жанровые границы, преобразовывая публицистику в совершенно иной, универсальный формат, отвечающий требованиям современности.

Однако к универсализации как отсутствию специализации в процессе обучения и на практике вряд ли стоит стремиться, должна сохраняться ключевая специализация при наличии базовых навыков подготовки материалов для разных медиаплатформ.

¹¹ *Макеенко М. И.* Американская журналистика в Интернете // Новые медиа и конвергенция: Сб. матер. Третьей летней школы по журналистике и массовым коммуникациям. М., 2004.

С. Г. Корконосенко

Санкт-Петербургский гос. ун-т

РОССИЙСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ЧЬИ ЛИЦА И КАКАЯ ЖИЗНЬ?

В статье рассматриваются взаимосвязи между отражением в журналистике правды жизни и социальным положением героев публикаций. Автор фиксирует слабое внимание, которое российские массмедиа уделяют так называемому простому человеку. В результате картины жизни предстают неполными и неточными.

Ключевые слова: журналистика, правда, жизнеподobie, герой публикации.

S. G. Korkonosenko

St Petersburg State University

RUSSIAN JOURNALISM: WHOSE FACES AND WHAT LIFE?

This paper deals with interrelations between reflection in journalism of the truth of life and a social status of heroes of publications. Author fixes poor attention which Russian mass media pay to the so-called ordinary person. As a result a picture of a life appears incomplete and incorrect.

Key words: journalism, truth, likeness to being, hero of the publication.

Есть такие темы, которые неотступно манят исследователя и одновременно не подпускают к себе, страша своей всеохватностью, кажущейся бесструктурностью, риском впасть в отвлеченное мудрствование и морализаторство и пр. К таким заманчивым и «несподручным» для конкретного рассмотрения темам относится правда жизни. С одной стороны, она вроде бы «рассыпана» по широкому полю частных исследовательских вопросов, поскольку служит критерием при измерении достоверности знания, добываемого и поставляемого журналистикой. С другой

стороны, ее трудно выделить как самостоятельный объект анализа и, в свою очередь, измерить в этом качестве. Поэтому надо считать удачей то, что Дни философии в Санкт-Петербурге-2013 носят название «Философия познания и творчество жизни». Эта формулировка стимулирует и обязывает обратиться к правде жизни, сопряженной с повседневной практикой журналистики.

Правда жизни в журналистике насыщается онтологическим, гносеологическим и деонтологическим смыслами. В контексте онтологии она представлена объективной действительностью, лежащей за пределами сознания и поведения сотрудников прессы, — событиями, явлениями, высказываниями, общественными настроениями и т. п. С точки зрения гносеологии она служит объектом познания и отражения и одновременно мерилем истинности представленных в прессе картин бытия. В деонтологической перспективе она выступает под именем правдивости — как один из фундаментальных принципов профессии, отклонение от которого чревато коррозией сущности журналистики как социального института и общественной практики.

Упоминание о сущности дает возможность сузить угол зрения и ближе подойти к непосредственной теме статьи. Некоторое время назад мы предложили считать, что сущность журналистики не поддается однозначному определению, в силу многомерности этого культурного феномена; про журналистику можно сказать, что она *как* жизнь. Жизнеподобие заложено в ядро сущности: журналистика жизнеподобна хотя бы в силу своей документальной основы, обостренной злободневности и проникновения во все области социального мира, как в тематическом, так и в географическом измерениях и т. д.¹ Этот посыл не остался незамеченным, его, к удовлетворению автора, подхватывают другие исследователи². Значит,

¹ Корконосенко С. Г. Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 2.

² См., напр.: Шевченко А. В. «Жизнеподобие» журналистики: от метафоры к методологии // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. научно-практ. конф. 17–19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2013.

есть смысл развивать и уточнять предложенные ранее общие подходы.

Понятие жизнеподобия традиционно существует в литературе и искусстве (соответственно, и в литературоведении и искусствоведении). Оно противоположено условности, которая означает намеренное подчеркивание различий между изображаемым и реальностью, фантазийность образов, сюжетов и картин. Но думается, что уравнивать в этом плане журналистику и искусство нет оснований. В искусстве акцент делается скорее на форме преподнесения материала, чем на точном совпадении образа с прототипом, и жизнеподобие нередко выступает как иллюзия, имитация сходства с реальностью. Применительно к журналистике надо вести речь о прямом соответствии факта жизни и факта сообщения, характера и облика героя в действительности и в тексте, «сценариев» реальных и описываемых ситуаций и т. д. Естественно, что в небольшом произведении линии сложной жизненной конфигурации неизбежно спрямляются и упрощаются. Но это не дань художественному приему, а подчинение требованию краткости и лаконизма. В целевой же установке остается максимально возможное приближение к правде реальности: отдельный текст адекватен фрагменту реальности, а совокупный поток сообщений воспроизводит поток жизни в его узнаваемых чертах.

Далее необходимо согласиться, что адекватность публикаций жизненным реалиям напрямую зависит от выбора «человеческого» материала. Если в фокусе внимания оказывается основная масса людей, творящих свою и общественную жизнь, то трансляция правды будет приближаться к оптимальной; если же фокус смещается в сторону тех или иных социальных групп или даже персон, то жизнь предстанет в усеченном, фрагментарном и в конечном счете искаженном виде. Коротко говоря, отражая определенные лица, зеркало СМИ отражает определенную жизнь.

Замеры социологических служб регулярно подтверждают, что растет часть населения, которая в поисках информации пользуется Интернетом, а не традиционными СМИ. Так, всероссийский опрос, проведенный ВЦИОМ в июле 2013 г., показал, что в целом из Сети предпочитают узнавать новости 23% опрошенных, по

телевидению — 60%; остальные виды СМИ востребованы куда меньше. Но при этом телевидение — наиболее востребованный источник новостей прежде всего для тех групп, которым, в силу их положения, более свойственны консервативные пристрастия, а не интерес к технологическому прогрессу: сельские жители (67%), респонденты старше 45 лет (72-76%), а также россияне с начальным уровнем образования (74%). Интернету отдают предпочтение, как правило, москвичи и петербуржцы (35%), 18–24-летние (50%) и высокообразованные респонденты (32%). Интернет является лидером по уровню доверия среди тех, кто активно им пользуется (44%)³.

В приведенных данных нет новизны, они относятся к разряду уже привычных констатаций перераспределения приоритетов. Нас они интересуют как свидетельство того, что информационно активная часть населения ищет компенсацию своей неудовлетворенности наполнением традиционных СМИ. Возьмемся предположить, что дело не только в объеме, оперативности и широте выбора информации в глобальной сети (здесь она обладает очевидными преимуществами). Вероятно, широта выбора предоставляет возможность, с одной стороны, приблизиться к той жизни и тем лицам, которые в большей мере являются (считаются) «своими» для пользователей и которых не видно в газетах и на экранах ТВ. Ведь не случайно, по данным упомянутого опроса ВЦИОМ, получение информации из интернет-версий традиционных СМИ в два и более раза уступает в популярности теле- и радиоэфиру, печатным версиям газет и журналов. С другой стороны, естественным для современного человека становится стремление не только лицезреть в массмедиа свою (подобную своей) жизнь, но и активно участвовать в ее репрезентации. Для нас это несомненно. Лейтмотивом исследовательского проекта кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ «Современный российский медиаполис»⁴ было коренное изменение

³ Онлайн и офлайн: откуда получают информацию россияне // Пресс-выпуск № 2370. 13.08.2013. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>.

⁴ Современный российский медиаполис / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2012.

параметров медиажизни: массовый человек, особенно молодой, сегодня не только и не столько потребляет медийную продукцию, сколько производит ее, интенсивно и ежедневно. Тем самым удовлетворяется потребность в самовыражении, ставшая одним из главных векторов динамики глобальной гуманитарной сферы в XXI в. В данном случае не имеет существенного значения, на каком уровне искусности и цивилизованности реализуется тяга к самовыражению, — важна необоримость этой тенденции.

Некоторые результаты эмпирических исследований подтверждают обоснованность сказанного выше. В нашем распоряжении находятся рабочие материалы проекта «Медийные дискурсы по проблемам материальных и этнических различий. Сравнительное исследование в С.-Петербурге и Стокгольме» (*Media Discourses on Material and Ethnic Gaps. A comparative study in St. Petersburg and Stockholm*). Автор статьи является одним из исполнителей со стороны СПбГУ, в партнерстве с Университетом Сёдерторна (Швеция). На момент написания этих строк проект находится в стадии выполнения, и его конкретные результаты пока что не подлежат оглашению, по условиям договора с партнерами и грантодателем. Между тем беглое описание методических процедур и обобщенные наблюдения участника не должны расцениваться как нарушение соглашения.

Итак, контент-анализ российских региональных СМИ — печатных и аудиовизуальных — показал, что в подавляющем большинстве публикаций выведены персонажи из числа «особых» категорий населения, чем-либо отличающиеся от обычных, рядовых граждан; в то же время так называемые простые люди являются крайне редко. Характерно, что в шведских массмедиа наблюдается обратная пропорция. Разночтение в статистике, на наш взгляд, связано не только с выбором «ранга» персонажа, но и с тем, что в отечественной и скандинавской социальных культурах по-разному оценивается статус человека. Если для россиян (включая журналистов) человек на более или менее заметной государственной должности ассоциируется с начальством, и это придает дополнительный авторитет его мнению, то шведы приравнивают государственную службу к обслуживанию общества,

публичной услуге (public service), и ее представители отнюдь не могут быть отнесены к элитарным кругам или начальству.

Не приходится удивляться тому, что участники российских фокус-групп, проведенных по программе проекта, почти единодушно не удовлетворены тем, как в СМИ отражаются повседневные дела и заботы простых людей. Но заметим здесь, что диалог на эту тему затрудняется довольно неожиданным препятствием: среди собеседников нет единства в определении обыденного вроде бы понятия — простые люди. Кто они? По каким признакам идентифицируются и отличаются от «не простых» — по положению в обществе, служебной иерархии, уровню благосостояния, роду деятельности? Понятие не отрефлексовано в массовом общественном сознании, и, значит, не обладает ясностью и в профессиональном сознании журналистов, которое по типу ближе к обыденному, чем теоретическому.

Примечательно, что журналисты задаются этим вопросом и предлагают свои ответы на него. Отвечая радиослушателю, обидевшемуся на выражение «простые люди», «Радио “Свобода”» устроило интервью с лингвистом, который попытался растолковать значение этого словосочетания. По оценке филолога, прилагательное «простой» исторически развилось, во-первых, в «обычный», а также «непритязательный» и «скромный», «неукрашенный», «без всяких претензий», во-вторых, очень рано отмечается значение социальное: простой значит недворянский, простой народ — это низшее сословие государства. В более близкие нам времена простой советский человек — это звучало гордо, означало принадлежность ко всему советскому народу. А сейчас, в пору социальной неопределенности, «простой человек» — это как будто бы укор. Выслушав собеседника, корреспондент приходит к такому выводу: в языке возникла лакуна, и непонятно, как обозначать тех, кого раньше называли «простые люди» или «обычные люди», никого при этом не задев⁵.

Апелляция к эксперту вполне укладывается в стандарты журналистского ремесла. Однако встречаются и иные примеры, ког-

⁵ Пальвелева Л. Простой человек. Радио «Свобода». 24.04.2011. URL: <http://www.svoboda.org/articleprintview/9503411.html>.

да корреспондент доходит до решения сложной проблемы своим умом и выносит категорические заключения, которые затем ложатся в основу его понимания социальной действительности. Вот фрагменты интеллектуальных изысканий обозревателя газеты «Известия»: «Сколько живу, столько и слышу: «Простому человеку этого не надо», «Простой человек интересуется совершенно другим», «Простые люди этого не поймут» и т. д.

Интересно: а каковы критерии оценки? Ну хотя бы — как выглядит простой человек? Мужчина это или женщина? Кем работает? Сколько классов образования?..

Ответа, даже если перерыть всю библиотеку бывш. им. Ленина, не найдешь. Значит, надо двигаться опытным путем. Много лет я так и делаю: расспрашиваю о жизни разных простых мужиков и теток, пытаюсь разгадать, что же такое за душой у этих социальных типов, если с ними так носятся?

Кое-что озадачивает. Например, с удивлением убеждаюсь: у многих нет умения говорить о себе, о своем личном опыте, о событиях, которые случились именно с ними. Вот то, что случилось со страной, — это да, об этом говорят много и охотно».

Автор проводит исследование общественно значимой темы, которая занимает и нас, и, казалось бы, есть повод порадоваться неожиданному сотрудничеству. Но нельзя не заметить интонации пренебрежения, а то и раздражения в описании объекта анализа. В исследовательской работе — и научной, и публицистической — такая заданность отношения к материалу обычно ведет к предвзятости суждений и некорректности выводов. Суждения такого рода не заставляют себя ждать: «Похоже, патриотическая традиция “раньше думать о родине, а потом о себе”, вбиваемая в мозги десятки лет, настолько выхолостила в людях уважение к своей собственной — частной — жизни, что она и не представляется как ценность...

Как это не похоже на западного человека. Впервые, еще при Советах, оказавшись за границей, поразилась естественности, с которой они рассказывали о себе, о том, как на них повлияла та или иная личность, прочитанная книга. Самое важное — что случилось с ними, а уж потом — что пережила их страна. Вели-

чайшая ценность — семья, дом. До остального мира им, кажется, вообще не было никакого дела».

В отечественной культурной и этической традиции такая жизненная позиция стойко признавалась мещанской, филистерской, обывательской и не получала одобрения. Если же оценивать методику анализа, то бросается в глаза, что из частной (и совсем не обязательно точной) характеристики («нет умения говорить о себе») тянется нить обобщений, которые раскрывают ценностный мир самого автора, но не изучаемых «социальных типов». Типизация выполняется без каких-либо определенных критериев, хотя в начале статьи был поставлен вопрос именно о них. С учетом подхода к выбору материала и аргументов выводы вполне предсказуемы. Журналистка вспоминает «проверенную веками “пирамиду Маслоу”», «в основании которой обыкновенный человек, которому нужны только еда и безопасность, больше ничего. По мере подъема к вершине потребности увеличиваются, становятся необходимыми комфорт, развлечения, желание идентифицировать себя, власть и т. п. Так вот, простые люди — это те, кто у основания пирамиды, в самом ее основании, и они ни за что не хотят двигаться вверх... Но в отличие от нашей, российской ситуации консерватизм западного простого человека можно привести в цивилизованные формы... “пирамида Маслоу” России не указ — у нас такие простые люди, какие есть»⁶.

Мы отвели, возможно, незаслуженно много места высказываниям одного журналиста для того, чтобы показать, что изъятие из СМИ «простого человека» — это не случайность и не небрежность, за неблагоприятной статистикой может стоять своего рода профессиональная идеология, которая делает рядового гражданина нежелательной персоной в статьях и телесюжетах. Ссылками на лексические казусы или терминологическую неопределенность невозможно прикрыть отсутствие интереса к основной массе обитателей своего города, страны, мира. Этот интерес способен проявляться не в декларациях и квазиученых дискуссиях, а в профессиональной работе. Так ли важно при вы-

⁶ Бутузова Л. Простой человек // Известия. 2010. 22 дек.

боре героя — будет он называться человеком простым, обычным, рядовым? Важно, что он является главным действующим лицом современности и творцом истории.

Чтобы не заслужить упрек в избыточной пафосности, далекой от рутины репортерского труда, приведем название программы американского телевидения: «Герои CNN — Простые люди, меняющие мир» (CNN Heroes — Everyday people changing the world), живущей в эфире в течение нескольких лет. Героев ищут журналисты, но их подсказывают и зрители, для которых открыта специальная страница с анкетой для номинации. Сотни таких «повседневных» героев стали персонажами сюжетов-знакомств, регулярно выходящих на CNN. Среди тех, кто составил десятку самых ярких людей 2013 г., — энтузиасты, гражданские активисты, творящие благие дела. Это, например, безногий ветеран войны, оказывающий помощь себе подобным инвалидам, владелица небольшого сада, которая за полцены снабжает свежими полезными продуктами тех американцев, кто по социальным причинам не имеет к ним доступа, пожилая женщина, которая устроила в автобусе компьютерную лабораторию и приезжает к бедным студентам и школьникам, чтобы дать им выход в Интернет и тем самым помочь продолжить обучение⁷... Героем года стал 38-летний житель штата Теннесси, который на протяжении 15 лет занимается очисткой американских рек. За эти годы его усилиями со дна извлечены десятки тысяч автомобильных шин, две сотни стиральных машин, тысяча холодильников, четыре фортепьяно и т. п. Около 70000 добровольцев присоединились к крестовому походу против засорения национальных водоемов⁸. Цикл передач организован по-американски энергично, красочно, с привлечением в качестве спонсоров таких мощных компаний как Subaru и Konica Minolta. Однако главный эффект заключается не столько в масштабности и привлекательности действия, сколько в отображении той оптимистичной правды жизни, которая создается трудом множества рядовых жителей страны.

⁷ См. биографии: URL: http://www.konicaminolta.com/com_message/projects/heroes/2013herooftheyear.html?cid=001309XBIN.

⁸ Toner, K., Clarke, E. Taking out the rivers' trash, one piece at a time. URL: <http://edition.cnn.com/2013/04/18/us/cnnheroes-pregracke-rivers-garbage/index.html>.

Известно, что отечественное телевидение активно заимствует жанры и формы передач за рубежом, в литературе появилась даже классификация типов переработки телеформатов, тоже перенятая из-за границы, — «открытая» и «закрытая» адаптация⁹. Не вдаваясь в оценку этих процессов, заметим, что приведенный пример из практики CNN заслуживает подражания как образец высокого профессионализма и верного понимания социальной миссии журналистики.

Нечто подобное, хотя и в другом жанре, можно найти и в своем отечестве. К примеру, Национальная ассоциация телерадиовещателей России с 2007 г. проводит творческий конкурс «Герой нашего времени», с широким набором номинаций. В анонсе первого конкурса говорилось: «Фестиваль “Герой нашего времени” посвящен одному из “вечных” вопросов российского общества, русской литературы, современного кино и телевидения. Отечественное телевидение в последние годы создает противоречивые образы героев, многие из которых далеки от традиционных ценностей. Меняются и сами ценности, во всяком случае, в представлении большей части молодежи... Качество труда, общественная полезность работы, признание — являются ли эти векторы определяющими в жизни общества? Как эти процессы исследуются в телевизионных программах и фильмах, какими видят их создатели героев нашего времени — людей долга, труда, интересных своими характером, жизненной позицией, отношением к тем многочисленным переменам, которые характерны для динамично развивающейся России XXI века, а главное, личным участием в этих переменам»¹⁰. Примечательно, что среди победителей ежегодно оказываются не только мастера, работающие на ведущих федеральных каналах, но и творческие коллективы из региональных и местных компаний. Тем самым получает поддержку отражение жизни в так называемой глубинке, которая составля-

⁹ Moran, A. Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats // Continuum: Journal of Media & Cultural Studies. London, 2009. P. 118–119.

¹⁰ Первый фестиваль «Герой нашего времени». URL: http://www.nat.ru/?an=heroes_2007.

ет основную часть географического и социального пространства страны. Жизнь и жители — слова одного корня, и чем больше будет жителей в эфире и на газетной полосе, тем полнее будет представлена правда жизни.

Е. В. Красовская
Белорусский гос. ун-т

ПОСТИЖЕНИЕ ПРАВДЫ ЖИЗНИ... КАКОВА РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ?

В статье на основе семиотического подхода делается попытка проанализировать процесс формирования и позиционирования в средствах массовой информации социальных стереотипов, которые подменяют собой правду жизни, что вызывает у читателей разочарование в журналистике. Автор акцентирует внимание на необходимости учета этой особенности при подготовке будущих журналистов и актуализации принципов объективности и беспристрастности в их работе.

К л ю ч е в ы е с л о в а : познание, мышление, журналистика, социальный стереотип, семиотика.

E. V. Krasovskaya
Belarusian State University

UNDERSTANDING THE TRUTH OF LIFE... WHAT IS THE ROLE OF JOURNALISM?

The article analyses the process of forming and functioning of social stereotypes in the mass media on the basis of the semiotic approach. These social stereotypes substitute the truth of life that provokes disappointment in journalism. Author emphasizes the need in taking

this peculiarity into consideration while training future journalists. Principles of objectivity and impartiality are in the in focus of their work.

Key words: cognition, mentality, journalism, social stereotype, semiotics.

Проблема осмысления сущности журналистского познания действительности и его особенностей в теории журналистики постсоветских стран имеет богатую историю, начало которой положили работы представителей советской школы журналистики. Так, *Е. П. Прохоров* в кандидатской диссертации, защищенной в 1959 г., понимает журналистику как особую сферу литературно-общественной деятельности¹. В докторской диссертации 1969 г. ученый развивает эту мысль: в работе представлена концепция, согласно которой журналистика — это одна из форм познания действительности, наряду с наукой и искусством.

Данный подход, будучи междисциплинарным по своей природе, опирался на результаты исследований в области философии и психологии. В неклассической философской традиции познание принято интерпретировать как творческую деятельность². При этом в одних случаях акцент делается на творческой составляющей данного процесса («познание — творческая деятельность субъекта, ориентированная на получение достоверных знаний о мире»³), в других — на необходимости постижения истины бытия («познание — усвоение чувственного содержания переживаемого, или испытываемого, положения вещей, состояний, процессов с целью нахождения истины»⁴), в третьих — на создании знаково-символических систем, при помощи которых и осуществляется сам процесс познания («познание — философская кате-

¹ Прохоров Е. П. Русские публицисты 40–60-х годов XIX века о литературно-общественном и народном движении в Индии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1959. С. 5.

² Хомич Е. В. Познание // Всемирная энциклопедия: Философия / главн. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. М., 2001. С. 795.

³ Там же.

⁴ Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е. Ф. Губский, Г. В. Корбаева, В. А. Лутченко. М., 2006. С. 349.

гория, описывающая процесс построения идеальных планов деятельности и общения, создания знаково-символических систем, опосредующих взаимодействие человека с миром и другими людьми в ходе синтеза различных контекстов опыта»⁵). Разные смысловые акценты в определениях одного и того же понятия обусловлены тем, что словом «познание» именуется как процесс, который можно было бы обозначить термином «познавание», так и результат этого процесса⁶.

В научных работах по журналистике познание рассматривается в качестве процесса, ведь жизненные реалии динамично меняются, и задача журналистики — отображать их во всем многообразии этих изменений. Следовательно, процесс познания в этой сфере не может завершиться, например, с выходом номера газеты, даже если этот номер последний в ее истории.

В современном научном дискурсе выделяются следующие формы познания: обыденное, религиозное, художественное и научное⁷. Стоит отметить, что научное и художественное познание имеют общие черты, что обусловлено спецификой организации процесса мышления. Так, французский философ *Р. Барт* отмечает аналогию функций в процессах мышления при научном и художественном познании⁸. Другими словами, в случае научного и художественного познания по сравнению с обыденным и религиозным процесс мышления протекает иначе.

Под мышлением понимают когнитивный процесс, в котором происходит моделирование неслучайных отношений окружающего мира на основе аксиоматических положений⁹. Обычно процесс мышления начинается с постановки вопроса. Затем осуществляется поиск ответа на него путем построения гипотезы и умственной или практической ее проверки. Если гипотеза оказывается неверной, процесс повторяется. Однако творческое

⁵ *Касавин И. Т.* Познание // Энциклопедия эпистемологии и философии науки / под ред. И. Т. Касавина. М., 2009. С. 707.

⁶ *Философский энциклопедический словарь.* С. 349.

⁷ *Шапарь В. Б.* Новейший психологический словарь / под общ. ред. В. Б. Шапаря. 2-е изд. Ростов н/Д., 2006. С. 394.

⁸ *Барт Р.* Нулевая степень письма. М., 2008. С. 229–230.

⁹ *Кондаков И. М.* Психология. Иллюстрированный словарь. СПб., 2003. С. 220.

мышление имеет свои особенности: ему чужд метод проб и ошибок или перебор известных вариантов решения сходных задач. Творческое мышление предполагает выход за пределы исходных данных, нахождение новых связей и отношений между объектами, широкую, но целенаправленную мобилизацию знаний и опыта¹⁰.

Художественное и научное познание были бы невозможны, если бы при этом мышление не носило творческий характер. Такой же характер мышления присущ журналистскому познанию. Таким образом, из перечисленных форм познания действительности наиболее ранней является искусство, более поздней — наука, наиболее поздней — журналистика.

Анализ особенностей журналистского познания действительности позволил *Е. П. Прохорову* выдвинуть тезис о том, что методы журналистики сопоставимы с методами науки и искусства. Разработанный советским ученым подход стал весьма значимым для развития теории журналистики на постсоветском пространстве: опираясь на него, представители петербургской школы журналистики *Г. С. Мельник* и *М. Н. Ким* сформулировали представление о «научных методах журналистской деятельности»¹¹. Авторы назвали свой подход «новым научным концептуальным подходом к изучению журналистики»¹², поскольку он вобрал в себя достижения целого ряда дисциплин — журналистики, философии, психологии, социологии, лингвистики, экономики и других.

В теории журналистики проблема осмысления сущности журналистского познания действительности была рассмотрена и в другом ракурсе. В частности, *С. Г. Корконосенко* в докторской диссертации, защищенной в 1993 г., трактуя журналистику как вид профессиональной деятельности¹³, а прессу — как «одно из самых

¹⁰ Дьяченко М. И., Кандыбович Л. А. Психологический словарь-справочник. Минск; М., 2001. С. 208.

¹¹ Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики. СПб., 2006. С. 5.

¹² Там же. С. 8.

¹³ Корконосенко С. Г. Социальные функции прессы в политической жизни современного российского общества: автореф. дис. ... докт. полит. наук. СПб., 1993. С. 5.

гибких средств влияния людей на социальные процессы»¹⁴, акцентирует внимание на тех функциях, которые пресса выполняет в обществе. Исследователь пишет, что регулирующее вмешательство печати в социальную практику уникально по содержанию, методам и формам проявления, подчеркивая, что к этому выводу приходили авторы диссертаций еще в 1970-х годах¹⁵. Необходимо отметить, что мысль о воздействии печати на социальную практику близка к идее советского культуролога Ю. М. Лотмана о влиянии вторичных моделирующих систем на социокультурную действительность: именно в 1970-ых годах ученый разрабатывал данную идею в рамках семиотической теории культуры.

Определяя моделирующую систему, Ю. М. Лотман писал, что это «структура элементов и правил их соединения, находящаяся в состоянии зафиксированной аналогии всей области объекта познания, осознания или упорядочения. Поэтому моделирующую систему можно рассматривать как язык»¹⁶. В свою очередь, под вторичными моделирующими системами исследователь понимал «системы, в основе которых лежит натуральный язык и которые приобретают дополнительные сверхструктуры, создавая языки второй степени»¹⁷. В частности, в ряду таких систем он рассматривал искусство.

С семиотической точки зрения в качестве вторичных моделирующих систем могут изучаться культура, наука, политика, средства массовой информации, в том числе и пресса¹⁸. Так, в периодической печати благодаря использованию языка (в случае Республики Беларусь — двух государственных языков) проявляются отличительные признаки того региона, где выходит эта пресса, то есть формируется имидж этого региона. Философские словари характеризуют понятие «имидж» как «целостный, качественно определенный образ данного объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуаль-

¹⁴ Там же. С. 6.

¹⁵ Там же. С. 7.

¹⁶ Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб., 1998. С. 387.

¹⁷ Там же. С. 387.

¹⁸ Барт Р. Указ. соч. С. 292.

ном сознании»¹⁹. Рассматриваемый с точки зрения семиотики, имидж — это созданный при помощи естественного языка образ, который функционирует на ином, символическом уровне, то есть на уровне сверхструктуры, где он «считывается» и воспроизводится массовым и индивидуальным сознанием; другими словами, имидж — это язык второй степени.

Содержанием периодической печати как вторичной моделирующей системы выступает мир действительности, переведенный на язык нашего сознания и, в свою очередь, переведенный на язык данного типа средств массовой информации. Как и в случае иных вторичных моделирующих систем, в печати процессы создания и восприятия сообщений могут быть рассмотрены как явления перекодирования действительности с особыми на каждом этапе правилами семантической эквивалентности. Таким образом, опираясь на семиотический подход, можно говорить о моделирующей деятельности редакций газет.

Под моделирующей деятельностью понимается «деятельность человека по созданию моделей»²⁰. В случае периодической печати — виртуальной модели региона в сознании читательской аудитории, то есть его имиджа, который создается при помощи определенного кода — вербальных и невербальных сообщений. При этом, как подчеркивает Ю. М. Лотман, «для того, чтобы результаты этой деятельности могли быть восприняты в качестве аналогов объекта, они должны подчиняться определенным (интуитивно или сознательно устанавливаемым) правилам аналогии и, следовательно, соотноситься с той или иной моделирующей системой»²¹. Виртуальная модель региона, его имидж в сознании читателей, выступающий как результат моделирующей деятельности редакций газет, отвечает строго определенной моделирующей системе — периодической печати, так как другая вторичная моделирующая система, например

¹⁹ Матюшевская П. А., Ефимова Н. В., Маевская Е. В. Имидж // Новейший философский словарь / сост. и гл. н. ред. А. А. Грицанов. 3-е изд., испр. Минск, 2003. С. 418.

²⁰ Лотман Ю. М. Указ. соч. С. 387.

²¹ Там же.

наука, не может создать многогранный и завершённый имидж конкретного региона.

Таким образом, периодическая печать представляет собой самостоятельную моделирующую систему. Как одной из многих моделирующих систем ей присущи общие структурные компоненты: естественный язык, язык второй степени. Но она имеет и свои особенности, которые выделяют её из ряда других систем. Это особенности содержания, раскрывающие перед аудиторией уникальность тех характеристик, благодаря которым создается неповторимый образ того региона, где выходит пресса.

Казалось бы, журналистика, являющаяся одной из форм познания действительности, деятельность редакций газет, выступающая в качестве моделирующей по отношению к социокультурной практике, и периодическая печать, являющаяся вторичной моделирующей системой и формирующая имидж региона, должны быть в гармонии друг с другом, отражая правду жизни — жизни конкретного региона. Однако это происходит далеко не всегда. Объяснить эту особенность позволяет разработанная Ю. М. Лотманом теория культуры, которая организует себя в форме определённого пространства-времени — семиосферы.

Поясняя, как устроена семиосфера, учёный пишет: «Сфера эта, с одной стороны, включает в себя идейные представления, семиотические модели, а, с другой — воссоздающую деятельность человека, так как мир, искусственно создаваемый людьми — агрокультурный, архитектурный и технический, — коррелирует с их семиотическими моделями. Связь здесь взаимная: с одной стороны, архитектурные сооружения копируют пространственный образ универсума, а с другой, этот образ универсума строится по аналогии с созданным человеком миром культурных сооружений»²². Применительно к журналистике подход, разработанный Ю. М. Лотманом, даёт возможность проанализировать знаково-символические составляющие реальности, которыми оперируют газеты в про-

²² Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М., 1996. С. 296.

цессе своей моделирующей деятельности, на их соответствие правде жизни.

Исходя из основных положений семиотической теории культуры, «определенные идейные представления» можно трактовать как социальные стереотипы. Социальный стереотип — это устойчивое, категоричное и крайне упрощенное представление (мнение, суждение) о каком-либо явлении, группе, исторической личности, распространенное в данной социальной среде, которое усваивается индивидом в процессе социализации²³. В настоящее время в процессе социализации активно участвуют средства массовой информации²⁴. Таким образом, определенные идейные представления, которые воплощаются в социальных стереотипах, преподносятся как желаемые модели поведения, а благодаря «воссоздающей деятельности человека» — позиционированию этих стереотипов в СМИ — создается новый искусственный мир — виртуальный, который, коррелируя с миром реальным, оказывает влияние на поведение аудитории средств массовой информации.

Конструирование социальных стереотипов, выгодных определенным социальным группам, их активное позиционирование в СМИ ведет к «выпадению» правды жизни из поля зрения журналистики. На эту особенность еще в 1990-ых годах указывал С. Г. Корконосенко, предупреждая о последствиях этого явления: «Журналистика должна обеспечивать свободное выражение тех идеалов, которые бытуют в обществе. Идеалы представляют собой незаменимое средство нормативно-ценностного регулирования. Пресса как никакой другой институт способна помочь им выполнить эту роль — создавая условия для их публичного сопоставления и, главное, подвергая их проверке при сравнении с данными социального опыта. Без такой проверки они могут вырождаться в мифы, неизбежное разоблачение которых

²³ Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. СПб., 2003. С. 542.

²⁴ См.: Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 18, 77–78; Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.; Киев, 2001. С. 296; Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера и С. Хантингтона. М., 2004. С. 152.

вызывает в обществе мощный дестабилизирующий эффект. Эта судьба постигла пропагандистские стереотипы о торжестве идей социализма, она ждет и новые социально-политические иллюзии, которые априори подхватывают и преподносят читателям газетчики»²⁵.

Приведенные выше слова актуальны и сегодня. Парадигма, сформировавшаяся в советское время, когда на роль правды жизни претендовала пропаганда, трансформировалась следующим образом: вместо правды жизни — новые социальные стереотипы. Это значит, что журналистика не выполняет свою роль. И читатель это понимает (не случайно аудиторией так востребованы газеты, где публикуются критические материалы). Именно поэтому перед журналистикой стоит задача восстановить доверие читательской аудитории. А это можно осуществить только в том случае, если сотрудники редакций будут обладать подготовкой, позволяющей не подпадать под действие распространенных социальных стереотипов, уметь распознавать новые, и работать над материалами, руководствуясь критериями объективности и беспристрастности.

²⁵ Корконосенко С. Г. Указ. соч. С. 28.

М. В. Ливанова

Смоленский гос. ун-т

«КОНТЕНТ ВЫЖИВАНИЯ» ЛОКАЛЬНОЙ ПРЕССЫ

На примере Смоленского региона в статье исследуется контент локальной прессы малонаселенных территорий, ориентированных на экономическую стратегию выживания, а не развития. Среди постоянных тем — бедность, разрушение инфраструктуры, низкий уровень доверия местной власти. Отмечены и новые тематические сферы: обращение к традици-

онным ценностям и рост протестного потенциала локального сообщества.

Ключевые слова: локальная пресса, контент, стратегия выживания, протестный потенциал, традиционные ценности.

M. V. Livanova

Smolensk State University

“SURVIVAL CONTENT” OF LOCAL PRESS

The article is devoted to the local press of scarcely populated areas, oriented on the survival economic strategy, but not on the development; on the example of Smolensk region. Poverty, destruction of infrastructure, and low level of confidence to the local government are among the popular items. New topics are also noted: turning to traditional values and growth of local community protest potential.

Key words: local press, content, survival strategy, protest potential, traditional values.

Сегодня одной из актуальных тенденций функционирования СМИ является локализация контента — интенсификация информационных потоков на конкретной территории. Главным представляется «географический принцип и направленность на местные сообщества... Реализация стратегий локального и гиперлокального развития предполагает, что объектом внимания медиаресурсов становится жизнь отдельных районов, улиц, а иногда и домов»¹.

Неоспоримыми возможностями и преимуществами в этом плане обладают газеты местных сообществ. По данным доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (2012), «тиражи районных/городских газет в целом остаются стабильными или даже растут, а количественно муниципальная печать продолжает превалировать в сегменте качественной пе-

¹ Яковлева Т. Современная ежедневная газета в цифровой среде: направления развития (на примере «Российской газеты») // Меди@льманах. 2013. № 4. С. 52.

риодики России»². Несмотря на разнонаправленные векторы развития, местные издания являются главными газетами территориального сообщества, центрами локальных социальных связей, создают и транслируют уникальный контент в аудиторию, которую практически знают «в лицо». Ни одно федеральное издание с высоты своего взгляда на мир не способно настолько приблизиться к читателю.

В интервью portalу деловых новостей и блогов slon.ru в октябре 2013 г. *Наталья Зубаревич*, директор региональной программы Независимого института социальной политики, атрибутировала сегодняшнюю экономику России как экономику «не развития, а выживания» страны, «утратившей энергетику». Ее признаки: «дезинтегрирование населения; низкий уровень человеческого капитала; низкий уровень доверия и незначительный уровень бытовой коммуникации без понимания общественных процессов; очень мало ресурсов — и человеческих тоже; понижительная стратегия, адаптация ко все более ухудшающимся условиям»³.

Эти факторы, на наш взгляд, находят отражение в прессе депрессивных локалитетов, их «контенте выживания».

В процессе изучения его особенностей материалом для наблюдения и выводов стали данные следующих исследований:

- контент-анализ 25 смоленских районных газет (2006, 2009);
- анализ содержания сайтов 16 смоленских районных газет (2013);
- проект Фонда развития информационной политики «Типология муниципальных информационных пространств в цифровую эпоху и роль местной газеты как канала обратной связи органов муниципальной власти с населением» (2011–2012);

² Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Управление периодической печати, книгоиздания и полиграфии. Российская периодическая печать в 2012 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. М., 2013. С. 78. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2013/print-in-russia.htm>.

³ Наталья Зубаревич: «Это экономика выживания». 17 окт. 2013. URL: http://slon.ru/economics/natalya_zubarevich_eto_ekonomika_vyzhivaniya_-1005122.xhtml.

— опрос журналистов смоленских районных газет в рамках исследования факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова «Газеты малых и средних городов России» (2013).

Локализация «контента выживания». В административных границах Смоленского региона складываются разные типы информационных пространств, на развитие которых влияют природно-географические, социально-экономические, этнокультурные факторы. Одни муниципалитеты, составляющие 20% территории области, обладают выгодным транспортно-логистическим положением и высоким промышленным потенциалом, их население ориентировано на межрегиональную коммуникацию, а из-за близости к Московской области — на столичного потребителя товаров и услуг, столичный рынок труда. Районные газеты здесь — лидеры тиражей. Они модернизируются, включаются в динамичную коммуникацию.

Другие 80% районов — это малонаселенные территории с преобладанием сельского населения (высокая естественная убыль, возраст старше трудоспособного). Потенциал этих муниципальных образований низок. Газеты функционируют вне нишевой конкуренции. С точки зрения власти они — статусный атрибут, наследующий и консервирующий старые советские бренды; с точки зрения населения — средство поддержания местного сообщества, локальной идентичности и солидарности. У подобных газет довольно высок показатель распространенности на 100 человек населения (от 8 до 13 экз.).

Таким образом, «контент выживания» в большей степени характерен для депрессивных территорий с традиционной конфигурацией «один район — одна газета», но, по наблюдению исследователей, «чем старше газета, тем она ближе к реальным гражданам»⁴.

Тематическая структура и динамика «контента выживания». В начале 2000-х 25 районных газет Смоленской области представляли традиционный репертуар тем (всего было отмечено

⁴Касютин В. Л. Случайные связи // Журналистика и медиарынок. 2012. № 8. С. 42.

33 темы). Сформировался следующий рейтинг освещаемых тематических сфер (2006):

- деятельность органов местной власти;
- аграрная проблематика (от сельскохозяйственного производства до приусадебного участка);
- историческое прошлое;
- проблемы здравоохранения;
- льготы, пенсии, пособия;
- местное самоуправление;
- ЖКХ;
- культура;
- занятость;
- экология.

Особенностями освещения приоритетной проблематики являлись, во-первых, фактографическая фиксация деятельности местной власти и включение в зону критики лишь органов власти более низкого (сельские поселения) уровня, во-вторых, внимание к личному подсобному хозяйству как сосредоточению важных жизненных интересов (патриархальный контент).

Рейтинг 2009 г. отмечен началом экономического кризиса (количество тем сократилось до 26):

- деятельность органов местной власти;
- деятельность органов региональной власти и руководителей региона;
- ЖКХ, благоустройство, капитальный ремонт жилья;
- культура;
- семейное воспитание;
- справочная информация.

В большинстве публикаций с разной степенью упоминания персон власти негативная оценка адресована либо абстрактной власти «в целом» вне персонификации, либо чиновникам регионального уровня (исключая губернатора), действиями которых объясняется неэффективность местной администрации (патерналистский контент).

Согласно результатам исследования Фонда развития информационной политики, с точки зрения журналистов усредненная те-

матическая модель региональных и муниципальных СМИ включает в себя следующие сферы (по возрастанию значимости):

- экономика;
- образование;
- культура;
- политика;
- медицина;
- происшествия.

С точки зрения читателя в рейтинге тем первое место занимают проблемы качества жизни (ЖКХ, благоустройство, быт).

В ходе опроса журналистов районных газет Смоленской области «очень важными» были названы следующие темы и сферы (в порядке убывания):

- состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб;
- деятельность муниципальных органов власти;
- экономика города в целом;
- полезная справочная информация;
- занятость населения;
- строительство и ремонт дорог;
- работа транспорта;
- сельское хозяйство и приусадебное хозяйство;
- морально-этическая проблематика.

Прослеживается очевидная тенденция: за последние 5–7 лет темы ЖКХ и благоустройства, здравоохранения, транспорта, инфраструктуры, неоправданно высоких тарифов, изношенных коммуникаций, неубранных улиц выходят на первый план, а задачи по их освещению рассматриваются редакциями как наиболее актуальные (и в то же время «вечные»).

На вопрос: «Каковы наиболее острые злободневные проблемы, которые вы хотели бы, но по каким-то причинам не можете поднять в вашем издании?», журналисты смоленских районных газет ответили:

- некомпетентность чиновников, коррупция, случаи нарушения правовых норм ответственными лицами, равнодушие к нуждам горожан;

- теневая экономика, криминальный бизнес;
- поляризация уровня жизни населения, проблемы сокрытия доходов, безработица, несправедливость в оплате труда.

Практически «в отсутствие официальной экономики возникают отношения в рамках неформальных. Среди них: нацеленность на выживание и обеспечение занятости, а не на накопление капитала; трудоемкость работы и высокая степень неопределенности ее результатов; использование семейных и личных ресурсов, культура нищеты в быту»⁵. Следствием становится тяжелый морально-психологический климат и маргинализация населения. По словам жителей Холм-Жирковского района, за 21 год здесь не было построено ни одного предприятия, не приведены в порядок ни одна улица, ни один тротуар. В районном центре много лет нет горячей воды, в домах плесень и сырость. Депутаты местного Совета неоправданно завышают тарифы ЖКХ, в поселке отсутствует транспортное сообщение: «Люди чувствуют себя брошенными, беспомощными, обреченными»⁶.

Оценочный и аксиологический потенциал «контента выживания». Содержание выявленных тематических сфер представляет собой негативную социальную информацию, фиксирующую низкий эмоционально-психологический тонус аудитории, понижающую адаптивную стратегию существования. В этих условиях локальные СМИ становятся диалоговой площадкой для самих граждан, но не пространством коммуникаций «власть — население» из-за неверия последнего в возможность повлиять на происходящее, психологии «социального бессилия», не способствующей социальному участию.

Вместе с тем в структуре адаптивного контента присутствует представление о традиционных ценностях как неизменных:

- природные богатства локалитета (необходимость бережного использования ресурсов территории: леса, земли, воды);

⁵ Неформальная экономика. Россия и мир / под ред. Т. Шанина. М., 1999. С. 14.

⁶ Моисеева Ю. Жители поселка Холм-Жирковский рассказали губернатору о своих бедах // О чем говорит Смоленск каждый день: онлайн-журнал. 2012. 9 ноября. URL: http://smolensk-i.ru/authority/zhiteli-poselka-holm-zhirkovskiy-rasskazali-gubernatoru-o-svoih-bedah_9448.

- семейные ценности (опора на близких, воспитание детей);
- морально-этические императивы (доброта, отзывчивость, взаимопомощь соседей);
- духовные (религиозные) ценности.

Это своего рода возврат к общинным ценностям. На них во многом опирается пресса депрессивных муниципалитетов. Газета «За урожай» Шумячского района (население — 10280 чел.) сообщает на своем сайте: «Журналисты стараются отражать в материалах больше положительных, позитивных моментов нашей действительности. Хорошие новости, реальные дела, наши победы — вот основной лейтмотив наших публикаций». Редакция организовала конкурс на лучшее подворье, опрос «Мой любимый дворник», рассказала о традиционном местном народном промысле — изготовлении валенок.

Особенно значимыми для аудитории журналисты смоленских местных газет считают следующие профессиональные роли:

- источник оперативной информации; осведомленный, знающий человек, помогающий разобраться в происходящих событиях и процессах;
- воспитатель, пропагандист определенных ценностей и идеалов;
- собеседник читателя, с которым можно посоветоваться; человек, помогающий решать сложные проблемы и добиваться справедливости; помощник власти в решении местных проблем.

В целом «контент выживания» не является аналитическим, не содержит рефлексии и не имеет политической окраски: аудитория не связывает свое положение с деятельностью отдельных партий («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР) и результатами своего голосования за них. Она апеллирует к муниципальной власти с требованием выполнять свои обязанности по управлению территорией и к региональной — контролировать действия местной власти.

Журналистами же создается образ власти как «своей», идентифицирующей себя с населением, переносящей те же трудности, ощущающей ту же зависимость от недостижимых федеральных структур, что и рядовые граждане.

Протестный потенциал «контента выживания». Переход к «экономике выживания», по мнению Н. Зубаревич, означает близкий к «нулевому» протестный потенциал. Люди понимают бессмысленность акций и решаются на них только «если на конкретной территории происходит что-то настолько несправедливое, что это уже терпеть нельзя». В 2012–2013 гг. в Ельне (население города 9783 чел., района — около 14 тыс. чел.) инициаторами протестных выступлений стали пенсионеры — социальная группа, не боящаяся массовых увольнений. Ими было организовано 4 митинга, поводом для которых стало неэффективное расходование выделенных городу из регионального бюджета средств на ремонт дорог и улучшение водоснабжения сельских поселений. Контракт на производство работ был заключен с депутатом областной Думы — местным предпринимателем. Критические материалы жителей публиковала районная газета «Знамя», редактор которой вступил в противостояние со своим учредителем — администрацией муниципального образования, был уволен и подвергся судебному преследованию.

После обращения 602 местных жителей к губернатору чиновник — руководитель местного «Водоканала» — подал в суд иск, ответчиком по которому должны были выступить 198 пенсионеров из числа подписавших письмо. Вследствие придания факта огласке смоленскими блогерами и реакции региональных властей иск был отозван.

Требование участников митингов практически совпадали с тематическими сферами «контента выживания»: создание рабочих мест (в городе закрыты все предприятия, включая хлебозавод), восстановление социальной инфраструктуры, прекращение незаконной вырубке лесов, ремонт дорог и муниципального жилья, снижение тарифов ЖКХ, установленных местными коммунальными службами. Социальный характер протеста вылился в гражданские инициативы: объединить районную и городскую структуры муниципальной власти, отправить в отставку депутатов городского Совета, создать районную общественную палату и банк народных идей (чтобы жители сами решали, как использовать те или иные городские объекты).

Традиционный патриархальный и патерналистский контент прессы локалитетов сегодня сменяется «контентом выживания», отражающим социальную незащищенность, неэффективность управления территориями, низкий уровень жизни. Повестка дня муниципальных изданий адекватно отражает повседневную действительность российской провинции — бедность, «возникающую на пересечении трех факторов — экономического, социального и психологического — и объединяющую низкий доход, пониженный социальный статус (или его утрату) и определенную самоидентификацию»⁷.

Если в начале 1990-ых «контент выживания» формировался из практических советов (как варить варенье без сахара и стирать без мыла), то сегодня граждан волнует, как привлечь к ответственности высокооплачиваемого районного чиновника, не желающего платить вместе с соседями по подъезду за установку общедомовых приборов учета.

⁷ Нефедова Т. Г., Пэллот Дж. Неизвестное сельское хозяйство, или Зачем нужна корова? М., 2006. С. 266. URL: <http://mybrary.ru/users/personal/read/neizvestnoe-selskoe-hozyaystvo-ili-zachem-nujna-korova>.

М. С. Рудык

Львовский нац. ун-т им. Франко

Владимир Здоровета: «Я учил студентов писать правду»

В статье рассматривается одна из многих граней личности *Владимира Здоровета*, известного теоретика журналистики и публицистики, в течение многих лет бывшего профессором и деканом факультета журналистики Львовского университета, — его педагогическое мастерство.

К л ю ч е в ы е с л о в а : Владимир Здоровета, педагогическая деятельность, ученики.

M. S. Rudyk

Ivan Franko Lviv National University

VLADIMIR ZDOROVEGA: “I TAUGHT THE STUDENTS WRITE THE TRUTH”

In this article one of the many facets of the Vladimir Zdorovega's personality is considered — his pedagogical skills. He was famous theorist of journalism and publicism, during long time Professor and Dean at the journalism faculty of the University of Lviv.

К е у w o r d s : Vladimir Zdorovega, pedagogical activity, students.

Актуальность заявленной темы черпает свои истоки в необходимости изучать влияние авторитета учителя-мастера на новое поколение журналистов. Ведь самой большой заслугой для педагога являются профессиональные успехи его учеников. Педагог остается бессмертным, когда его знания есть кому воплощать в жизнь, когда есть наследники, которые могут продолжать начатое им дело.

Н. Зелинская так писала о роли личности в науке: «Наука равнодушна к собственной истории и к личностям своих создателей, единственный ее герой — научные исследования. И в этих поисках железное бесстрашие объективного знания сплавляется с живой страстью искателя и поэтому, возможно, точнее, чем мемуары или юбилейные портреты, воссоздает его биографию»¹. Именно поэтому в нашей статье мы хотим открыть новую грань личности профессора *Здоровеги* — его педагогическую деятельность, воспитание журналистов-профессионалов.

Творчество *Владимира Здоровеги* исследовали *И. Лубкович, С. Кость, А. Кузнецова, И. Михайлин, Н. Желиховская*. Однако эти исследования в большей мере касаются научной деятельности профессора. Есть отдельные работы, где говорится о педагогическом таланте *Здоровеги*. Это статья *И. Лубковича* «Уроки в школе *Здоровеги*», где исследователь пишет: «Учитель — не тот,

¹ *Зелинская Н.* Наука безразлична к биографиям своих создателей: Избранные произведения. М., 2013. С. 9.

кто учит, учитель — тот, у кого учатся. Учителем нельзя себя провозгласить — должен дожидаться, чтобы учителем тебя признали ученики. <...> ...уроки В. И. Здорогега давал не только в аудиториях, на страницах учебников или газетных статьях. Его уроки — это и его жизнь, со всеми успехами и ошибками, судьба ученого, судьба человека»².

Важным в изучении нашего вопроса является книга воспоминаний о профессоре Здорогеге «Искусство понять день»³, которая содержит 36 статей, интервью с профессором, список основных печатных работ, перечень диссертационных исследований, написанных под его руководством. Авторы — люди разного возраста и статуса, ученые, известные журналисты, художники, студенты, коллеги по работе — через призму собственных воспоминаний, жизненных ситуаций и исторических обстоятельств дают нам понять глубину личности *Владимира Здорогеги*, его благотворное влияние на своих последователей в науке и журналистике.

В книге *М. Присяжного* «Студии над шрамами» в статье «Владимир Здорогега на фоне эпохи» подчеркивается вклад ученого в украинскую журналистику и науку: «Казалось бы — закончилась эпоха Владимира Здорогеги, его длительная научно-педагогическая, гражданская одиссея. И нет. Каждый день его имя на устах ныне живущих: коллег, ученых, педагогов; журналистского сообщества; студентов. <...> И так будет еще долго. Потому что профессор, доктор филологических наук, талантливый публицист В. И. Здорогега оставил нам богатое наследство, принадлежащее нам осмысливать, развивать, продолжать в исследованиях будущих поколений»⁴. В статье «Владимир Здорогега: сила и бессилие учителя»⁵ *Б. Потятиник* размышляет над феноменом *Здорогеги*, кото-

² Лубкович І. Уроки в школі Здорогеги // Збірник праць кафедри української преси. Львів, 2000. Вип. 3. С. 15.

³ Мистецтво збагнути день. Спогади про Володимира Здорогегу / упор. О. І. Наливайко. Київ, 2013.

⁴ Присяжний М. П. Студії над шрамами: публіцистика. Львів, 2013. С. 71.

⁵ Потятиник Б. Владимир Здорогега: сила и бессилие учителя // Хроника. 2006. 28 апр.

рого справедливо называли играющим тренером, потому что в своей деятельности он сочетал научную работу с активной журналистской деятельностью.

Основу педагогического наследия ученого составляют труды, в которых обсуждаются проблемы журналистского образования: «Обучение журналистов вчера, сегодня, завтра», «Будем ли иметь кадры для национальной журналистики?», «О журналистике и журналистах», «Введение в журналистику», «Теория и методика журналистского творчества»⁶ и др.

Педагогическую работу *Владимира Здорогеги* следует рассматривать в двух аспектах. Первый — это проблемы журналистского образования как одна из ключевых тем его творчества, разработка теоретической и методологической базы обучения. Ученый рассматривал журналистское образование в системе властных институтов, законодательной базы, экономических рыночных отношений и общественных потребностей.

Владимир Здорогега обладал особым умением мыслить теоретически, видеть перспективы своих научных поисков, чувствовать важность поставленных проблем. Именно с его приходом на руководящую должность факультета журналистики впервые проявил себя свободолюбивый дух его работников, началась критика командно-административной системы. Ученому были присущи толерантность и способность постоянно учиться и самосовершенствоваться. Профессор активно поддерживал нововведения в учебном процессе, много работал со студентами, был для них авторитетом. Как отмечает известный украинский журналист *С. Курпиль*: «Для нас в то время общаться с профессором Здорогегой было глотком свежего воздуха. Владимир Иосифович пытался достаточно трезво доносить до студентов свои чувства, свои мысли не только о журналистике, но и о времени, в котором

⁶ *Здорогега В. Й.* Вступ до журналістики: конспект лекцій. Львів, 1975; *Здорогега В.* Будем ли иметь кадры для национальной журналистики? // Журналист Украины. 1991. Ч. 8. С. 10–14; *Здорогега В. Й.* Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи, діалоги. Львів, 2004; *Здорогега В. Й.* Теорія і методика журналістської творчості: підручн. 2-е вид., перероб. і допов. Львів, 2004; *Здорогега В. Й.* Вишкіл журналістів вчора, сьогодні, завтра // Медіакритика. 2005. № 10. С. 18–26.

они живут. Нацеливал нас критически относиться к действительности, самим искать истину»⁷.

Когда еще не было соответствующей учебной литературы, ученый пытался донести демократические принципы функционирования средств массовой информации через свои лекции, через общение со студентами за пределами аудитории. Вскоре из-под его пера вышли ценные труды, которые стали незаменимым ориентиром для будущих журналистов. После распада Советского Союза и становления Украины как независимой страны возникла необходимость в новом осмыслении журналистики, ее функций и роли в обществе. Это означало и принципиально новый подход к подготовке журналистских кадров, что влекло за собой качественное изменение форм и содержания образования, потребность в новой учебно-методической литературе. Значительное внимание профессор *Здоровета* уделял подготовке будущих работников СМИ через творческие мастерские и индивидуальную работу со студентами.

Второй аспект, который раскрывает педагогическую деятельность *Владимира Здоровета*, — это свидетельства его учеников. К примеру, в статье *И. Павлюка* «Владимир Здоровета: текст — контекст — подтекст»⁸, автор отмечает важность всеобъемлющего изучения биографии ученого вместе с текстами, контекстами, подтекстами времени, в котором они созданы. Как отмечается в интернет-журнале «Аксиома»: «Ученик *Здоровета*» уже долгие годы было знаком качества»⁹. Это свидетельствует и о большом авторитете ученого, и о правдивости, и о глубокой сути его науки. От имени сотен учеников и воспитанников профессора *Здоровета* в день его ухода в вечность *Андрей Юраш* рассказал о яркой харизме своего учителя: «...если несколько дней назад он был живым Классиком и живым Учителем, к которому можно было физически прикоснуться и от которого можно было получить особый заряд энергии и вдохновения, то теперь он стал

⁷ *Курпиль С.* Спілкування з Володимиром Йосиповичем для нас було ковтком свіжого повітря // Збірник праць кафедри української преси. С. 19.

⁸ См.: Мистецтво збагнути день.

⁹ Аксиома. 2007. 7 мая.

истинным и непревзойденным идеалом Педагога для ученых и журналистов, к которому мы будем приближаться и следовать всю нашу последующую жизнь, все больше и глубже осознавая то счастье, которое мы познали, — жить и утверждать себя в интеллектуальную эпоху Владимира Здоровеги»¹⁰. Эпоха *Здоровеги* — символически, но справедливо называемое *Андреем Юрашем* время интеллектуального роста украинской журналистики — навсегда останется в памяти современников.

«Справедливость, боязнь нанести кому-то боль и отцовская забота обо всех и обо всем — это то, что свидетельствует о больших человеческих качествах наставника. Любовь к своему Учителю многих, очень многих студентов всех поколений, начиная с 1950-ых и до начала нового XXI века, — это особая страница жизни нашего факультета. Каждый человек, особенно любой руководитель и наставник, имеет как сторонников, так и оппонентов, а потому вряд ли может наслаждаться единомыслием в его оценках. Но и здесь профессор *Здоровега* — приятное исключение. С абсолютной искренностью могу засвидетельствовать: не встречал еще ни одного его ученика, который бы осмелился сказать хоть какое-то недоброе слово о Владимире Иосифовиче. Даже получая плохую оценку или болезненную характеристику из уст профессора, никто не обижался, потому что был уверен, что это реальная, объективная оценка»¹¹, — так считает один из студентов *Владимира Здоровеги*. Это не просто яркий пример отношения к учителю, а общее мнение студенчества. «*Здоровега* воспитал тысячи медийщиков, которые работают по всей Украине. Добрый и общительный человек, учитель всегда с радостью помогал словом и делом всем ученикам. Его память и эрудиция, хороший вкус и красноречие, воплощенные в лекциях, статьях и книгах, стали кладом, из которого немало поколений журналистов охотно заимствовали эти богатства, чтобы нести их людям»¹². Эти слова свидетельствуют о незаурядности научной и

¹⁰ Львовская газета. 2006. 27 апр.

¹¹ Творче здоров'я професора *Здоровеги* // Студентський форум. 23.09.2004. URL: www.univer-sity.com.ua.

¹² Львовская газета. 2006. 27 апр.

публицистической мысли *Владимира Здоровета*, доказывают значимость его личности для студентов.

Свидетельства учеников профессора *Здоровета* — это объективная оценка его педагогической деятельности. Студенты отмечают справедливость, мужество, организаторские способности профессора, заботу о судьбе каждого студента, что говорит об авторитете ученого среди молодежи. Многие журналисты отмечают влияние *Владимира Здоровета* на их профессиональный и творческий путь. Его воспитанники уже после окончания учебы часто обращались к своему наставнику за советом, за добрым словом.

Успех *Владимира Здоровета* как педагога измеряется одной простой фразой: «Я учил студентов писать правду». Собственно, правдивость профессора, стремление к истине, справедливости и простота определяют формулу его педагогического признания и высокого авторитета среди своих учеников. Как декан и воспитатель *Владимир Иосифович* говорил о проблемах журналистского образования, исходя из собственного опыта, из потребностей и запросов не только сегодняшнего момента, но и перспектив на будущее.

В. А. Сидоров

Санкт-Петербургский гос. ун-т

МЕДИЙНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ: АБСТРАКТНЫЕ СХЕМЫ И ПРАВДА РЕАЛЬНОСТИ

Рассматривается ценностный подход журналистики к явлениям и фактам социальной действительности. Высказывается предположение о его приоритете в сопоставлении с нормативным подходом, что находится в актуальном соответствии с фокусными точками социокультурных проблем современной России.

Ключевые слова: журналистика, медийная реальность, ценности, нормы, гражданственность.

V. A. Sidorov

St Petersburg State University

MEDIA INTERACTION: ABSTRACT SCHEMES AND TRUTH OF REALITY

Valuable approach of journalism to the phenomena and the facts of social reality is considered. The idea is suggested about its priority in comparison with normative approach; this idea corresponds to focal points of sociocultural problems of modern Russia.

Keywords: journalism, media reality, values, norms, civic consciousness.

Мы нередко встречаемся с далекими от правды жизни абстракциями. Так, лет 25 назад в политический обиход запустили сентенцию «Россия свой лимит революций исчерпала». Эту абстракцию никто не обосновал. Зато по ее поводу подчас проговариваются. Например, *Сергей Михеев*, генеральный директор Центра политической конъюнктуры, заговорил об охватившем Россию кризисе исторического самосознания и упрекнул зовущих к очередной революции: мол, не понимают, что «после или начнется очередной бардак, или придется выйти к людям и сказать: „А теперь надо снова затянуть пояса и напряженно работать“»¹. Именно такого поворота событий — напряженной работы — и опасаются все те, кто предлагает принять на веру безжизненную абстракцию. Правда, сегодня прежнюю сентенцию начинает теснить иное положение: «Не надо забывать, что в России революционный сценарий не исключен». Так считает директор Центра научной политической мысли и идеологии *Вардан Багдасарян*. И это в своих доказательствах гораздо ближе к правде жизни, хотя

¹ *Михеев С.* Реформы наперекор [Беседовал Олег Назаров] // Лит. газет. 2013. № 45. С. 3.

и высказано с большим опасением: «Чтобы сохранить власть и собственность, элите придется делать принципиальный поворот в политике. Надеюсь, такое осмысление придет, и разворот будет осуществлен без крупного потрясения, идущего снизу»².

Ни то, ни другое суждение не отгорожено от журналистики. Все, любых оттенков политические заявления так или иначе проходят по каналам массовых коммуникаций. С помощью журналистики они становятся частью публичного диалога, без которого, согласимся с Ю. Хабермасом, в принципе неосуществима демократия. Философия свободы и коммуникативных действий — ядро его воззрений, а в коммуникативной демократии он находит подлинную демократию³. И потому, пишет Ю. Хабермас, конфликты в обществе возникают из-за нарушения коммуникации, из-за превратного понимания, неискренности и обмана. Спираль насилия начинается со спирали нарушенной коммуникации⁴. В этом смысле журналисты всегда на ценностной развилке: какую позицию считать истинной, какую — ложной. За ценностным предпочтением — выбор идеологической доминанты. За выбором идеологии — определение политической позиции и применяемых в журналистской деятельности средств.

Вторая абстракция, с которой в феврале 2013 г. на научной конференции в МГУ выступил замминистра Минкомсвязи А. К. Волин, широко известна прежде всего в журналистских профессиональных кругах; она получила резонанс в среде работников высшей школы, потому что напрямую задела их программные установки в преподавании специальных журналистских дисциплин.

«Любой журналист должен четко помнить, что у него нет задачи делать мир лучше, вести человечество правильной дорогой. Это все не бизнес, заявил зам. министра. Задача журналиста — зарабатывать деньги для тех, кто его нанял... Решает ли журналист при этом пропагандистские задачи? Конечно, решает — за-

² Багдасарян В. Начните с идеологии! [Беседовал Олег Назаров] // Лит. газета. 2014. № 1—2. С. 3.

³ Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. М., 2001. С. 638.

⁴ Хабермас Ю. Расколотый Запад. М., 2008. С. 21.

дачи, которые стоят перед владельцем СМИ... Надо четко дать понять студентам, что, выйдя за стены аудитории, они будут работать на дядю. И дядя будет говорить им, что писать, а что не писать, и дядя имеет право на это: он им платит. Это может нравиться или не нравиться, но такова жизнь, и другой не будет»⁵.

Слова чиновника — густой замес двух направлений в теоретических построениях относительно массмедиа. Во-первых, интерпретируется в принципе уже доказанное положение о классовой сущности прессы, а во-вторых, оно же «подкрепляется» искаженными постулатами об этической стороне журналистского труда.

Что роднит абстракции политолога *Михеева* и чиновника *Волина*?

— Прежде всего, желание элит навсегда закрепить сложившийся к нашим дням порядок вещей. В первом случае речь о социально-политическом статус-кво, во втором — о теоретико-познавательном в области функционирования медиа, которые, как известно, в принципе непосредственно связаны.

— Далее, вульгаризация теории, социологизаторство, доведение абстракций до полного разрыва с представлениями о жизни как многосложной и многоцветной реальности.

У взятых для примера схем наблюдается родство идейно-политического характера, обе абстракции связаны с деятельностью СМИ — где прямо, где косвенно. Если *Михеев* только использует медийный канал для распространения и утверждения принятой в среде политической элиты точки зрения на будущее / настоящее страны, то *Волин* пытается объективировать тезис (то есть старается придать ему облик доказанного закона) о «верности» журналистов владельцам / распорядителям СМИ.

Особо интересен для нас анализ абстракции *Волина*, а в ней — ее тесно переплетенных с текущей политикой гносеологических корней: во-первых, материалистического понимания сущности печати, во-вторых — теории социального менеджмента с его корпоративной этикой, где важное место занимает принцип ло-

⁵ Алексей Волин: Volens-nolens // Газета о газетах [Электронный ресурс]. URL: <http://газетаогазетах.рф/reportajo/Aleksey-Volin-Volensnolens/>.

яльности служащего своей фирме. В итоге получилось противоестественное смешение двух начал.

Материалистическое понимание сущности печати, если выбросить из нее идею о включенности печати в политическую борьбу, оставляет большой простор для идейного произвола. Им можно оправдать многое — любой цинизм, любой далекий от социальной ответственности прессы рыночный расчет. Материалистический подход к духовному производству (а журналистика его важнейшая часть) без ценностного начала представляет собой тупиковый вариант развития. Потому абстракции, подобные той, что построил *Волин*, обязательно должны разминуться с правдой жизни.

Иным кажется, что разговор о ценностном начале журналистской работы — времяпрепровождение, идеалистические сны старой профессуры. Мол, редакционная практика жестко научит несогласных. Но именно на таком полупонимании (а полупонимание страшнее невежества!) и строится манипулирование умами тех, кто сам призван нести людям «умное, доброе, вечное». Эти «теоретики» ополовинивают философскую концепцию за счет отбрасывания учения о печати как средстве и участнике классовой борьбы, то есть ее политической значимости. Это сердцевина материалистической теории печати, потому в выступлении *Волина* нет ни слова о журналисте как участнике политической борьбы за свободы и права человека. Так отсекается этическое начало журналистики, разговор переводится в традиционное русло представлений общества потребления — деньги, услуги и снова деньги.

Теперь о том, что касается теории социального менеджмента. И здесь в выступлении чиновника много недоговоренностей. Принцип лояльности фирме — это норма, с которой никто не поспорит, потому что именно на лояльность работников опирается устройство корпорации, лояльность — одна из опор ее системы. При этом соблюдение принципа «распоряжение начальника — закон для подчиненного» надо рассматривать в контексте дисциплины труда и вопросов повышения конкурентной способности корпорации. Посмотрим далее: лояльность имеет свое этическое

объяснение — корпорация должна производить свою продукцию в соответствии с интересами потребителя и действующим законодательством. Это значит, что принцип лояльности перестает действовать, если корпорация нарушает закон и при этом страдает потребитель продукции. Так что социальные ценности и в корпоративном менеджменте имеют приоритетное значение.

За выступлением *Волина* последовала его критика в основном по двум смысловым точкам: «журналист должен служить владельцу СМИ» и «журналист должен быть умелым пропагандистом». Первый постулат почти не критиковали: вопреки высказанным упрекам с позиций профессиональной этики и абстрактного демократизма комментаторы согласились с тем, что тезисы *Волина* соответствуют нормативам рынка. «Профессия журналиста в России за последние годы перестала быть престижной, — аргументирует свою позицию один из комментаторов, — великих деятелей в ней практически нет, школа измельчала... С моральной точки зрения, на оголтелую критику тезисов *Волина* имеют право лишь те блаженные, что не пошли в лихую годину трудиться на ниву агитпропа... Только как раз блаженных-то и не слышно... История с выступлением А. *Волина* вскрыла важную проблему российской журналистики... Налицо непонимание современных процессов в медиасфере»⁶.

Спорить бессмысленно: выводы комментатора типичны для нынешнего этапа медийной реальности. За ними та часть журналистского сообщества, для которой магические слова «современные процессы в медиасфере» заменяют решительно все возможные на этот счет суждения. Утверждения автора из интернет-издания можно свести к следующим тезисам:

— авторитетов / образцов служения своему делу среди журналистов больше нет, и равняться ни на кого не надо;

— эрудиция / интеллект социально не престижны, более того, даже мешают в успешной, ценностно нейтральной профессиональной работе;

— журналист, не угодивший своей гражданской позицией в политический и политэкономический мейнстрим, неудачник, «блаженный».

⁶ Там же.

Однако не обошлось без несогласия с некоторыми идеями чиновника: «Единственное, что странно прозвучало в речи Волина, — рассуждения о пропаганде. Political spinning (деликатная пропаганда) во всем цивилизованном мире является уделом, конечно, не журналистов. Существует когорта людей — spin doctors, которая профильно решает задачи пропаганды»⁷.

Слова комментатора из «Газеты о газетах» иллюстрируют, каким образом часть работников СМИ пытается разместить свои теоретические представления о журналистике сразу на двух стульях: 1) на приближении к материалистическому построению теории печати и 2) продвижении в сторону идеализма, потому что желание изъять из употребления неугодный закон функционирования журналистики перевешивает здоровое стремление прочно стоять на земле. Объявить журналистику вне пропаганды — идея тоже совсем не новая и означает попытку убрать из журналистской практики тот самый принцип партийности, о котором в вульгарном его истолковании заговорил *Алексей Волин*. Игнорируется, что «сверхчистых» текстов нет, а есть явное или скрытое выражение в них интересов того социального слоя, той политической силы, с которым идентифицирует себя издание, а также работающий в нем журналист. Признать такое многим не хочется, и потому отмежевываются от обсуждения участия журналистов в идеологической борьбе, как и от признания пропаганды в качестве объективно присущего журналистике свойства.

В общем-то, теоретически этот вопрос разобран давно, и нет особого смысла повторять не единожды произнесенные доказательства, даже на новом витке развития массмедиа и их познания. Просто вспомним, что XXI в. не обещает ни социального мира, ни бесклассовой демократии (обещает ли он демократию — тоже вопрос). Тем более следует непредвзято смотреть на будущее журналистики. Политолог *Михеев*, отвергая неприемлемые для него сценарии будущего, все же на текущий день смотрит трезво. Ему не нравится та идейная линия либерализма и антисоветизма, которой руководствуются ведущие телеканалы страны, и он раскрывает подоплеку политической позиции этих СМИ рыноч-

⁷ Там же.

ными условиями функционирования массмедиа⁸, иного сегодня не дано. Так что и специалистам по теории журналистики пора сближать свои абстракции с правдой жизни, но не склоняясь перед ней, а глубоко понимая ее. Понимая, что непродажность журналистики далека от ценностной нейтральности, хотя и имеет свое рыночное измерение. Правда, особое, уводящее от показателей личного благополучия.

Непродажность журналиста — это прежде всего следование принципам, среди которых могут быть идеологические и социальные приоритеты, верность правде жизни, внутренняя потребность докопаться до сути порученного дела, ничего не брать на веру... Ну и безусловно, неприятие банальной торговли своими убеждениями, чем бы такая процедура купли-продажи ни обставлялась. Так что примитивное «чего изволит “дядя”, то есть хозяин» вступает в непосредственное противоречие с подлинностью журналистики. Поэтому с обывательской точки зрения результат непродажности опасен своей непредсказуемостью, но зато понятен через призму принципа партийности в журналистике. Можно даже сказать, что непродажность журналиста есть наивысшее проявление его партийности. И в этом аспекте непродажность и ценностная нейтральность несовместимы.

...Подчас удивительные возникают параллели. Повседневная практика преподносит их, и тогда журналистскую правду жизни обнаруживаешь по неожиданной ассоциации, стоит только соприкоснуться со жгучими проблемами нашей идентичности, самосознания современника, которые, в свою очередь, плотно увязаны в череду многих других не поддающихся однозначному ответу вопросов. Обратимся к свежему примеру из периодики.

Казалось бы, о работе Ленинградского радио во время 900-дневной блокады города написано немало. Но достаточно ли? И насколько правдиво? Эти вопросы сами собой возникают, когда читаешь пронзительный очерк *Владимира Осинского* «Муза осажденного города»⁹. Да, это об *Ольге Берггольц*, медийные портреты которой за последние годы стараниями «доброхотов» ста-

⁸ *Михеев С.* Указ. соч.

⁹ *Осинский В.* Муза осажденного города // СПб. ведомости. 2014. 16 янв.

ли похожи на образ заключенной концлагеря, что-то говорящей людям под непременно наведенным на нее пистолетом. В этих портретах было многое, что можно было выразить с изнаночной стороны, — и абсолютный трагизм поэта у микрофона вымирающего города, и низведение поэта до образа чудом выжившей женщины, вопреки политике и людской неблагодарности. Но вот *оптимистической трагедии*, в сущности своей отвечающей правде жизни, в отечественной публицистике, думается, давно не было. Может, и не было вовсе. И потому непостижимо, как иной раз такое случается. Ведь автор очерка ничего не придумал, всего лишь обратился к текстам поэта, будто у самой *Ольги Федоровны* спросил. И нашел в ее словах любовь и жизнь. «Да, да, жизнь, особая высокая Жизнь!» — эти слова поэта тоже приведены в газетной публикации.

Очерк можно анализировать по фрагментам, а можно в целом, и в любом случае не выпадет из него авторская позиция. Однако спросим себя: ведь была же своя позиция и у тех, кто об *Ольге Берггольц* писал до *Осинского*. Почему тогда не возникло чувство читательской сопричастности с газетными строчками? Видимо, не всякая авторская позиция гражданская, не каждая несет в себе правду жизни. Можно не быть историком, скрупулезно подсчитавшим, сколько и когда в блокадные дни умерло ленинградцев, сколько работников радиокомитета не дожили до прорыва вражеского кольца вокруг города, — просто надо нести в себе оптимистическое начало истории города и страны. Тогда и возникнет в журналистских строчках, без всякого нажима, та самая правда жизни, в которой настолько остро нуждается наш современник. Кстати сказать, об оптимизме понимания истории заговорили уже на самом политическом верху. Так что и нам уместно вспомнить, что когда-то ленинградцам были в равной степени важны и хлеб, и вера поэта. Потому что в блокаду хлеб *нормировался*, а доверие слову поэта и публициста *ценилось*. «Ценность — предмет веры»¹⁰ — к месту вспоминается тезис специалиста в аксиологии.

¹⁰ Докучаев И. И. Ценность и экзистенция. Основоположения истории аксиологии культуры. СПб., 2009. С. 103.

В наши дни ценностный подход все более утверждается в жизни. Не только писатели, но и политики, экономисты, даже далекие от гуманитарной сферы ученые начинают понимать, что обществу нужны идеалы, что важнейшие духовные ценности не уводят в заоблачные выси, а приближают нас к правде жизни. Потому что «ценность оказывается важнейшей формой отражения бытия, поскольку она, с одной стороны, выражает субъективный характер человека, то есть сущность, уникальность, свободу выбора сценария деятельности... ценность — не только ключевая форма отражения бытия, она ключевая форма всей человеческой деятельности»¹¹. В этом смысле принципиально важно заключение политологов: «Ценности не изобретаются, они присущи системе, они выявляются посредством изучения особенностей функционирования и факторов жизнеспособности каждого конкретного государства»¹². И только публичная сфера может абсорбировать ценности, в которых нуждается сегодня российское общество.

В свое время *М. Маклюэн* применительно к массовым коммуникациям удачно использовал образ точки фокусирования. Это концентрация внимания СМИ на каком-то одном, возбуждающем общество аспекте жизни. Сам по себе аспект может быть ложным или истинным, не в этом суть. Главное — это механизм создания фокусов, когда журналисты совершают поворот «все вдруг», обращая свое внимание и внимание своей аудитории к большому или малому, подлинному или искусственно сконструированному событию. Подчас в этом «все вдруг» слишком много мелочи и шелухи, но бывает и такое, что заслуживает серьезного обдумывания. Это те случаи, когда в точке медийного фокусирования оказываются социально значимые проблемы, указывающие на важнейшие перемены в жизни общества.

Фокусы всеобщего внимания были и будут особо притягательными для исследователей, потому что в концентрированном виде вбирают в себя самые важные линии жизни социума. По их

¹¹ Там же. С. 63–64.

¹² *Багдасарян В. Э., Сулакшин С. С.* Высшие ценности Российского государства. М., 2012. С. 7.

состоянию можно судить о реакции социальных групп, общества в целом на оказавшиеся в центре внимания события, о происходящих в общественном сознании переменах, расстановке в нем ценностных приоритетов и пр. Анализ фокусов внимания закладывает в процессе познания своеобразные реперы, содержащие в себе научные данные, что позволяет, в свою очередь, совершать в познании следующий шаг. Реперы нужны, чтобы не заблудиться в поисках ответов о возможном будущем; ошибешься — есть к чему надежному вернуться и снова продолжить поиск. Потому что, пишет исследователь, «спектр возможностей общественного развития поливариантен. Дело не только в том, что уже в самой динамике социальных систем изначально заложена неопределенность, но и в том, что, даже будучи вписанными в единый цивилизационный контекст, разные народы в силу своего культурного наследия и традиций всегда будут смотреть на мир особым образом»¹³. И потому реперы, выстроенные в национальной системе координат, тем более приобретают научную весомость.

Обратимся к страницам одной актуальной полемики, в которой фокусируется нечто принципиально важное для общественного самосознания, обретения самоидентификации журналистов в том числе.

Спор возник в «Литературной газете». Сначала *Маринэ Восканян* по-своему попыталась проанализировать духовную ситуацию нашего времени в Западной Европе, где у нарушившей общественный порядок российской панк-группы Pussy Riot нашлось больше сторонников, нежели порицавших их хулиганскую выходку. «В России, — читаем в газете, — даже те, кто считает реакцию государства на этот инцидент излишней, а тюремные сроки участницам — бессмысленной мерой, лишь превращающей их в “мучениц режима”, тем не менее в большинстве своем осуждают саму их выходку. В Европе панк-группу, напротив, героизируют, считая их поступок актом протестного искусства. <...> Вместо поисков истины предлагается сосредоточиться на свободе разли-

¹³ *Зобова М. Р.* Проблема свободы в аспекте глобализации // Миссия интеллектуала в современном обществе: / ред. кол.: Ю. Н. Солонин (пред.) и др. СПб., 2008. С. 143.

чий. “Вечные ценности” объявляются тоталитарными и параноидальными идеями, которые препятствуют свободному развитию и творческой реализации человеческой личности»¹⁴.

Так понимает *Восканян* происходящие в странах Западной Европы политические и духовные процессы. Полемизируя с европейскими оценками, она в иной парадигме рассматривает современную Россию. Еще не все утрачено — так можно понять позицию автора «Литературной газеты». Более того, *Восканян* утверждает, что «страна, не предлагающая свою ценностную модель, не сможет стать полюсом смысла для других, а без этого невозможно претендовать ни на ведущие роли в формировании мирового будущего, ни на уважение соседей. А в способность России предложить миру новые смыслы многие еще верят»¹⁵.

Не стоит соглашаться с трактовкой политических взаимоотношений России и Европы: они ухудшились, считает автор публикации, так как стороны разошлись в ценностном подходе к действительности. Типичный идеализм, тогда как, думается, политэкономического характера противоречия стали истинной причиной, и они же обнажили всю глубину ценностных несовпадений.

Обратим внимание на противоположную точку зрения. «“Ценностный” дискурс уводит нас в неправовые, оценочные понятия, — пишет в «Литературной газете» *Владислав Иноземцев*. — Этот тип дискурса — важнейшее условие для произвола, господствующего в нашем обществе... Я убежден, что акцентирование внимания на том, являются ли те или иные действия “честными или нечестными”, “правильными или неправильными”, позволяет искусно уходить от вопросов эффективности, результативности и соответствия этих действий принятым нормам права. Более того, я считаю, что именно это принижение права и выступает главной целью тех, кто стремится привить нашему обществу так называемый ценностный подход... Да, мы можем

¹⁴ *Восканян М.* Не сошлись характерами: Охлаждение отношений между Россией и Европой — результат ценностных противоречий // Лит. газета. 2013. № 48. С. 9.

¹⁵ Там же.

со скепсисом относиться к европейским ценностям (особенно если обрисовывать их так, как делается это нашей пропагандой), но европейских норм нам бы очень хотелось вкушать»¹⁶.

Собственно, вот он, контрапункт, в котором явственно сошлись ценностный и нормативный подходы, столь противоречиво обозначившие себя в текущем медийном дискурсе. Который из подходов прогрессивен, какой из них укажет России выход из ее непростой политической и экономической ситуации, со всей ответственностью пока что сказать трудно. Как всегда, ответ даст время. А вот в журналистике все более очевидно, что ценностный подход к творческому выражению правды жизни и своего «я» приоритетен. Даже дискуссии о том, каким быть журналисту наших дней, непроизвольно подсказывают нашему чувству верный ответ...

¹⁶ *Иноземцев Владислав*. Не ценности, а нормы // Лит. газета. 2014. № 1–2. С. 9.

Э. Г. Шестакова

г. Донецк, Украина

ЖУРНАЛИСТИКА В СИТУАЦИИ ПРОБЛЕМАТИЗАЦИИ РЕАЛЬНОСТИ И АКТИВИЗАЦИИ РЕАЛЬНОГО

В статье поднимается и обосновывается проблема существования журналистики в новых культурных условиях, когда произошла неизбежная проблематизация Реальности и активизировался рост реального. Доказывается, что неправомерно рассматривать журналистику лишь как одну из обобщенно-нивелированных составляющих современных массмедиа, что приводит к упрощенному пониманию процессов и состояний в массмедиа и культуре в целом, а также к искаженному представлению о роли и сути журналистики. Именно субстанциальная сущность, функции и статус журналистики, ее внутренняя обусловленность

современностью и повседневностью позволяют ей и в эпоху информационного общества быть репрезентантом Реальности и преградой на пути роста и бессистемного развития реального.

К л ю ч е в ы е с л о в а : журналистика, Реальность, реальное, событие, факт, массовая коммуникация, социальная коммуникация, современность, повседневность.

E. G. Shestakova

Donetsk, Ukraine

JOURNALISM IN THE SITUATION OF PROBLEMATIZING OF REALITY AND ACTIVATION OF THE REAL

The article raises and argues the problem of the journalism's existence under new cultural conditions, when the inevitable problematizing of Reality and activation of the real were happened. The author considers that it is wrong to consider journalism as only one of generalized-leveled components of modern mass media; this viewpoint leads to a simplified understanding of the processes and states in the media and culture wholly, as well as to incorrect view on the role and nature of journalism. The substantial nature, functions and status of journalism, its internal determination by modernity and the everyday life allow it in the Information Society to give true representation of Reality and be a barrier to growth and chaotic development of the real.

Key words: journalism, Reality, real, event, fact, mass communication, social communication, modernity, everyday life.

Пожалуй, не вызывает вопросов и даже сомнений хрестоматийное по своей сути утверждение: журналистика — это история мира за один день, в основе которой лежат документальность, объективность, актуальность, общественная значимость, социальная ответственность, нацеленность на факты и события действительности. Справедливо отмечает *С. Г. Корконосенко*: «Единогласного определения сущности журналистики, по всей видимости,

мы не найдем. Она — жизнеподобна, хотя бы в силу своей документальной основы, обостренной злободневности и проникновения во все области социального мира, как в тематическом, так и в географическом измерениях. За сведение содержания и тона к повседневности ей испокон века доставалось от рафинированных эстетов и интеллектуалов»¹. Журналистика — это то, что непосредственно работает с живой жизнью, что одновременно есть ее отражение и порождение, что погружено в современность, повседневность — естественные пространства ее бытия — и что определяется ими и определяет их. Журналистика — это неотъемлемая составляющая публичной сферы современной культуры, позволяющая не только дифференцировать социоментальные группы, но и объединять их вокруг подлинно важных общественных фактов, событий, личностей. При этом необходимо помнить: журналистика всегда взаимосвязана и взаимообусловлена общими культурными процессами конкретной эпохи. С повторения этих положений не стоило бы начинать статью, если бы не следующее и тоже хорошо известное явление.

XX в. — начало XXI в. — это эпоха, когда фундаментальные, казалось бы, константные и конститутивные основания культуры подверглись кардинальной, последовательной проблематизации. Среди них оказалось и представление о Реальности, то есть о том, с чем непосредственно, неизбежно сталкивается человек в своей обиходной практике, социальной жизнедеятельности и с чем, собственно, и работает журналистика. Это с одной стороны, с той, где все еще значимо, что Реальность в переводе с позднего латинского языка означает вещественный, действительный, то есть то, что существует в действительности, вне зависимости от поступков, чувств, сознания человека и его деятельности. С другой стороны, обращенной к достижениям и ловушкам научно-технического и информационно-коммуникативного развития нашей цивилизации, — необходимо говорить о знаковом, неизбежном явлении проблематизации Реальности, в том числе и в связи с активным и разнонаправленным развитием массмедиа, поля журнализма.

¹ Корконосенко С. Г. Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 2. С. 42.

Сегодня об этом написано много работ, начиная с философских, социологических, политических, культурологических трудов и заканчивая исследованиями теоретиков и практиков массмедиа. В этом плане уже их названия идейно маркированы и саморепрезентативны. Например: Дж. П. Барлоу, «Декларация независимости киберпространства»², Д. Иванов, «Общество как виртуальная реальность»³ или еще жестче — «Реальность и симуляции»⁴, Д. Э. Уиллок, «Реальность как предмет переговоров: хаотические аттракторы нашего понимания»⁵, В. Подорога, «Культура и реальность. Заметки на полях»⁶, Ж. Бодрийяр, «Гиперреализм симуляции»⁷, С. Жижек, «Добро пожаловать в пустыню Реального»⁸. Реальность даже для массовой культуры и повседневности обыкновенного человека оказывается тем, что уже вызывает сомнения в своей объективности и что способно кардинально меняться в зависимости от индивидуально выбранной или выстроенной смысловой, ценностной, психоэмоциональной системы координат. Журналистика в этом процессе, равно как и все массмедиа, играет ключевую роль, особенно с учетом ее взаимосвязи с пропагандой, идеологией, механизмами влияний и манипуляций социальной и даже приватной реальностями.

Подобного рода пристальный, порой до болезненности, интерес к Реальности в начале XXI в. заставил С. Жижека сформулировать одновременно и риторический и провокационный вопрос: «Не является ли это образцовым случаем того, что Ален Бадью определил в качестве ключевой черты двадцатого столетия: “страсть Реального” (*la passion du reel*)? В отличие от девятнадцатого

² Барлоу Дж. П. Декларация независимости киберпространства // Информационное общество. М., 2004. С. 349–352.

³ Иванов Д. Общество как виртуальная реальность // Там же. С. 355–427.

⁴ Реальность и симуляции // Массовая культура: современные западные исследования / отв. ред. и предисл. В. В. Зверевой; послесл. В. А. Подороги. М., 2005. С. 20–90.

⁵ Уиллок Д. Э. Реальность как предмет переговоров: хаотические аттракторы нашего понимания // Там же. С. 20–41.

⁶ Подорога В. Культура и реальность. Заметки на полях // Там же. С.308–336.

⁷ Бодрийяр Ж. Гиперреализм симуляции // Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.

⁸ Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. М., 2002.

цатого столетия утопических и “научных” проектов и идеалов, замыслов будущего, двадцатый век имел своей целью освобождение вещи как таковой, непосредственную реализацию Нового Порядка. Основной и определяющий опыт двадцатого века — непосредственный опыт Реального, в противоположность повседневной социальной реальности. Реальное в его исключительной жестокости было той ценой, которую следовало заплатить за очищение от обманчивых слоев реальности...»⁹. Реальность и реальное оказываются во многом антагонистами, которые и обрекают бытие человека одновременно на разновекторные устремления, когда Реальность оказывается искомой подлинностью, а реальное обуславливается социальными, идеологическими влияниями, прежде всего, проявляющимися через массмедиа. Эти процессы описали в своих антиутопиях, например, Дж. Оруэлл («1984»), Р. Бредбэри («451 по Фарингейту»), О. Хаксли («О дивный новый мир»). Именно тотальная массмедийность и создает условия для разрушения связи с Реальностью и возможность выстраивания системы образов, ценностей реального. Реальное формирует большой диапазон возможностей для существования человека, его повседневности, но при этом с помощью разнообразных влияний и манипуляций лишает его подлинности мира и его «я».

При этом С. Жижек¹⁰ уточняет, опираясь на мировосприятие позднего постмодернизма, что «подлинная противоположность Реального — реальность...», когда «реальность — это дискурсивный продукт, символический вымысел, ошибочно принимаемый нами за автономную материальную сущность»¹¹. Он точно и аргументировано связывает утрату фундаментальности и незыблемости Реальностью (одну из ключевых проблем культуры,

⁹ Там же. С. 11.

¹⁰ Необходимо оговорить один момент, который касается употребления понятий *Реальность* и *реальное* мной и С. Жижеком. Я придерживаюсь той культурно-философской традиции, в которой понятие *Реальность* определяется, прежде всего, лексическим значением слова *реальность*, на что и было указано в начале статьи. С. Жижек, по крайней мере в переводе, это определяет понятием *Реальное*. Таким образом, разговор, по сути, идет об одном и том же.

¹¹ Там же. С. 28.

переживающей уже более столетия и активное развитие, и кризис идеологий) с проблемой разрушения веры повседневности в социальную реальность, невозможность преодолеть то, что уже принято определять в качестве прайминга и его эффектов.

Журналистика, прежде всего как наиболее близкая повседневности сфера социально-творческой деятельности, как то, что во многом выявляет и оформляет желания, цели, ориентации современности, повседневности и человека, оказывается и наиболее сильным средством влияния на создание системы реального. Однако журналистика как значимая часть социальной реальности не только оказывается в проблематизированном положении, но и в качественно новых условиях снова обнаруживает и подтверждает свою причастность к Реальности как не конвенциональному, а базисному основанию культурного мира. В противоположном случае она не продолжала бы своего существования. У *С. Жижека* это не вызывает сомнений, несмотря на то, что он говорит о ведущей роли в усложнении образов и отношений реального не столько журналистики, сколько массмедиа.

Основным материалом для рассуждений о сущности Реальности и реального у *С. Жижека* являются события 11 сентября, история кубинской революции и блокады, войны во Вьетнаме и Афганистане, политика мусульманского мира. Причем не столько сами эти события, а то, как они были представлены в СМИ и как они были отображены, то есть трансформированы и преподнесены в документальных и особенно художественных кинофильмах, в деятельности мировой киноиндустрии в целом. Значимые исторические события и личности, ставшие достоянием мировых массмедиа, рассматриваются в широком и многоаспектном, семантически объемном контексте. Казалось бы, рассуждения *С. Жижека* о Реальности и реальном, которые постоянно и целенаправленно актуализируются массмедиа, в полной мере вскрывают самую суть процессов и состояний современных массмедиа и, естественно, журналистики.

Однако, если внимательно посмотреть на материал, предмет раздумий *С. Жижека*, способ выстраивания им логики исследования и применяемых методов, то можно практически сразу

же увидеть следующее. Его выводы строятся не столько на материалах собственно журналистики, сколько на всем том, что способны предложить электронные массмедиа, в которых определяющими являются визуальность, эффект присутствия, соучастия и разнообразная игра с ними. Уже на уровне контекстного, смыслового и ценностного рядов (реалити-шоу, снафф-фильмы, порнография, PR-тексты, документалистика, художественные исторические фильмы), в которых философ рассматривает журналистские материалы, априори очевидна неизбежность их растворения с последующей адаптацией массмедийностью, массовой коммуникацией и массовой же культурой.

Это приводит к правомерному в принципе, но слишком обобщенному выводу о том, что происходящий в пространстве массмедиа неотвратимый процесс конвергенции влияет не только на статус, функции, судьбу каждого составляющего этого процесса, но и на отображаемое / создаваемое ими пространство реального. Собственно журналистский подход, способ отображения мира уже не являются самостоятельными, а всего лишь составляющими или одними из необходимых возможных факторов выстраивания и концептирования реального и пути отчуждения и отдаления от Реальности. Проблема жизнеподобия журналистики, естественно, оборачивается проблемой беспрестанных влияний, провокаций, симуляций в игре многочисленных вариантов и вариаций реального, что неизбежно приводит и к разрушению ее субстанциальных основ, и к перестройке системы ее функций, и к отделению ее, журналистики, от Реальности.

Аналогичных взглядов на проблему дифференциации Реальности и реального придерживаются и другие философы, культурологи, занимающиеся проблемой современной культуры. В их исследованиях, помимо разнородных материалов визуальных массмедиа (бесконечных новостей с места события, низкосортных развлекательных телепрограмм, «трэш-телевидения», сериалов, реклам, PR-текстов), активно привлекаются такие социально значимые тексты поведения (Ю. Лотман), которые порождают модельное, спортивное, особенно футбольное, и туристическое пространства, торговые центры как своеобразные узловые точки

массовой коммуникации, тотально зависящей от массмедийности. Все это позволяет сделать очевидный и правильный в целом для массмедийности вывод: «Реальность похищается уже не отдельным фотокадром, а разнообразными способами, включая кинематограф, телевидение, компьютер и виртуальную реальность. <...> Симулякр создает свою собственную реальность из фрагментов; при этом сконструированная истина больше, чем сумма создающих ее частей. <...> Образ реальности, который легко конструируется кинематографом и средствами массовой информации, самим своим присутствием скрывает отсутствие реальности. Этот принятый аудиторией визуальный образ становится иконическим знаком реального»¹². При этом журналистика снова нивелируется общим пространством массмедийности, массовой коммуникации и оказывается удобным, быстрым и действенным способом не только для манипуляции социальной реальностью, ее умонастроениями, но и для удаления уже человека от Реальности, проблематизации, а то и разрушения их отношений.

С этим вполне можно было бы согласиться, тем более что и практика массмедиа и массовой коммуникации дает огромное количество примеров усложнения систем реального, стремительного роста образов реального мира и каждого его события в отдельности. И современные теории, занимающиеся проблемами Реальности, в этом плане единодушны. Так, В. Подорога отмечает: «Реальность безобразна, потому что всегда мгновенна. Чаще всего реальность — это шок, нечто внезапное, несчастный случай, природная катастрофа, “кризис средних лет”, сердечный припадок или обморок, то есть *прямое действие*, не опосредованное ни ожиданием, ни культурной подготовкой, ни коллективной, ни индивидуальной памятью, — перцептивная блокировка здесь невозможна»¹³. Он акцентирует внимание и на том, что для современного состояния культуры, во многом создаваемой и существующей за счет роста массмедийности, характерно чрезмерно обостренное внимание к «росту реального. Вот что удивляет:

¹² Уиллок Д. Э. Указ. соч. С. 26, 28, 36.

¹³ Подорога В. Указ. соч. С. 312.

не исчезновение и стирание, а нарастающее умножение образов реального, все более усиливающих блокаду реальности. Рост реального особенно заметен на фоне рождения *новой чувственности*, устраняющей боль, способной к протезированию всего спектра повседневных ощущений, не восполняющей *нехватку* реальности, а примиряющей с избытком реальности»¹⁴.

Казалось бы, журналистика с ее жизнеподобием, и особенно в современных культурных условиях, — это подлинная демонстрация роста реального и принципиальная невозможность прямого действия Реальности. Может показаться, что каждый новый медиатекст, начиная от максимально сжатого новостного и заканчивая аналитической статьей или философско-социальным интервью, эссе, выступает иллюстрацией общей, превалирующей идеи о беспрестанно и необратимо нарастающем умножении образов реального. Журналистика, с ее нацеленностью на актуальные факты, личности и события, оказывается в наиболее уязвимом положении. Это особенно ясно видно на фоне целенаправленных и сознательных, специфических игр с реальным и нивелированием Реальности рекламой, PR, а также активно развивающимися в социальных сетях визуальными медиатекстами, которые через мягкие сети (*М. Московичи*), соблазн (*Ж. Бодрийяр*), эстетику быта, повседневности пропагандируют зачастую утопические, идиллические образы реального и возможности их достижения каждым человеком¹⁵.

В такой ситуации тезис о пустыне и жажде Реальности, Реальности как предмете переговоров выглядит убедительным и во многом подтверждает идеи безвозвратной трансформации самой журналистики, правомерности существования так называемой постжурналистики, когда определяющим является нивелирующее пространство массмедийности. При таком состоянии и дальнейшем развитии массмедийности «подлинная страсть двадцатого века — проникновение в Реальную Вещь (в конечном

¹⁴ Там же. С. 310.

¹⁵ Например, *Mis Flores, A Room with a View, Капелька жизни, Архимир, Beauty Elegance Memories, Brambleberry Cottage, Дизайнер интерьера, Декор, Уютный дом.*

счете, в разрушительную Пустоту) сквозь паутину видимости, составляющей нашу реальность, — достигает своей кульминации в волнующем Реальном как окончательном “эффekte” всего, что популярно сегодня, — от цифровых спецэффектов через реальное телевидение и любительскую порнографию к снафф-фильмам»¹⁶. Журналистика оказывается тем, что, на первый взгляд, удачно создает и эксплуатирует вот эту *паутину видимости*, используя одновременно и свою субстанциальную суть жизнеподобия, изначальной укорененности в повседневности, современности, и достижения научно-технического процесса, и открытия социальной психологии с ее методами, подходами к массам. Естественно, что Реальность при этом все меньше становится искомым предметом журналистики, для которой, как и для превалирующего большинства массмедийных практик, оказывается важным не столько утверждение Реальности, сколько создание реального и удачный рост его эффективных, активно принимаемых и потребляемых образов, моделей и ценностей.

Однако если в целом для массмедиа наблюдения и идеи относительно Реальности и реального достаточно правомерны и убедительны, то в пространстве журналистики они все же вызывают больше вопросов, нежели дают ответов. Ведущий из них касается, прежде всего, основ осмысления фундаментальных понятий для осознания сущности журналистики — факта и события. Если оставаться в системе, предложенной современными философией, культурологией, теорией массовой коммуникации для понимания Реальности и реального, то и для собственно журналистских материалов вполне приемлемы следующие общеизвестные выводы. Массмедиа уже не столько описывают Реальность, сколько предписывают ее (точнее — разнообразные образы и системы реального как определенный конвенционально-дискурсивный продукт) и продают потребителям. Массмедиа уже не столько апеллируют к фактам и событиям, сколько создают и продвигают определенный образ жизни или картину мира. Однако подобного рода рассуждения, не отменяя людей, событий и фактов живой жизни, в том числе повседневности, став-

¹⁶ Жижек С. Указ. соч. С. 20.

ших предметом журналистских материалов, поля журнализма в целом, априори отказывают им и, следовательно, журналистике в праве на полноценное самостоятельное бытие. Другими словами, предложенные теории Реальности учитывают только глобальные факты, события и личности, которые и являются определяющими для выводов о *пустыне, страсти, гибели* Реальности и более всего подходят для мифологизации и разнообразных игр.

При этом журналистика с ее непреодолимым, сущностно значимым жизнеподобием, внутренней актуализацией современностью и повседневностью с их специфическими темами, проблемами, героями становится маргиналом массмедиа. Жизненный мир любой современности и ее героев априори не может определяться только глобальными событиями, которые видятся и становятся фактами массмедиа. Это в свою очередь приводит, во-первых, к искаженному пониманию и проблем Реальности, и проблем журналистики, и проблем культуры в целом. Во-вторых, уже для самих теоретиков Реальности обнаруживаются смысловые, эпистемологические ножницы, когда, несмотря на всю значимость создания визуальными массмедиа «собственной реальности, основой которой была информация *видимая*»¹⁷, оказывается невозможно четко, полноценно и адекватно приблизиться к событию и отобразить его в медиатекстах, в массмедийном пространстве в целом. Это и приводит теоретиков к признанию недостаточности эффекта видимости для достижения Реальности, к констатации хаотического роста фактов и упрочнения и дальнейшего развития гиперреализма и симулякров, нивелирования достоверности и многообразия мира. Короче, к признанию того, что С. Жижек сформулировал в виде констатации так: «На Кубе революционная мобилизация скрывает социальный застой; на развитом Западе неистовая социальная активность скрывает фундаментальное однообразие глобального капитализма, отсутствие События...»¹⁸.

Почему так происходит при условии открытости, доступности и мгновенности распространения информации? Что же соб-

¹⁷ Уиллок Д. Э. Указ. соч. С. 29.

¹⁸ Жижек С. Указ. соч. С. 13.

ственно заставляет событие ускользать на фоне того, что происходит движение и размножение фактов, которые бесспорны даже уже из-за того, что существуют в реальности видимой и мгновенно распространяемой информации? Как событие и факты в современной культуре корректируют Реальность и реальное и как они актуализируют Реальность и реальное в журналистике, которая оказалась в ситуации проблематизации Реальности и роста реального? Это вопросы, которые *С. Жижек* не поставил. Но, на мой взгляд, эти вопросы и особенно ответы на них являются основополагающими для понимания того, что же, собственно, остается субстанциально незыблемым в журналистике, что, как и почему она переживает сейчас, что позволяет ей сохранить самостоятельность, что является определяющим для ее бытия, наконец, что не дает ей полностью пройти процесс конвергенции и раствориться в пространстве массмедийности.

Понятно, почему Событие у *С. Жижека* написано с прописной буквы. И понятно, что речь идет о том, что Реальность, в ее неконвенциональной сущности, может быть постигнута человеком и репрезентирована ему не только через шоковые состояния, но и через ответственное отношение к событиям и их образам, созданным различными культурно-социальными практиками, в том числе и журналистикой. В этом смысле журналистика оказывается тем социальным институтом, той общественно-творческой деятельностью, которая по-прежнему обусловлена Реальностью и призвана ответить на провокации реального. Событие как своеобразный перекресток встречи Реальности, реального, социально-культурных практик и повседневности человека оказывается тем камнем преткновения, который необходимо осмысливать, отталкиваясь не столько от очевидных достижений научно-технического процесса и господствующего типа мировоззрения — постмодернистского, сколько от иных представлений, обусловивших кардинальный слом культурных умонстроений еще в начале XX в.

Начало XX столетия, когда было еще далеко до массовой доступности и увлеченности визуальными массмедиа и визуальностью в целом, эффектами видимости, оказывается той реперной

точкой, которая изменяет представление о сущности проблемы Реальности. Это связывается с открытиями А. Эйнштейна, Б. Римана, М. Планка, Н. Бора, которые необходимо учитывать при разговоре о журналистике. Как известно, А. Эйнштейн в 1905 г. поставил и обосновал сложный философско-научный вопрос о взаимосвязи реальности, событий и чувственного опыта человека. Это было предметом и его научных работ, и философской переписки с коллегами на протяжении многих лет. В частности, Г. Вейль, объясняя эйнштейновскую революцию в трактовке реальности, отмечает: «объективный мир, пространство-время только существует, а не происходит; как целое оно не имеет никакой истории. Только перед взглядом сознания, поднимающегося по моей мировой линии, сечение этого мира “оживает” и движется мимо как пространственный образ, подвергаемый временно-му преобразованию»¹⁹.

Почти одновременно с А. Эйнштейном математик Б. Риман развивал мысль о том, что пространственно-временная система, наоборот, образована событиями в ней. М. Планк одним из первых четко обозначил, что «мы, с одной стороны, вынуждены без колебания постулировать существование реального мира в абсолютном смысле, а с другой стороны, не в состоянии никогда совершенно понять его природу». Тем не менее «то, что происходит одновременно с дальнейшим усовершенствованием физической картины мира, дальнейший ее отход от мира ощущений, означает не что иное, как дальнейшее приближение к реальному миру»²⁰. При этом показательны то, что уже в первой трети XX столетия физики и математики прекрасно понимали роль и функции особой сращенности события, Реальности и мира человека. Естественно, что эти ученые не касались вопросов теории журналистики, но предложенные ими идеи, с учетом того, что их

¹⁹ Вейль Г. Относительность // Эйнштейновский сборник, 1978 1979. М., 1983. С. 106. См. также по этой проблеме: Холтон Д. Эйнштейн о физической реальности // Эйнштейновский сборник, 1969 1970. М., 1970. С. 207–229; Кузнецов Б. Г. Математика и реальность // Кузнецов Б. Г. Эйнштейн. М., 1962. С. 99–117.

²⁰ Планк М. Смысл и границы точной науки // Вопросы философии. 1958. № 5. С. 108.

истоком служат философские и философско-научные традиции, не могут не рассматриваться при исследовании журналистики. Журналистика уже убедительно доказала свою полноправную причастность не только к миру «высокой» культуры, но и к ее эпистемологическим проблемам и онтологическим основам.

А. Эйнштейн, Б. Риман, М. Планк, Г. Вейль обнаружили и четко описали столь важную для неклассической культуры коллизию между миром ощущений (который впоследствии станет объектом жесткой, циничной эксплуатации со стороны массмедийности и массовой коммуникации) и физической картиной мира, в которой особое значение имеет Реальность. При этом в рассуждениях и предположениях они делали акцент не столько на моменте манипуляции и проблематизации возникшей коллизии, сколько на других ценностно значимых и морально-интеллектуально ответственных аспектах проблемы. Прежде всего на определенных сильных, безотносительных константах, позволяющих сохранять миру, в том числе и социальному, цельность, объективность. Отталкиваясь в рассуждениях от философско-научных идей и традиций, заложенных И. Ньютоном, В. Лейбницем, ученые обосновывали важность того, почему и как взаимосвязаны мир ощущений, события и Реальность. Г. Вейль в лекции «Относительность» в 1933 г., продолжая размышлять о Реальности, особенностях ее отношений, зависимости от событий, настаивал: «Думайте о континууме как о массе пластилина! Объективное значение имеют только те отношения, которые не меняются при произвольных деформациях пластилина»²¹.

Если эксплицировать на журналистику идеи Г. Вейля и его коллег, морально и социально ответственно рассуждавших о реальных явлениях физического мира, роли событий, системы координат, граничных условий, влияющих не только на понимание, но и на суть происходящих с явлениями процессов и изменений, то получим интересные и показательные результаты. Журналистика, которая априори зиждется на событиях, на том, как события становятся фактами, на граничных условиях, системе координат, исходя из которых они представляются обществу, не может не

²¹ Вейль Г. Указ. соч. С. 98.

поступать с социальным миром как с массой пластилина, если использовать метафору Г. Вейля. Собственно, подобного рода логика и служит основой для рассуждений о манипуляции, симуляции массмедиа, игре визуальностью, росте реального и крахе Реальности. Однако для континуума, удачно представленного в образе массы пластилина, важны не только гибкость, пластичность, много- и разнонаправленность возможных трансформаций, их вариативность, но и то, что особое значение имеют только те события и отношения, которые сохраняются при любых трансформациях, то есть выступают показателями объективности, устойчивости, важности Реальности как онтологического фундамента.

Вот такой подход и является определяющим при разговоре о журналистике как о том, что укоренено в живой жизни. Событие, которое оказывается нивелированным, заигранным массмедийностью и массовой коммуникацией и которого не хватает С. Жижек, Ж. Бордрийару, З. Бауману, Д. Э. Уиллоку, Дж. П. Барлоу, В. Подороге и другим мыслителям, после всех возможных трансформаций обнаруживает себя в журналистике. Но происходит это не только благодаря ее жизнеподобию (которое является необходимым, но недостаточным основанием). Важно учитывать, что журналистика и как социальный институт, и как репрезентант современности и повседневности, и как их активный творец, и как социально-творческая ответственная деятельность определяется такими подходами и отношениями к событиям, которые позволяют событиям выдержать проверку любыми деформациями, вплоть до откровенной манипуляции ими, карнавализации и мифологизации. Журналистика как ответственная самостоятельная составляющая массмедиа и всего пространства массмедийности в силу своей сущности, функций и статуса призвана таким образом относиться к событиям, фактам и отношениям, чтобы позволить им проявить свою объективную константную природу, общественную значимость и актуальность. Это то, что дает возможность увидеть и осознать Реальность как *то, что только существует, а не происходит* (Г. Вейль), а не думать, что «реальность — не то, что на самом деле случилось, но то, что вос-

принимается как случившееся»²². И если журналистика в полной мере возродит и будет развивать свою изначальную общественную ответственность, вернется в пространство социальной коммуникации, а не будет актуализировать себя относительно преимущественно массовой коммуникации, то она сможет и в эпоху информационного общества быть репрезентантом Реальности и преградой, ценностным локализатором на пути роста и бессистемного развития реального.

²² Уиллок Д. Э. Указ. соч. С. 33.

СЕКЦИЯ

«Правда жизни и правда слова в журналистике»

Руководитель — проф. *И. Н. БЛОХИН*.

Ученый секретарь — *Н. А. СОБОЛЕВА*.

Н. А. Соболева

Санкт-Петербургский гос. ун-т

ПРАВДА ЖИЗНИ И ПРАВДА СЛОВА В ЖУРНАЛИСТИКЕ: ОБЗОР ВЫСТУПЛЕНИЙ НА СЕКЦИИ

В статье представлен обзор выступлений заседания секции «Правда жизни и правда слова в журналистике». Особое внимание уделено проблематике докладов, наиболее общим тенденциям в отражении правды жизни и слова в современном медиапространстве.

К л ю ч е в ы е с л о в а : правда, профессионализм, медиаграмотность, отражение.

N. A. Soboleva

St Petersburg State University

TRUTH OF LIFE AND TRUTH OF WORDS IN JOURNALISM: SECTION SPEECHES SUMMARY

The article presents a brief review of the speeches of the “The truth of life and truth of words in journalism” section. Particular attention

is paid to the problems of the reports, the most common trends in the reflection of the truth of life and words in the modern media.

Key words: the truth, professionalism, media literacy, reflection.

Заседание секции «Правда жизни и правда слова в журналистике» открыл ее ведущий — профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ *Игорь Николаевич Блохин*. Он предложил докладчикам обратить внимание на то, есть ли в современной журналистике противоречие между правдой жизни и правдой слова и можно ли говорить о наличии конфликта между действительностью и ее отражением в журналистике. Модератор секции также акцентировал внимание докладчиков на необходимости обсуждения того, как сегодня понятие «правда» согласуется с такими категориями как «истина», «вера», «действительность» и «реальность», а также напомнил, что следует различать правду знаний, правду отношений, правду норм и т. д.

Профессор кафедры теории массовых коммуникаций Института гуманитарного образования Челябинского гос. ун-та *Марина Викторовна Загидуллина* в своем докладе «К философии „границы,“: искажение правды в новостной журналистике в контексте особенностей отечественного менталитета и информационной экспансии» задалась вопросом о том, не являются ли границы между профессиональным и непрофессиональным журналистом, о которых так много говорят в научном сообществе, искусственными. Исследователь указала на необходимость грамотного выстраивания новых границ, которые бы указали на расширение одного объекта и изменение другого. Границы правды в современной журналистике, согласно мысли автора, определяются двумя аспектами: русским менталитетом и информационной экспансией. Автор доклада отметила, что в силу менталитета, стремящегося к постоянному преувеличению, отечественная журналистика обречена на неправду, которая выражается, к примеру, в округлении цифр в новостной журналистике. Эта обреченность связана и с внутренней готов-

ностью русского человека к тому, что все информационное пространство ложь. Другой аспект — информационная экспансия, при которой информация заполняет даже те сферы, где раньше ее не было, — связан с постепенным стиранием естественных границ и созданием искусственных. В таких условиях проблемным становится вопрос о границе профессионализма, в котором, по мнению автора, нередко выигрывает непрофессиональная сфера, интересное мнение, а не факт.

Старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГУСЭ *Ирина Вадимовна Малявкина* представила доклад «Реализм в творчестве журналиста и „свобода прессы“, в практике современных СМИ». Автор предложила проанализировать, какие сферы жизни общества наиболее часто освещаются в издании правительства Санкт-Петербурга «Петербургский дневник» и оценить степень их реализма и соответствия городским событиям. Докладчик акцентировала внимание на том, что издание выходит на средства налогоплательщиков, но вместе с тем, особенно в политической сфере, не отражает жизнь города.

Доцент кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ *Николай Николаевич Колодиев* в выступлении на тему «Правда и кривда в журналистике» обратил внимание на так называемые неопределенные понятия в современной российской журналистике, которые активно используются журналистами, но четкого представления о которых (как и уверенности в их существовании) нет. К неопределенным относятся, например, понятия «свобода», «цензура», «коррупция», «правые партии», «демократия». Одним из таких понятий, способствующих мифотворчеству, по словам докладчика, также является понятие «средний класс». В материалах издания «Независимая газета» систематически говорится о существовании среднего класса, однако в подавляющем большинстве текстов не указывается, что именно имеется в виду под этим понятием, «средний класс» здесь представлен противоречиво: как бюрократия, бизнесмены или офисные работники. Вместе с тем, отмечает автор доклада, отсутствие понимания, в том числе в среде журналистов, того, что

такое средний класс, не мешает авторам текстов оценивать его состояние, настроение и прогнозировать его будущее.

Доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Средне-Волжского филиала Российской правовой академии Министерства юстиции РФ *Юлия Владимировна Бурова* подняла проблему противодействия в СМИ терроризму. Раскрывая заявленную тему «Потенциал СМИ по противодействию терроризму: актуальные проблемы и возможности их разрешения», докладчица отметила, что в России сегодня создана обстановка невротического страха, который необходимо преодолевать, в том числе с помощью средств массовой информации. Автор доклада отметила сильное негативное воздействие средств массовой информации на общество при освещении вопроса террористической угрозы, а также указала на необходимость изменения вектора освещения этой темы: с концентрирования на информации, сеющей страх, на доминирование жизнеутверждающей информации, формирующей положительные образы. Такая цель, по мнению докладчицы, может быть достигнута отчасти освещением темы героизма российских солдат, несущих службу в «горячих точках». Другая проблема в освещении проблемы терроризма — это замалчивание информации официальными органами: работа пресс-служб как основных источников официальной информации сегодня жестко контролируется, что приводит к информационным пробелам и негативно сказывается на информационном обеспечении тематики, особенно при условии, что со стороны сепаратистов наблюдается большая информационная активность.

Доцент кафедры телерадиожурналистики СПбГУ *Александр Алексеевич Пронин* посвятил свой доклад «От хроноса к кайросу: смена временной парадигмы в портретной теледокументалистике» проблеме документального кино, в котором сегодня намечен конфликт в подходе к отражению современности. Автор доклада отметил, что теледокументалистика, ориентированная на историю нашего времени с участием «простых» людей, остается за рамками телеэкранов, становится фестивальным искусством, в то время как истории об исключительных, на взгляд создате-

лей, личностях и «звездах» заполняют эфирное время крупных телеканалов.

Студентка Красноярского гос. педагогического ун-та им. В. П. Астафьева *Владислава Юрьевна Александрович* в докладе «Политическое лобби Российской журналистики» отметила большое влияние российских СМИ в сфере политических манипуляций, а также низкий уровень медиаграмотности населения, что делает проблему политического лоббизма особенно актуальной. Для решения этой проблемы, по мнению исследователя, необходимо институциональное оформление лоббизма, создание независимых регулирующих органов, установление для средств массовой информации жестких правил и статистических нормативов, что снизит влияние государства на СМИ.

Заведующая кафедрой журналистики Северного (Арктического) федерального ун-та *Ольга Владимировна Третьякова* сосредоточилась на проблемах родного региона — Архангельской области. Отчасти продолжая в своем докладе «„Фигуры умолчания, региональной прессы: от самоцензуры к мифотворчеству» разговор, начатый Н. Н. Колодиевым, автор отметила, что ведущие областные издания не отражают федеральные события, а также актуальные политические вопросы, что создает искаженную картину мира. По словам докладчика, местные журналисты всегда в курсе федеральных событий, они с интересом изучают разнообразные средства массовой информации и обсуждают острые политические темы, но только не на страницах своих изданий, а на «редакционной кухне». Все это, по мнению О. В. Третьяковой, происходит не из-за запретов властей или учредителей изданий, а из-за самоцензуры журналистов. Автор доклада также отметила оторванность местных изданий от аудитории, отсутствие на страницах газет мнений читателей, а также повсеместное восхваление чиновников и комплиментарное освещение официальных событий. Это, по словам исследователя, признак непрофессионализма и брака в работе журналистов.

Дарья Владимировна Терновская, редактор информационной службы Общественного телевидения России говорила о другой стороне искажения картины мира — об игнорировании в СМИ

событий малых регионов и, как следствие, незнании нашими гражданами того, что там происходит. В докладе «Общественное телевидение России: жизнь малых городов» исследователь обратила внимание на необходимость изучения телевизионных предпочтений жителей всех регионов России, которые зачастую отличаются от интересов аудитории столицы, крупных городов и регионов. Автор доклада рассказала, что Общественное телевидение пытается преодолевать информационные пробелы, показывая ежедневно в вечернее время по одному сюжету про малые города России с населением менее 50 тысяч человек.

Елена Владимировна Васина, специалист Дирекции по связям с общественностью компании «Альтком» (Украина), выступая с темой «Визуальный текст как поле реализации языковой игры в интернет-новостях: на материале мобильных фотографий», уделила внимание актуальной проблеме размывания границ публичности, визуальной текстуализации в Сети жизни человека. Исследователь отметила, что посредством фотографий человек стремится создать свой идеальный образ, «идеальное виртуальное тело», что зачастую противоречит социальному контексту и порождает конфликты. Примерами таких конфликтов являются участвовавшие в последнее время скандалы, вызванные личными фотографиями в Сети должностных лиц, которые активно используют массмедиа.

Завершил работу секции доклад преподавателя Московского гос. технического ун-та им. Н. Э. Баумана *Любови Владимировны Некрасовой* «Современная образовательная среда на страницах университетской газеты». По словам автора, сегодня остро стоит проблема низкого уровня медиаграмотности студентов вузов. Согласно проведенным преподавателем опросам, в семьях этих студентов не принято регулярное чтение газет, а журналистика мнений представляется им заведомо необъективной. Вместе с тем студенты «готовы выдать университетской газете кредит доверия и участвовать в ее выпуске». Автор доклада отметила, что университетские СМИ тесно переплетаются с реальностью учебного процесса, становясь ее коммуникативным компонентом.

Доклад каждого участника вызывал немало вопросов, несогласие или поддержку. После завершения официальной части секции слушатели семинара выразили желание выступить с краткими комментариями. Подытоживая выступления участников секции, *Светлана Ивановна Сметанина* (профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ) отметила, что тематика выступлений в большей степени связана не с заявленным реализмом, а с постмодернизмом, с его игрой, виртуальностью. Вслед за докладчиками она отметила, что серьезным вопросом как теории, так и практики современной журналистики является проблема создания истории, а не отдельных историй.

Доцент кафедры журналистики и медиатехнологий СМИ С.-Петербургского гос. ун-та технологии и дизайна *Флора Аристакесовна Аракелян* провела параллель между результатами опыта физиолога И. П. Павлова и поведением современного читателя. У Павлова собаки выполняли определенные действия, реагируя на показываемые им геометрические фигуры, а по мере визуального стирания различий между фигурами терялись и становились апатичными; так и читатель не может различить правду и ложь в СМИ, что также приводит к безразличию и апатии.

Заведующий кафедрой периодической печати факультета журналистики СПбГУ профессор *Борис Яковлевич Мисонжников* поддержал мысль докладчиков о необходимости адекватного отражения ситуация в регионах, особенно на Северном Кавказе. Он привел пример из личной практики, рассказал о командировке в университет Кабардино-Балкарии, где за время его пребывания происходили разнообразные события, однако отражение на страницах СМИ нашли только негативные. Б. Я. Мисонжников заключил, что россияне плохо знакомы с регионами, а СМИ и журналисты не знают чувства меры и зачастую представляют искаженную информационную картину.

В целом, тематика докладов участников секции была связана с несколькими крупными проблемами: низкий уровень профессионализма значительной части журналистов и, соответственно, неадекватное отражение действительности; стирание границ

профессионализма в условиях появления самодеятельной журналистики; отставание в развитии медиаграмотности, усугубляющееся быстрым ростом сетевой среды, а также размыванием границ публичности.

И. Н. Блохин

Санкт-Петербургский гос. ун-т

«НОВЫЙ РЕАЛИЗМ» КАК ОТВЕТ ПОКУШЕНИЯМ НА РЕАЛЬНОСТЬ

Статья посвящена “новому реализму” как явлению современной русской культуры. Определяется его значение для развития литературы и журналистики. Поднимаются проблемы сопоставимости литературного и журналистского, перспектив существования данных видов деятельности. Анализируются компоненты «нового реализма» как метода: герой, автор, эстетика.

К л ю ч е в ы е с л о в а : новый реализм, постмодернизм, традиция, журналистика, современность.

I. N. Blokhin

St Petersburg State University

THE „NEW REALISM,, AS A RESPONSE ON THE ATTACK ON THE REALITY

The article is devoted to the “new realism” as a phenomenon of modern Russian culture. Its importance for the development of literature and journalism is determined. Issues of comparability of the literary and journalistic, and prospects of these kinds of activities are discussed. The components of the “new realism” as method are analyzed: hero, author and aesthetics.

Key words: new realism, postmodernism, tradition, journalism, modernity.

История покушений на реальность не так коротка, как может показаться на первый взгляд, часто ограниченный присущей нашему времени специализацией. Искусствоведы и политологи, праведы и социологи, юристы и журналисты — все, кто ощущает по поводу реального хоть какую-нибудь тревожность, — отмечают разрушительную силу соблазвившего мир постмодернизма. Он соблазняет легкостью бытия, безответственностью и формальной свободой, что делает его таким привлекательным для разделяющих ценности безудержного самовыражения личности, возведенной в абсолют. При этом, начавшись как восстание против масс, постмодернизм отрицает теперь и самого восставшего. Антропоцентричное отношение к миру содержит в себе импульс относительности, порождающей сомнение в существовании субъекта наблюдения. Разрушается не только личность, деструкции подлежат традиции и каноны, которые в лучшем для них случае имеют шансы получить статус в игровом действии или сохраниться в качестве символических элементов мира эклектики, а в худшем — перестают быть актуальными и, следовательно, необходимыми. Поэтому появление, к примеру, того, что принято называть новой эстетикой¹, приводит к отрицанию эстетики в принципе.

Однако покушение на реальность, а равно и сопротивление покушающимся, имеет более древнее происхождение. Есть основания считать, что конфликт с реальным является неотъемлемым (более того — сущностным) свойством человеческой личности, человеческих сообществ и культур. Покушение на реальность началось с попыток создания первых орудий труда, преобразования природы, которая и была первичной реальностью. Со временем человек создал новую среду обитания, превращая природные ландшафты в охотничьи первобытные пещеры,

¹ См.: Соловьев А. В. Новая эстетика информационной эпохи: искусство как база данных // Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. № 8. С. 50–55.

аграрные сельские поселения, индустриальные городские агломерации. Культура (возделывание, преобразование) возникает как форма отчуждения человека от природы — как материального, так и духовного. Появление языка как средства общения и взаимодействия стало еще одной формой покушения на реальность с претензией на дублирование и копирование реального² («мысль изреченная есть ложь»). Мало того, что структуры языка как копии реального стали формировать структуры сознания, так еще и вкупе с материальными трансформациями они привели сознание к новому качеству — формотворчеству. Формотворчество развивалось в конфликте с природой, в торжестве линейной эстетики, в хитросплетениях нормативных уложений, наконец — в алгоритмизированных технологиях производства, образования и коммуникаций.

Каждая новая традиция претендовала на место и значение в мире реального, становилась с реальным по одну сторону баррикад. Сопrotивление со стороны традиции стало таким же неотъемлемым (сущностным) качеством человеческого существования, как и противостоящие ей новации. Индустриальный порыв модернизма, давший начало эпохе транснациональных корпораций и глобализации, сам стал традицией со всей подобающей культурно-символической атрибутикой. Постмодернистское покушение на реальность ударило по модерну с его индустрией путем формирования постиндустриальной (виртуальной) экономики, вывоза капитала в развивающиеся страны и экологической идеологии. Это покушение затронуло сферы деятельности, которые ранее находились под контролем традиционных институтов — национального государства, образования, религии и семьи. Именно перечисленные институты оказались на переднем крае противостояния постмодернизма и традиции. Главная функция институтов традиции состояла в формировании системы ценностей, определяющей «картины мира» и, в конечном счете, обеспечивающей устойчивость социальных систем. В аксиологическом смысле данная функция исполнялась и институтами модерна, включая журналистику и сферу массовой коммуникации в целом.

² См.: Гиренко Ф. И. Аутография языка и сознания. М., 2012.

Постмодерн как специфическая часть реального, отрицающая целое, был обречен на сопротивление, которое обнаружило союзников как в среде модерна, так и в более глубоких институтах традиции. Для журналистики (по определению не имеющей шансов на существование в постмодернистском мире из-за содержательной актуальности и индустриальной технологии организации) сопротивление локализовано в двух секторах. Во-первых, в секторе инструментального действия в рамках какого-либо института традиции. Во-вторых, в секторе субъектного институционального действия. Нас будет интересовать именно последний сектор, поскольку инструментализм достаточно ясно осознаваем и эмпирически наблюдаем. Нас будет интересовать отечественный культурный ландшафт как поле реализации сопротивления покушениям на реальность, хотя в других культурных системах дискурс сопротивления также наблюдается как в научных исследованиях (*Ален Турен*³, *Мануэль Кастельс*⁴), так и в разнообразных журналистских практиках (от *Марка Твена* до *Хантера Томпсона*).

Новая русская публицистика XXI в. в принципе продолжает традицию своего бытования на стыке художественной литературы и актуальной журналистики. Отсюда и основные вопросы, обращенные к самой себе: о сопоставимости литературного и журналистского, о перспективах существования, о героях и авторах, об эстетике. «К началу нулевых годов появилась целая “банда”, целая генерация, целое поколение молодых литераторов, писателей, в первую очередь, и критиков, которые пришли в литературу с совершенно другими тезисами, с совершенно другой позицией. Условно говоря, это люди, которые, с одной стороны, унаследовали отчасти модернистское понимание работы над текстом. С другой стороны, они по сущности своей остаются все безусловными традиционалистами и консерваторами»⁵. Круг новых писателей не столько возрастной, сколько мировоззренческий. Объединяет их «новый реализм», одной из особенностей которого является

³ Турен А. Возвращение человека действующего. М., 1998.

⁴ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М., 2000.

⁵ Прилепин З. Путь поколения // День литературы. 2013. № 11.

активное присутствие писателей в медиасфере. *Сергей Шаргунов*, являясь редактором сайта «Свободная пресса», публикуется одновременно и в «Известиях», и в газете «Завтра», и в «Новой газете». *Захар Прилепин* (шеф-редактор «Свободной прессы») печатается и в «Новом мире», и в «Нашем современнике», ведет авторскую программу на телеканале «Дождь». Петербуржец *Герман Садулаев* выступает на телевидении (100 ТВ, PiterTV), пишет колонки в журнале «Однако», публикуется в «Знамени», «Огоньке», «Континенте» и др. Писатель из Северодвинска *Андрей Рудалев* как критик и публицист публикуется в журналах «Вопросы литературы», «Октябрь», «Дружба народов» и т. д.

Конечно, одновременность присутствия как в мире литературы, так и в мире журналистики не является чем-то особенным для писателей. *М. М. Бахтин*, анализируя творчество *Ф. М. Достоевского*, отмечал, что «он почти никогда не апеллирует к истории, как таковой, и всякий социальный и политический вопрос трактует в плане современности; и это объясняется не только его положением журналиста, требующим трактовки всего в разрезе современности; напротив, мы думаем, что пристрастие Достоевского к журналистике и его любовь к газете, его глубокое и тонкое понимание газетного листа, как живого отражения противоречивой социальной современности в разрезе одного дня, где рядом и друг против друга экстенсивно развертывается многообразнейший и противоречивейший материал, объясняется именно основной особенностью его художественного видения»⁶. Однако для «новых реалистов» такое присутствие в СМИ имеет одно отличительное качество — отрицание деления медиа на «свои» и «чужие». *Захар Прилепин* отмечает, что ощущает «себя свободным человеком в медиасфере, иногда даже — хозяином... это деление и противопоставление: вот здесь можно печататься, а вот здесь нельзя — нас, по большому счету, совершенно не волновало... прийти в совершенно враждебную тебе аудиторию и произнести то же самое — в этом есть даже какое-то гусарство. И в этом есть очевидная стратегия —

⁶*Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского // Бахтин М. М. Собр. соч. в 7 тт. Т. 2. М., 2000. С. 38.*

работать со всем населением России, а не с одним каким-то своим катакомбным ресурсом»⁷.

И в журналистской среде также формируется понимание СМИ как площадки для идеологической культурно-мировоззренческой открытости и состояния равноправного диалога. Эту позицию формулирует шеф-редактор радиостанции «Говорит Москва» *Рустам Арифджанов*: «Есть “Эхо Москвы” — высокопрофессиональное радио. Одно из лучших в нашем эфире. Но оно либеральное по своему содержанию и исповедуемым принципам. Либеральное до мозга костей. Их точка зрения на все — либеральна. Даже если они приглашают Проханова и других оппозиционеров, они все равно ставят свою точку. Они показывают этих людей на своей площадке. <...> Это абсолютно правильная идея — использовать толерантность, как оружие. Ты заманиваешь на свою площадку самую разную аудиторию, и уже здесь, в своих стенах, начинаешь с ней работать» (Завтра. 2006. № 22). *Р. Арифджанов* формулирует новый подход к пониманию толерантности не как терпимости к проявлениям других идеологий и культур, а как меры коммуникативной совместимости. Для журналистской деятельности такое понимание имеет прямое целевое практическое значение: не провоцировать и обострять конфликты, не оправдывать медиаагрессию требованием привлечения аудитории, а в режиме диалога (пусть даже и в острых формах) искать и находить решения социальных проблем.

По-видимому, первым, кто открыто «громко» поставил вопрос о «новом реализме», был *Сергей Шаргунов*. Ответ на вызовы ускорения времени и покушения на реальность прозвучал в 2001 г. в его публицистическом манифесте «Отрицание траура». *Шаргунов* начинает с диагноза состояния современной аудитории: «Серьезная литература больше не нужна народу. Несложно подметить: в метро каждый третий мертвецки уткнулся в глянцевого томик. Масскультура берет свое. С inferнальным кличем рвут потребителя на части телевизор, Интернет, новый роман Дашковой... Причины всем известны. “Сколь волка ни корми — все в лес смотрит”. Чуть только диапазон чтения расширился, массы, которым литературу навязы-

⁷ Прилепин З. Указ. соч.

вали, отвернулись от нее»⁸. Попутно заметим, что по прошествии тринадцати лет читатель с глянцевым томиком уступил свое место пассажиру с ридером и другими гаджетами. Проблема массовизации потребления неизбежно обостряется в условиях конкуренции на рынке информации, отечественная аудитория уже попадала в условия подобного выбора. *Д. И. Писарев* писал в 1861 г.: «Кроме журналов, этой публике действительно читать нечего. <...> Сочинения Пушкина, Лермонтова и Гоголя знают почти наизусть люди, одаренные эстетическим чувством и сколько-нибудь развитые в литературном отношении; что же касается до большинства, то оно или вовсе не читает их, или прочитывает их один раз, для соблюдения обряда, и потом откладывает в сторону и почти забывает. <...> Между тем журналы неотразимою силою привлекают к себе этих господ: во-первых, они дают свежие новости; во-вторых, разнообразие, часто даже пестрота оглавления дает каждому все средства выбрать себе чтение по вкусу и по плечу; в-третьих, одна книжка не успевает еще приглядеться, как она сменяется новою, и провинциальный читатель следит за идеями и интересами века, не успевая соскучиться и не утомляя свой мозг усиленною работою»⁹.

Вывод *Шаргунова* о том, что «в современном обществе литература обречена на локальность. Литература потеряла прежнее влияние, развивается в условиях резервации»¹⁰ перекликается с высказыванием *А. А. Проханова* о «катакомбном состоянии» русского сопротивления. Вопрос о перспективах существования литературы решается в плоскости героя: «...герой — странник, скиталец, неприкаянная душа. Он не принимает законы и структуру мира, а потому становится в нем неустроенным. Способов самореализации немного: личная автономия, уход в себя, либо взрыв, бунт, открытое противоборство»¹¹; «пока есть персонажи, ничего с литературой

⁸ *Шаргунов С.* Отрицание траура // Новый мир. 2001. № 12. URL: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2001/12/shargunov.html.

⁹ *Писарев Д. И.* Схоластика XIX века // Русская социально-политическая мысль. 1850–1860-е годы: хрестоматия / сост. И. Ю. Демин, А. А. Ширинянц; под ред. А. А. Ширинянца. М., 2012. С. 783–784.

¹⁰ *Шаргунов С.* Указ. соч.

¹¹ *Рудалев А.* Катехизис «нового реализма». Вторая волна. URL: <http://www.rospisatel.ru/konferenzija/rudaljev.htm>.

не случится. Реализм не исчерпывается. Реализм, нескончаемо обновляясь вместе с самой реальностью, остается волшеббно моложе постмодернизма»¹². 23 декабря 2013 г. в эфире своей программы на телеканале «Дождь» Павел Лобков провозгласил: «Постмодернизм в политике умер». Основаниями для подобного диагноза, по мнению журналиста, стало освобождение из заключения «настоящих героев» — Ходорковского, Толоконниковой и Ахехиной. Вопрос о качестве героев в данном случае не столь важен, важен поиск личностей с опытом реальности — тем опытом, которым обладают побывавшие «на той стороне» и обретшие новую степень внутренней свободы.

Проблема героя неизбежно влечет за собой постановку вопроса об авторе, в новых условиях возвращающего себе утраченные позиции, которые захватил бездарный и пошлый в собственной самоуверенности пользователь. Ключевыми для понимания автора являются категории «современности» и «деятельности как преобразования»: «Писатель должен быть включен в современность, чувствовать ее токи, чтобы транслировать в вечность. <...> “Новый реализм” — это не просто копирование реальности... но надежда на ее переустройство. “Новому реализму” интересно переустройство общества. Это литература прямого действия»¹³; «...литература только этим и может заниматься — брать на себя ответственность за все время, за всю эпоху»¹⁴. В вопросе об авторе мы наблюдаем как переключку с идеей об одновременности существования в мирах литературы и журналистики, так и возвращение к русской аналитической традиции. М. М. Бахтин в «Рабочих записях 60-х — начала 70-х годов» разъяснил «современность» как сущностную характеристику журналистики: «Журналист — прежде всего “современник”. Он обязан им быть. Он живет в сфере вопросов, которые могут быть разрешены в современности (или, во всяком случае, в близком времени). Он участвует в диалоге, который может быть кончен и даже завершен, может перейти в дело, может стать эмпирической силой. Именно в этой сфере возможно “собственное слово” Вне этой сферы “собственное слово” не есть собственное (личность всегда выше

¹² Шаргунов С. Указ. соч.

¹³ Рудалев А. Указ. соч.

¹⁴ Прилепин З. Указ. соч.

себя); собственное слово не может быть последним словом. Риторическое слово — слово самого деятеля или обращено к деятелям»¹⁵. Преобразование действительности как качество автора отсылает к методологии Action research (AR), в которой на равных основаниях используются методы научного познания и активного вмешательства (изменения, преобразования, улучшения) в объект изучения¹⁶. Однако осуществление подобной практики предполагает постановку социально значимых целей, ставит вопрос о роли идеологии в общественной жизни, апеллирует к идеям интеграции и солидарности, требует «общего дела».

«Новый реализм» четко артикулирует вопрос об эстетическом отношении к действительности. *Андрей Рудалев*, выделяя качества «нового реализма» — ритмичность, ясность и лаконичность, — пишет: «Споры о “новом реализме” сопровождается дискуссия на предмет: “что” и “как”. Критики начинают огульно рассуждать, что это уже и не литература вовсе, а в лучшем случае добротная журналистика, что прямое публицистическое высказывание ставится во главу угла в ущерб качеству, стилю, форме... <...> ...разговоры о критериях качества даже не то, чтобы бесполезны, они вредны. <...> Критериев, с точки зрения “нового реализма”, не может быть еще и потому, что многообразие в этом подходе позволяет избегать диктата той или иной эстетики. Это действенный противовес эстетическому литературному тоталитаризму. В этом плане как раз “новый реализм” стремится к эстетической пестроте и многообразию. Вбирает в себя совершенно разных и подчас принципиально отличных друг от друга авторов. Метод и эстетические установки здесь не догма»¹⁷.

Примат эстетического является сущностной характеристикой постмодернистского отношения к миру, которое проникло в разнообразные сферы человеческой деятельности. Имидж, дизайн, «упаковка» подменяют (иногда и отрицают) идеи, смыслы и со-

¹⁵ *Бахтин М. М.* Рабочие записи 60-х — начала 70-х годов // *Бахтин М. М.* Собр. соч. в 7 тт. Т. 6. М., 2002. С. 436.

¹⁶ *Dick, B.* What is Action Research? URL: <http://www.scu.edu.au/schools/gcm/ar/whatisar.html>.

¹⁷ *Рудалев А.* Указ. соч.

держание. Примером может служить так называемый «телевизионный электорат» — женская (в основном) и эстетизированная мужская части электората, голосующие за медийные образы, а не за идеи и программы, тем более реальные действия. Критик *Алексей Татаринов* отмечает, что «страшнее постмодернизма вера в его тотальность, в необратимый характер его мировоззренческих, а не только литературных побед»¹⁸.

Таким образом, качественные характеристики «нового реализма» состоят в оппозиции инфернальности, опоре на традицию (идентичность), эстетике реального, этике активного жизнеутверждающего действия. В структуре «нового реализма» как творческого метода формируется интегральная позиция в отношении правды жизни. Она включает в себя компоненты рациональности (правда как знание), деятельности (правда как действие) и ценности (правда как отношение).

¹⁸ *Татаринов А.* Жизнь и судьба. О современных задачах литературной критики // *Завтра*. 2013. № 47.

Ю. В. Бурова

Средне-Волжский филиал Российской правовой акад.

Министерства юстиции Российской Федерации, г. Саранск

ПОТЕНЦИАЛ СМИ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ТЕРРОРИЗМУ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗРЕШЕНИЯ¹

В статье рассматривается вопрос противодействия терроризму с учетом потенциала средств массовой информации. Автор

¹ Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта «Механизмы преодоления дезадаптации современной молодежи в условиях социальной аномии (на примере Республики Мордовия)» (Региональный конкурс РГНФ «Волжские земли в истории и культуре России» 2013 — Республика Мордовия а(р) 13-13-13004).

анализирует сложившиеся проблемы и говорит о возможностях их преодоления в настоящее время.

К л ю ч е в ы е с л о в а : терроризм, страх, средства массовой информации, закон, герой.

Y. V. Burova

Mid-Volga Branch of the Russian Legal Academy
of the Ministry of Justice of the Russian Federation, Saransk

COUNTER-TERROR CAPACITY OF MASS MEDIA: ACTUAL PROBLEMS AND POSSIBLE SOLUTIONS

The article deals with counter-terror, taking into account the capacity of the mass media. The author analyzes the existing problems and talked about the possibility of overcoming them at the moment.

К е y w o r d s : terrorism, fear, media, law, hero.

Средства массовой информации и Интернет становятся главными сенсорными источниками, которые способны сегодня противостоять информационному вакууму. Мы ориентируемся в массиве информации, который целенаправленно воспринимаем и ощущаем как информационный фон. При всей полноте власти в нашем государстве мы ничего не можем противопоставить всем информационным деструкциям, возникающим как отражение ошибочности в наших действиях. Так появляется феномен терроризма, преодоление которого становится возможным на уровне силовых ведомств. Однако истинная война разворачивается на идеологическом уровне. Глава Чеченской Республики *Р. Кадыров* подчеркивает, что в связи с участившимися террористическими актами «следует вести идеологическую борьбу, рассказывая об истинных ценностях Ислама. И, что очень важно, нужно принимать решения на законодательном уровне. Важно, чтобы мы объединились вокруг руководства страны и принимали всяческие меры для того, чтобы предотвратить подобные трагедии. Правоохранительные структуры и спецслужбы совместно

с руководствами регионов должны делать все возможное и даже невозможное против проявлений терроризма и экстремизма»².

В настоящее время терроризм в России держится на одном из самых эффективных средств манипуляции массовым сознанием — на страхе (terror, то есть ужас). Как когда-то в Древней Греции, где зародился этот концепт, все чаще человечество охватывает ужас перед небытием, представленным в форме боли, хаоса, разрушения. У *Аристотеля* террор побеждался законом. Рассматривая природу страха, следует отметить, что есть страх рациональный, когда осознаются источник и величина опасности, принимаются меры преодоления. Существует невротический страх, предполагающий крайнюю отчужденность и неадекватность в действиях. Террористы нацелены на формирование невротического страха при масштабности его проявления. Деморализация и запугивание людей позволяют реализовываться манипуляции. В результате «увеличивается число людей, склонных к деятельному экстремизму и терроризму либо к поддержке экстремистских и террористических идей, причем не только в формате “стокгольмского синдрома”»³.

Теоретическую основу превращения страха в орудие манипуляции описал *Марат*, который подчеркивал, что для завоевания или удержания власти путем устрашения общества (это и есть политический смысл слова «террор») необходимо создать обстановку массовой истерии. Создание подобной обстановки страха подчеркнуто чеченским террористом *С. Радуевым* в его выступлении перед выпускниками центра по подготовке боевиков в 1997 г., когда он определял основную задачу боевиков-террористов — «сеять смертельный ужас» среди военных, находящихся на территории Чечни или вблизи нее. Необходимо усиливать у них «растерянность и страх, захватывать их в заложники и убивать»⁴.

²Р. Кадыров: «Надо ужесточить наказание за терроризм». URL: <http://chechnya.gov.ru/page.php?r=126&id=14500>.

³Коваль Е. А. Нормативное измерение социальной аномии как фактора дезадаптации молодежи // Гуманитарий: актуальные проблемы науки и образования. 2013. № 2. С. 98.

⁴Цит. по: *Трошев Г. Н.* Моя война. Чеченский дневник окопного генерала. URL: <http://militera.lib.ru/memo/russian/troshev/index.html>.

Страх — это более эффективное оружие, чем физическое насилие, так как он деморализует субъект, сковывает, парализует его волю к сопротивлению, оказывая непрерывное воздействие. СМИ придают терроризму публичный характер, *М. Тэтчер* утверждала, что освещение терактов в СМИ — «кислород» террористов⁵. Чем больший общественный резонанс получает террористический акт, тем более сильное воздействие он оказывает. В этом случае терроризм становится средством психологического воздействия. Однако он нацелен не на убийство, а на устрашение живых людей. Жертвы становятся инструментом, а убийство — методом достижения цели.

С. Г. Кара-Мурза, размышляя над природой терроризма, пишет: «Из 15 миллионов водителей в России ежегодно гибнет порядка 1 на тысячу. (О числе умерших от СПИДа или от банального пьянства скромно умолчим.) От терактов в 1999 году погибло порядка 1 на миллион. Но мы ведь не боимся ездить на машине. Встает вопрос: Почему же мы не боимся ездить на машине, но боимся террористов? Нет заинтересованности в том, чтобы мы боялись автомобиля. Поэтому телевидение и не показывает нам с утра до ночи. Если бы СМИ интенсивно показывали изуродованные трупы жертв автокатастроф, как сегодня мы видим результаты террористических актов, то мы бы боялись автомобиля панически»⁶.

Особую тревогу вызывает тот факт, что современный терроризм неразрывно связан со СМИ. Газеты XIX в. были абсолютно необходимы для террористов, однако зрительного воздействия они оказать не могли. Тогда эффект террористической деятельности был намного меньше, чем сегодня. Телевидение рождает больший страх.

В настоящее время мы не можем отказаться от газет и телевидения, однако следует помнить, что СМИ могут провоцировать невротический страх, помогая террористам реализовывать свои цели, а могут способствовать реализации механизмов противо-

⁵ *Тэтчер М.* Искусство управления государством. Стратегия меняющегося мира. URL: <http://lib100.com/book/other/statecraft/>.

⁶ *Кара-Мурза С. Г.* Страх терроризма. URL: <http://psyfactor.org/terror.htm>.

действия терроризму. Поэтому в настоящее время необходимо исключить вдумчивую и творческую работу СМИ, направленную на поддержание имиджа террористов, которая проявляется в информировании и демонстрации результатов террористической деятельности. «Террористы становятся такими же телевизионными героями, как и спортсмены или звезды шоу-бизнеса. А героям принято подражать и восхищаться ими. Отсюда — эпидемии подражательного поведения, охватывающие общество почти сразу же после резонансных событий, широко освещаемых СМИ»⁷.

Противостоять террористическим угрозам возможно только уничтожив тот страх, который рождается при каждом сообщении о совершенном теракте. Доминирующими образами должны становиться не образы современных террористов, но образы настоящих героев России. Поэтому можно сказать, что создание образа национального героя в СМИ является приоритетным методом противодействия терроризму в современной России.

СМИ заставляют нас поверить в то, что героев в России нет. Но интерес молодого поколения к проблематике героизма очевиден. Стремление к подражанию героям, ценностные ориентиры мужества всегда были необходимы молодежи, которая таким образом воспитывалась через подражание. Героизм был мощным средством воспитания подрастающего поколения в СССР, что было изначально определено *В. И. Лениным*: «Причина наших побед... — умение поднять энергию, героизм, энтузиазм масс, сосредоточивая революционно напряженные усилия на важнейшей очередной задаче»⁸. Так появлялись образы героев труда и героев — участников боевых действий. Человеческий мозг, воспринимая информацию о героизме своих соотечественников, естественным образом ее отражал. Так рождались герои в реальной жизни. Этот принцип воспитания в дальнейшем раскрыл *Дж. Риззолатти*, обосновавший механизм зеркальных систем. Человеческий мозг способен к отражению, которое делает подражание естественным механизмом воспитания.

⁷ Там же.

⁸ *Ленин В. И.* Полн. собр. соч. Т. 39. С. 305.

На примерах подвигов героев Великой Отечественной войны воспитывалась молодежь второй половины XX в. Современная политическая обстановка способствовала тому, что Героями России стали 175 человек — участников боевых действий Первой чеченской войны, а также 304 участника боевых действий по отражению вторжения боевиков в Республику Дагестан, Второй чеченской войны и продолжающихся действий по ликвидации террористов на территории Северного Кавказа. Но образа героя в массовом сознании нет. Существует необходимость фиксированного внимания на героизме. Трудно вообще выделить героев современности в сознании масс, однако еще труднее определить понятие современного героизма.

Сегодня остро стоит вопрос о доверии к массовой информации, особенно к официальным СМИ. В структуре современного образования необходимо уделить внимание «критике источника», то есть выявлению степени исторической достоверности сообщений, признаков субъективности и ложной информации. Надо обратить внимание на необходимость оптимального взаимодействия государственных структур, гражданского общества и представителей СМИ в противодействии идеологии терроризма. На государственном уровне должна быть выработана и проведена единая информационная политика, которая осуществлялась бы совместно с силовыми ведомствами. Нужно также организовать противодействие информационным ресурсам, которые используются бандподпольем для разрушения целостности мировоззрения молодежи и формирования атмосферы страха (подобные сайты практически невозможно блокировать). В видеоматериалы, которые сопровождают пресс-релизы государственных органов, надо ввести элементы личного восприятия событий, что повысит степень доверия к официальной точке зрения. Появляющиеся в Интернете разнообразные толкования Корана нуждаются в оценке с точки зрения классической религии.

Система противодействия терроризму в современной России должна выстраиваться с опорой идеологию, основой которой станет преодоление страха. Герои необходимы для того, чтобы

А. Брейвик и подобные ему не становились образцами для подражания у подрастающего поколения. Необходимо чаще вспоминать тех, кто отдает свою жизнь служению Родине, а на террористические операции смотреть не через призму страха, но через героические подвиги наших солдат. Еще в Древнем Риме было принято считать, что вне обладания добродетелью патриотизма достойный гражданин и полноценный человек вообще состояться не может. «Умереть в бою — это счастье. Если бы меня спросили — я бы так и хотел умереть...»⁹ — говорил Герой Российской Федерации *Дмитрий Разумовский*. Все чаще и мы говорим о патриотизме. Следует помнить, что только при доминировании этой ценности российское общество может обрести равновесие, уйти от невротического страха, а российская культура будет играть свою стабилизирующую роль.

⁹ *Захарычева Т.* Что думал Герой России Разумовский о судьбе нашего солдата. URL: http://www.ul.aif.ru/legends/legends_details/165260.

Е. В. Васина

Компания «Альтком», г. Донецк, Украина

ВИЗУАЛЬНЫЙ ТЕКСТ КАК ПОЛЕ РЕАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ИНТЕРНЕТ-НОВОСТЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ МОБИЛЬНЫХ ФОТОГРАФИЙ)

В статье рассматривается явление мобильной фотографии в контексте теории языковых игр. Автор доказывает, что появление мобильной фотографии и социальных сетей в Интернете привело к существенным трансформациям моделей и сценариев социальной коммуникации в целом, повлияло на процессы и ценностные принципы социализации, затронуло повседневность.

Ключевые слова: мобильная фотография, языковая игра, социальные сети, медиатекст, повседневность.

E. V. Vasina

Altcom Group, Donetsk, Ukraine

VISUAL TEXT AS A FIELD OF REALIZATION OF THE LANGUAGE GAME IN ONLINE NEWS (ON A MOBILE PHOTOS MATERIAL)

The article deals with the phenomenon of mobile photography in a context of the theory of language games. Author proves that the emergence of mobile photography and social networks on the Internet has led to the essential transformations of models and scenarios of social communication in general, has affected the processes and value principles of socialization and everyday life.

Key words: mobile photography, language game, social network, media text, everyday life.

В эпоху мультимедийных технологий визуальность становится одним из основных предметов, которые актуализируются в исследованиях мировой гуманитаристики. Это связано, во-первых, с усовершенствованием технологий, а во-вторых, — с изменением отношения к визуальности как к языку культуры. Визуальные знаки и слова сегодня взаимодействуют практически на равных не только в высших сферах культуры, но и в массовых. Рассмотрение трансформации массовой, социальной коммуникации и появления мобильной фотографии, как неотъемлемого фактора современной социализации, обнаруживает новые аспекты этой проблематики. Сегодня, по приблизительным подсчетам, только в социальную сеть «Фейсбук» загружено более 140 миллиардов фотографий¹.

Новая форма существования визуального текста в массмедийном пространстве стремительно развивается, и ведущую роль в этом процессе играет почти одновременное появление и становление мобильной фотографии и социальных сетей. Эти явления, активно и разнообразно взаимодействующие, уже привели к

¹ Сколько всего было сделано фотографий? URL: <http://blog.vysokikh.com/2012/03/24/skolko-vsego-bylo-sdelano-fotografij/>.

сущностным трансформациям моделей и сценариев социальной коммуникации в целом, повлияли на процессы и состояния социализации, самоидентификации, формирования мировоззрения, затронули повседневность. Визуальный текст становится важной частью социальных практик, особенно тех, которые реализуются в пространстве массмедиа. В этом процессе существенно то, что реципиент самостоятельно активно производит контент и воздействует на существующие языковые игры, однако и сам находится под неизбежным влиянием господствующих моделей и практик языковых игр. Под **языковой игрой** мы понимаем реализацию определенного коммуникативного сценария социального взаимодействия, принимаемого, разыгрываемого и осуществляемого согласно системе конвенциональных правил, которых сознательно или несознательно придерживаются участники языковых игр вследствие их актуализации общественно значимыми культурными умонастроениями. Основное поле языковых игр — это медиатекст, как профессионально созданный, так и являющийся репрезентантом спонтанной жизнедеятельности людей, не имеющих отношения к массмедиа.

В результате массового и хаотичного воздействия непрофессиональных текстов, в которых доминирует визуальное начало, происходит интенсивная смена культурных кодов, трансформация культурных моделей стыда и страха как системы ограничений, накладываемых на поведение (*Ю. Лотман*). Это привело к формированию нового типа сознания, ориентированного на тотальную текстуализацию обыкновенным человеком своей жизни в Сети и не только.

Процесс создания человеком жизнетекста опирается на визуальность как легко воспринимаемую форму информации и знания, играющую особую роль в современной картине мира. Визуальный текст дает более полное, наглядное (но не целостное смысловое) представление о повседневности или о том, что реципиент хочет выдать за свою повседневность, конструируя собственный образ. Как отмечает философ *С. Зонтаг*: «В последнее время фотография стала почти таким же популярным развлечением, как секс или танцы, — а это значит, что, как всякой мас-

совой формой искусства, большинство людей занимаются ею не в художественных целях. Она главным образом — социальный ритуал, защита от тревоги и инструмент самоутверждения»². Говоря о фотографии как социальном ритуале, С. Зонтаг прежде всего имела ввиду семейные хроники. Однако сегодня можно говорить о возникновении более влиятельной формы этого ритуала — создании фотографий для социальных сетей. Эта форма визуального текста репрезентирует абсолютно новый вид языковых игр, социальных практик, моделей коммуникации, которые максимально приближены к повседневности, выступают ее симуляцией.

В отличие от фотографий семейных хроник, которые в большей степени приурочены к значимым событиям, фотографии в соцсетях посвящены микрособытиям — обеду в кафе, новой одежде, прогулке в парке. Такая специфичность тем фотографий в соцсетях нашла свое отражение и в их жанровом разнообразии. Если использовать существующую типологию, которая, естественно, не отражает в полной мере суть происходящих трансформаций, но помогает установить и прояснить общую основу медиатекста и тенденции его развития, то это — автопортрет, портрет, натюрморт, пейзаж. В мобильной фотографии присутствуют все жанры, но здесь ярко выражены эффекты динамичности (часто фотографии делаются спонтанно, улавливают часть какого-либо движения) и «недосказанности». Из-за ограниченных возможностей мобильного телефона многое остается за кадром, что, в свою очередь, «интерпеллирует» зрителя, заставляет его строить предположения. Реципиенты чаще всего делают фотографии собственных отражений в зеркалах туалетов и лифтов, фотографируют свои ноги, еду, домашних животных и окружающие пейзажи — все то, что составляет их повседневность, точнее даже — повседневные практики телесности. Эти жанры настолько укоренились, что уже становятся штампами и объектами для пародий или иронии, но, тем не менее, не утрачивают популярности³. При этом количество

² Зонтаг С. Про фотографию. Київ, 2002. С. 16.

³ Мы знаем, как ваши ноги-сосиски провели это лето. URL: <http://ru.delfi.lt/misc/sex/foto-my-znaem-kak-vashi-nogi-sosiski-proveli-eto-letto.d?id=62164655>.

подобных снимков столь велико, что зачастую они теряют свою смысловую наполненность, новизну и становятся лишь частью общего текста жизни и контекста.

Данное явление требует пристального внимания исследователей, поскольку играет важную роль в формировании личности, повседневности и вызывает существенные, внутренние трансформации журналистики, информационного пространства и социальной коммуникации в целом. Социальные сети, как и Интернет вообще, меняют структуру самоидентификации и самопрезентации⁴, перенос смысловых и ценностных аспектов коммуникации в виртуальное пространство дает практически неограниченные возможности для конструирования собственного образа. Жизнетекст создается из фрагментов, отдельных изображений (в основном созданных с помощью мобильного телефона), отбираются те моменты, которыми реципиент хочет поделиться. «Фотосъемка установила хроническое вуайеристское отношение к миру, уравнивающее значение всех событий. Фото не просто результат встречи фотографа с событием; съемка — сама по себе событие, и событие с преимущественным правом: соваться в происходящее или же игнорировать его. Посредничество камеры теперь формирует само наше восприятие ситуации. Камера вездесуща и настойчиво внушает нам, что время состоит из интересных событий, заслуживающих фотографирования»⁵.

Рассказать о событиях повседневной жизни человеку позволяют социальные сети, в которых действуют различные формы комментариев и отметок, оценок сообщения или фотографии, которые тоже конструируют, активно создают жизнетекст, однако это чужой для комментаторов жизнетекст. Создавая текст жизни в Сети, автор лишь частично сохраняет над ним контроль. Публикуя личные снимки, делая свои переживания публичными, он отчуждается от собственного жизнетекста, позволяет другим его комментировать, менять контекст, дополнять, интерпретировать, копировать и помещая чужие фотографии, как осколки,

⁴ Визуальный нарратив в контексте социальных сетей. URL: http://connect-universum.com/blog/connectuniversum2012_ru/52.html.

⁵ Зонтаг С. Указ. соч. С. 18.

пазлы чужого жизнетекста, в этот общий текст. Точно так же пользователь Сети участвует в построении чужих текстов жизни, дополняет и использует их. Эта языковая игра, понимаемая в духе *Л. Витгенштейна*, изначально предполагает интерактивность, принципиальную открытость текста, его задача — активизировать наибольшее количество реципиентов, задать им тонкие и хорошо ощущаемые конвенциональные модели и правила языковых игр. Именно поэтому человек стремится к созданию более привлекательного для других образа. Это достигается с помощью фотографии: автор выбирает, на чем сделать акцент, каким событием поделиться, и уже сам факт этого выбора выделяет тот или иной образ, придает ему определенный смысл. В то же время опубликованная фотография в процессе своего существования, а также взаимодействия пользователей (комментирования, добавления других визуальных текстов) может утрачивать изначальный смысл, приобретать новое значение или вообще становиться бессмысленной. Языковая игра в Сети имеет специфичные пространственно-временные характеристики, она постоянно по-новому актуализируется изменяющимся контекстом, обнажая механизмы создания и функционирования «текущей (жидкой) современности» (*Джон Урри*).

Выстраивание визуального текста жизни в Сети происходит в соответствии с коммуникативными сценариями — языковыми играми. Наиболее часто в качестве таких сценариев выступают искаженные модели текстуализации жизни известных людей — фотографии в красивой одежде или нижнем белье, на курортах, в ресторанах и дорогих автомобилях, отметки о пребывании в различных заведениях. «Свой распадающийся облик мы сводим не только объединением себя, увиденного и услышанного внутренним зрением и слухом, себя воображаемого, себя, телесно ощущаемого как тяжесть, боль или температура, с собой опосредованно или зеркально отраженным. Мы сводим эти две картины при помощи третьей — предлагаемой нам двухмерной картины идеального медиального тела»⁶, — пишет *О. Булгакова*. Она

⁶ *Булгакова О.* Тело медиа и медиальная бестелесность // НЛО. 2012. № 117. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/b32-pr.html>.

отмечает, что замена своего тела медиальным — феномен века визуальности. Можно говорить о формировании нового вида социальной и медиальной телесности, которая создается и развивается целенаправленно, процесс ее становления происходит во взаимодействии с другими пользователями Сети.

Однако попытки создать идеальное виртуальное тело, особенно выстроенные по сценариям, несовместимым с широким социальным контекстом, могут привести к конфликту между действительностью и виртуальным образом, между разными уровнями жизни человека — профессиональным и личным, публичным и частным. Примером тому могут служить частые в последнее время скандалы, вызванные личными фотографиями должностных лиц в социальных сетях⁷. Из публикаций массовой медиа известно, что некоторые девушки, которые оказались в центре подобного рода скандала, обнаружившего коллизии между виртуальной и социально-реальной жизнью, утратили работу. В то же время известная в Сети как «голая выпускница» Анастасия Фоменко⁸, напротив, получила работу модели благодаря скандальным снимкам. Значение медиальной телесности, ее влияние на жизнь человека показал судебный процесс над жительницей Сочи, которую приговорили к одному году и девяти месяцам колонии-поселения за доведение до самоубийства через социальную сеть «Одноклассники.ru»⁹. Можно говорить о

⁷ Фотографії напівоголеної інспекторки у справах неповнолітніх викликали бурю в інтернеті. URL: <http://tsn.ua/foto/fotografiyi-napivogolenogo-inspektora-u-spravah-nerovopolitnih-viklikali-buryu-v-interneti-305252.html>; Помічниця депутата Держдуми шокувала Інтернет своїми сексуальними фотографіями в нижній білизні. URL: <http://tsn.ua/foto/pomichnitsya-deputata-derzhdumi-shokuvava-internet-svoyimi-seksualnimi-fotografiyami-v-nizhniy-bilizni-303324.html>; Скандально известную помощницу прокурора Сум зовут на работу регионалы. URL: <http://ru.tsn.ua/ukrayina/pomoschnicu-prokurora-sum-pokazavshuyu-erotiku-vozle-dorogoy-mashiny-zovut-na-rabotu-regionaly-305835.html>; Пресс-офицер донецкой милиции похвасталась фото в соцсети: «Обзавидуйтесь, соски». URL: <http://pro-test.org.ua/index.php?id=5005&show=news&newsid=107325>.

⁸ «Голая выпускница» Настя Фоменко. URL: http://www.netlore.ru/nastya_fomenko.

⁹ Женщина довела любовника до суицида через Одноклассники.ru. URL: <http://www.66.ru/news/internet/109249/>.

формировании в процессе киберсоциализации нового типа социальной, культурной телесности.

Массмедиа активно используют новый источник информации — социальные сети, создавая события из виртуальных образов и жизнетекстов¹⁰. Использование подобных информационных поводов представляет собой процесс симуляции фактов. «Симуляции присуща прецессия модели, всех моделей, основанная на самом простом факте — модели предшествуют своей, орбитальной, как ракеты с ядерными боеголовками, циркуляции и составляют истинное магнитное поле события. Факты больше не имеют собственной траектории, они рождаются на пересечении моделей, один и тот же факт может быть порожден всеми моделями одновременно»¹¹.

Размещение личных фотографий минским инспектором по делам несовершеннолетних, девушкой — это событие, не привязанное ни ко времени, ни к месту, не имеющее повода. Эти снимки — просто элементы социального тела девушки, которое существует в Сети. Однако ее виртуальная жизнь проходит на нескольких уровнях — повседневном, личном, профессиональном. В определенный момент вследствие вмешательства других пользователей Сети произошел конфликт между различными сценариями жизни — «девушка — сотрудник правоохранительных органов» и «девушка, демонстрирующая свое тело». Аналогичная ситуация возникла с украинскими правоохранительницами, которые также использовали несовместимые сценарии. Благодаря фотографиям и информации из социальных сетей более широкую огласку получил скандал, когда 23-летняя студентка Ольга Сысоева, заместитель председателя городской организации Партии регионов и протеже председателя Черкасской ОГА Сергея Тулуба стала и. о. директора Черкасской филармонии (<http://sensor.net.ua/n239247>). Или другой аналогичный пример, когда 23-летняя девушка стала замести-

¹⁰ Дочь Джарты сделали судьей пожизненно. Оппозиция говорит, что Рыбак их подставил. URL: <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2013/04/18/6988442/>; Сын нового главы НБУ любит прихвастнуть своим обнаженным телом. URL: <http://glavred.info/archive/2013/01/12/133054-6.html>.

¹¹ Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. URL: http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml.

телем руководителя военного музея (<http://ru.tsn.ua/ukrayina/molodoy-zamdirektora-muzeya-minoborony-ezhednevno-zvonyat-i-sprashivayut-kak-ona-ustroilas-na-rabotu-332961.html>).

Приведенные и подобные им примеры говорят о том, что многие пользователи социальных сетей не готовы оперировать специфическими языковыми играми этого нового информационно-культурного пространства. Они стремятся к коммуникации, отклику, но не способны спрогнозировать результат в новой системе координат. «В фокусе внимания оказывается не оператор, нажавший на кнопку и воспринимаемый фактически в качестве еще одного условия, связываемого с фотографией как медиа, но то множество зрителей, которое только и может создать значение фотографии. Важно, что появляется возможность появления непредсказуемого из заданных условий, и эта возможность обеспечивается именно диалогом с другими. Фотография, открытая в своей обращенности, и есть тот материальный ресурс, благодаря которому “зрители” становятся активными соучастниками производства изображений»¹², — пишет исследовательница *Н. Сосна*. Значение визуального текста формируется контекстом и реакцией зрителей, которые крайне текучи, как и вся создаваемая ими «жидкая» современность, что значимо для понимания сути языковой игры и процессов социализации, самоидентификации. Языковая игра приобретает смысл только в момент реализации, специфика интернет-пространства предполагает длительный период существования той или иной языковой игры, постоянную ее актуализацию гиперссылками, поисковыми запросами, взаимодействием с широким, постоянно меняющимся контекстом. Сами по себе личные фотографии девушек не интересны как новость для массмедиа, однако в контексте проблемы профессиональной этики, общественных представлений о морали они приобретают новый смысл. Они могут существовать в Сети длительное время, но станут событием лишь в момент столкновения частного и публичного.

Наиболее показательным примером подобного столкновения стало фото *Дениса* — сына украинской певицы *Тайсии Повалий*,

¹² *Сосна Н.* Вилем Флюссер и проблема новых медиа // Русская антропологическая школа. URL: <http://kogni.narod.ru/sosna.htm>.

являющейся депутатом от Партии регионов. Молодой человек, который не является должностным лицом и публичной персоной, опубликовал на своей странице в социальной сети откровенные снимки со своей девушкой¹³. Тем не менее благодаря механизм языковой игры этот визуальный текст был направлен на разрушение репутации народного депутата Украины Т. Повалий. Личное фото стало не только официально публичным, но и отчасти приобрело качество орудия политической борьбы, поскольку в заголовке и тексте акцентируется именно партийная принадлежность матери. При этом в самом снимке никаких отсылок к политической ситуации нет, здесь важен широкий контекст, восприятие зрителя.

Этот пример также показывает трансформацию социально-культурной парадигмы, формирование нового типа культурных отношений, смещение границ нравственности. С одной стороны, молодой человек имеет право фотографировать себя в любом виде и размещать изображение в Сети. С другой стороны, массмедиа пытаются использовать снимок с целью дискредитации политического деятеля, акцентируя внимание на откровенности фотографии. В контексте узкого круга друзей подобная фотография имеет, скорее, ироничный характер, помещенная в контекст политических отношений — она становится слишком откровенной, аморальной. Молодой человек, как и девушки из приведенных выше примеров, не стыдится своего тела и сознательно разрушает границы приватности. Однако при сращении индивидуально-личного текста жизни с массмедийностью возникает конфликт самоидентификации и идентификации, смыслов общепринятых норм, стандартов, социальных стереотипов. Это говорит о том, что новый тип культурного сознания еще не стал доминирующим, но уже находится в процессе энергичного становления.

Тенденция к текстуализации собственной жизни открывает новые возможности перед массмедиа, которые активно используют интернет-пространство, стремление пользователей Сети к публичности, разрушение границ частного и общественного.

¹³ Сын «регионалки» Повалий похвастался откровенными снимками. URL: http://censor.net.ua/photo_news/248042/syn_regionalki_povaliyi_pohvastalsya_otkrovennymi_snimkami_foto.

Социальные сети, став источником информации для массмедиа, ускорили процесс сращения, конвергенции живой жизни и реальности массмедиа. Новое пространство коммуникации дает возможность взаимодействовать с другими реципиентами на большом расстоянии, без обязательств, личного контакта, позволяя создать идеальную социальную, медиальную телесность, доступную значительно большему количеству людей, чем в реальности, — друзьям, знакомым, потенциальным работодателям, СМК, любому случайному человеку.

М. А. Воскресенская
Санкт-Петербургский гос. ун-т

ТЕМА ПОВСЕДНЕВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОЧТЕНИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

В статье обосновывается необходимость журналистского анализа и освещения повседневной культуры. Рассматриваются возможности применения для этого в журналистике научно-исследовательской методологии.

Ключевые слова: повседневная культура, жизненный мир, социокультурная реальность, журналистский анализ.

M. A. Voskresenskaya
St Petersburg State University

THEME OF EVERYDAY CULTURE IN JOURNALISM REFLECTION

The need in the journalistic analysis and coverage of everyday culture is substantiated in the article. Possibilities of usage of research methodology for this purpose in journalism are considered.

Key words: everyday culture, vital world, socio-cultural reality, journalistic analysis.

Суть журналистики, ее изначальное назначение состоит в освещении различных сторон наличной действительности, объективно существующей социальной реальности. Даже при отражении каких-то субъективных мнений журналист должен опираться на факты: без этого его профессиональная деятельность теряет смысл. Хронотоп журналистского произведения обычно определяется границами «здесь и сейчас»; даже при возможных выходах за эти пределы оно неизменно обращено к проблемам, актуальным сегодня, важным для современного общества. Вместе с тем материалы СМИ, теоретически базирующиеся на фактах реальной действительности, далеко не всегда оставляют ощущение правды жизни. Это происходит не только в случаях явной подмены фактов их подобием с помощью подтасовки данных, искажения информации или ее тенденциозной подачи из конъюнктурных соображений и т. п. Впечатление неправдоподобия может возникать и при непродуманных принципах отбора фактов и тем для журналистского освещения.

Порой кажется, что герои журналистских проектов и внимающая им аудитория существуют в разных измерениях. Рядовой человек, обыватель вряд ли все свое время проводит в окружении «звезд» шоу-бизнеса, политиков и других медийных лиц, его жизнь явно не состоит только из сенсаций и чрезвычайных происшествий. Однако основное внимание массмедиа, как правило, приковано к чему-то из ряда вон выходящему. Обыденность воспринимается как низший, второстепенный уровень человеческой жизнедеятельности, не дающий особых информационных поводов и потому не заслуживающий упоминания в прессе.

А между тем, если журналист — это «летописец современности», то в его «летопись» должны попадать и факты повседневной жизни. Без обращения к обыденным вопросам, без воссоздания повседневных сторон человеческого существования журналистское познание действительности страдает неполнотой, неадекватностью жизненным реалиям. Повседневность — это самая

естественная и непосредственная реальность для человека, это то, чем наполнена его жизнь от первого до последнего вздоха. Не может не быть актуальным отражение человеческой жизнедеятельности «снизу», «изнутри», с точки зрения самих участников общественных процессов. Исследование повседневности позволяет журналисту и его аудитории выявить материальные и духовные связи человека с эпохой, в которой ему довелось жить, почувствовать «дух времени», раскрыть идейную и предметную специфику конкретного социума, понять смыслы, вкладываемые людьми во все явления социокультурной реальности.

Несправедливо было бы утверждать, что тема повседневной культуры совершенно обойдена вниманием СМИ. Она всегда присутствовала в отечественной журналистике. Необычайно ярко обыденная сторона жизни и проблема «маленького человека» раскрывается, к примеру, в русском журналистском бытописательстве, сохранившем для потомков интереснейшие сведения о повседневной жизни прошлого, которые не отыскать ни в одном учебнике истории. Важно отметить, что журналистские материалы с описанием и анализом различных сторон повседневности могут служить не только бесценным историческим источником, главное — они открывают современникам самих себя. Тематика повседневности присутствует и в сегодняшних массмедиа, причем в довольно широком диапазоне: от журналистики life style до публицистических размышлений о смысле жизни. Одним из интересных примеров может служить сборник эссе красноярского журналиста В. Василенко «Культура повседневности»¹, составленный по материалам авторской колонки, публиковавшимся в муниципальной газете. Автор выражает убеждение в том, что культуру нельзя сужать до пределов художественного творчества, сводить ее к спектаклям, концертам и книгам. Культура растворена в повседневности, она проявляется в самых обыденных вещах: в манере бытового общения, в обыденном этикете, в неписаных правилах поведения, в жизненных интересах и потребностях, в повседневных привычках, в широте мышления и в ханжестве, в уважении к окружающим и в его отсутствии...

¹ Василенко В. Культура повседневности. Красноярск, 2012.

Культура повседневности многолика, разнообразна, сложна по структуре. Ее плодотворному журналистскому постижению может способствовать научно-исследовательский опыт, накопленный мировой гуманитарной и общественной мыслью. Использовать достижения смежных дисциплин полезно не только в теоретических изысканиях, но и в практической журналистской деятельности при анализе повседневной культуры.

Отдельные аспекты повседневной жизни людей оказывались в поле исследовательского внимания многих мыслителей и ученых еще с античных времен, но в целом проблематика повседневности довольно долго не входила в число первостепенных интересов исследователей. Самостоятельным предметом изучения повседневность стала лишь в XX в., когда произошло кардинальное философское переосмысление места человека в мире, основ его существования и внутренней природы. Было осознано, что повседневная жизнь играет существенную, если не ведущую, роль в формировании человеческой личности, ее ценностей, идеалов и миропредставлений, что из обыденных деталей, бытовых мелочей в конечном итоге складывается уникальный облик определенной исторической эпохи и конкретного социума.

Основы современного понимания и истолкования повседневности как философской проблемы заложил Э. Гуссерль. В русле его феноменологии повседневность предстает как «жизненный мир», воспринимаемый человеком субъективно и непосредственно, на основе «естественной установки» сознания в качестве единственно подлинной реальности, как средоточие дорефлексивного практического опыта и житейской мудрости, «интуитивная среда» разнообразных людских взаимодействий².

Особенно активный и масштабный характер исследования в области повседневной культуры приобрели после «антропологического поворота» 1960-х годов в гуманитарно-общественных отраслях знания. В это время заметно оживляется междисциплинарное взаимодействие общественных и гуманитарных наук, складываются интегративные подходы к изучению общества.

² Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. М., 2004.

При этом интеграция заявляет о себе не только в методическом плане, но и на уровне объектов исследования. Был сделан важный методологический вывод о том, что существуют сложные, многомерные объекты социокультурной действительности, принципиально не поддающиеся всестороннему и полноценному постижению в рамках какой-то отдельной, единственной науки. Центральным из таких объектов является человек, изучаемый, в том числе, в его повседневном бытовании. Различные аспекты повседневности стали предметом глубоких научных работ целого ряда гуманитарных и общественных дисциплин.

Социология повседневности широко применяет феноменологический метод исследования с опорой на концепцию «жизненного мира». В частности, *Ю. Хабермас* выделяет в структуре общества две подструктуры: жизненный мир и системный мир. Жизненный мир в интерпретации *Ю. Хабермаса* — это конкретная социокультурная среда, в которой существует человек. Здесь на первый план выходят личные субъективные интересы, представления, переживания, связи, контакты и несущественная статусно-функциональная субординация. Системный мир — это обезличенное существование на уровне общества в целом, где главенствуют жесткие деперсонифицированные связи и на второй план отступают индивидуальные личностные качества, уникальные человеческие характеристики. Несмотря на явное противопоставление этих подструктур, системный мир формируется на основе жизненного мира, являясь его порождением и продолжением³.

Создатели теории «социального конструирования» *П. Бергер* и *Т. Лукман* также сочли феноменологический анализ наиболее подходящим методом исследования повседневности. С точки зрения этих ученых, повседневная жизнь воспринимается людьми как целостный и субъективно значимый для них мир. Реальность повседневной жизни носит в их глазах самоочевидный характер и не требует каких-то специальных подтверждений или проверок. Основное содержание повседневной жизни составляют непосредственные личные контакты между людьми. Обыденность

³ *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.

необычайно глубоко воздействует на человека, вызывая особую напряженность его сознания⁴.

С позиций феноменологии исследует повседневность и социолог А. Шюц. По его мнению, в обыденном, повседневном сознании существует естественная установка самоочевидности, реальности мира. Повседневность — это сфера непосредственного человеческого опыта, где преследуются исключительно практические цели и действуют прагматические мотивы⁵.

Социолог и этнолог П. Бурдьё стремился проникнуть в «практическую логику» повседневной жизни, пытаясь определить соотношение между свободным выбором человека и социальной детерминацией в его поведении. Ученый разработал концепцию «габитуса», под которым понимается совокупность возможных схем восприятия, мышления и поведения, характерных для определенной социальной группы. П. Бурдьё определил габитус как «принцип регулируемых импровизаций», так как индивид произвольно выбирает в той или иной жизненной ситуации наиболее подходящую для него стратегию поведения из этого установленного множества⁶. Ученый показал в своих трудах, что социальная действительность непрерывно конституируется «через практическую организацию повседневной жизни», причем это происходит не только в форме распределения материальных ресурсов, но и в форме символической реальности — в обыденных представлениях, стереотипах мышления и поведения⁷.

Социоантрополог (этнолог) К. Гирц применял к познанию повседневной культуры семиотический подход: он исследовал ее знаково-символические аспекты. Изучая символическое поведение, проявляющееся в ходе повседневных практик (церемоний, шествий, ритуалов, празднеств и т. п.), ученый пытался выявить скрытые за этими условными театральными действиями социокультурные нормы, ценности, идеалы, представления о мире.

⁴ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.

⁵ Шюц А. Структуры повседневного мышления // Социологические исследования. 1988. № 2. С. 129–137.

⁶ Бурдьё П. Практический смысл. СПб., 2001.

⁷ Бурдьё П. Социология политики. М., 1993.

Для реконструкции глубинных культурных смыслов, вкладываемых в эти практики самими их участниками, *К. Гириц* предложил метод «насыщенного («плотного») описания», результатом применения которого является интерпретация культуры с точки зрения ее носителей⁸.

С позиций семиотического подхода изучал повседневную культуру и *Ю. М. Лотман*, выступавший в данном случае как культуролог. Стремясь выяснить неписанные правила, которых придерживаются люди в повседневной жизни, ученый соотносил бытовое поведение представителей определенных социальных слоев с нормами и ценностями культуры того общества, к которому они принадлежали⁹.

Историк *Ф. Бродель* построил системную модель повседневности, в которой выделил материальные и нематериальные структуры. К материальной составляющей обыденной жизни относится все, что постоянно окружает человека, определяя его физическое существование: природные и экономические условия, жилище, одежда, пища, трудовая деятельность, потребности и возможности их удовлетворения. Нематериальная жизнь включает эмоции, ценности, представления человека и повседневные практики, в которых реализуется духовная сторона человеческого существования¹⁰.

Историк *Ч. Тилли* занимался реконструкцией человеческого опыта переживания крупных структурных изменений, описывая жизнь простых людей в ходе общественных сдвигов. Ученый считал разработки в данной области главной задачей социальной истории¹¹. Важно понимать, что социальное изменение вклю-

⁸ *Гириц К.* «Насыщенное описание»: в поисках интерпретативной теории культуры // Антология исследований культуры. СПб., 1997. Т. 1. С. 171–200.

⁹ *Лотман Ю. М.* Декабрист в повседневной жизни (Бытовое поведение как историко-психологическая категория) // *Лотман Ю. М.* Избранные статьи: В 3 т. Таллинн, 1992. Т. 1. С. 296–336; он же. Поэтика бытового поведения в русской культуре XVIII века // Там же. С. 248–268.

¹⁰ *Бродель Ф.* Материальная цивилизация: экономика и капитализм XV–XVIII вв. М., 1986. Т. 1: Структуры повседневности: возможное и невозможное.

¹¹ *Tilly, C.* Retrieving European lives // *Reliving the Past. The worlds of social history* / O. Zunz (ed.). Chapel Hill; London 1985. P. 11–52.

чает в себя не только собственно структурные трансформации, но и изменения в ценностях, понятиях, стиле мышления людей. Новая культура, новые условия жизни — это во многом и новое видение мира, его восприятие с иной точки зрения. Все это находит свои проявления в повседневной культуре.

А. Людтке, один из основоположников научного направления повседневной истории, сформулировал глубокую мысль: человек является активным творцом повседневной жизни, он постоянно включен в процесс создания и переустройства структур повседневности, пытаясь приспособить к себе окружающий его жизненный мир¹². Таким образом, повседневность необходимо осознать как ресурс формирования новых смыслов, социальных норм, моделей мышления и поведения, а не только как способ их реализации.

Наблюдения и концептуальные выводы ученых могут в методологическом плане способствовать более глубокому журналистскому проникновению в проблематику повседневной культуры, помочь понять не только то, какими представлениями и ценностями руководствуются люди в обыденной жизни, но и то, какими факторами обусловлено формирование их духовных ориентиров. Опираясь на теоретические положения упомянутых выше исследователей, можно предпринять анализ многих явлений современной повседневной культуры. Например, в контексте материальных структур повседневности имеет смысл поразмышлять о том, какое влияние оказывают современные гаджеты и коммуникативные технологии на обыденные практики людей, культуру чтения, организацию досуга, стиль мышления, характер межличностного общения и т. д. Обратившись к нематериальным структурам, полезно задуматься о причинах широкого распространения в современном и, казалось бы, цивилизованном обществе предрассудков, бытовой магии, разнообразных вненаучных форм постижения мира.

Журналистика не может пройти мимо опыта переживания обыденным сознанием структурных изменений в обществе, осо-

¹² Людтке А. Что такое история повседневности? Ее достижения и перспективы в Германии // Социальная история: Ежегодник, 1998/99. М., 1999. С. 77–100.

бенно в постсоветской России, до сих пор испытывающей на себе последствия системных трансформаций новейшего времени. В контексте соотношения жизненного и системного миров можно рассматривать реакции «маленького» человека, рядового гражданина на решения и действия властей, интересно также было бы исследовать правовое сознание обывателя, скажем, его отношение к коррупции, которая на словах всегда осуждается, а на деле привычно воспроизводится и подпитывается на всех уровнях общества. Предметом журналистского анализа может стать и символическое поведение современника, например, его отношение к традиционным ритуалам, формам фиксации брака и т. п. Обращение к этому кругу вопросов дает возможность понять, каким образом унаследованные культурные традиции, обычаи, представления определяют поведение людей в различных жизненных ситуациях, направляя тем самым развитие событий и отношений. К числу злободневных вопросов сегодня можно отнести и конкретные проявления в бытовом поведении людей норм и ценностей различных социальных групп. В качестве примеров приведем нашумевшие «стреляющие свадьбы» или жертвоприношение баранов во время мусульманских праздников на улицах исконно русских городов, провоцирующие нарастание взаимной неприязни между людьми на этнокультурной почве.

Внимание к повседневности способствует пониманию внутренней целостности социокультурной действительности. Повседневную культуру необходимо изучать в широком социальном контексте, и тогда через частные, субъективные аспекты жизни можно выявить определенные закономерности социального существования человека и общества в целом. Например, обыденное бытование обитателей какой-нибудь коммунальной квартиры многое может открыть в стиле мышления, характере межличностных отношений и ценностях того общества, которое никак не может (или не считает необходимым) от этих «коммуналок» избавиться. Частное по-настоящему обретает смысл, когда оно поставлено в связь с всеобщим. Частные случаи повседневной жизни, ее субъективные стороны, рассматриваемые журналистом, могут служить основой для последующей типизации, обобщения.

Повседневность динамична, она неизбежно реагирует на общественные трансформации. Повседневная культура многолика, она имеет индивидуальный образ в различных регионах, социальных группах, локальных обстоятельствах. Постигание повседневных сторон жизни бесконечно, принципиально незавершимо, особенно если принять во внимание то немудреное соображение, что человек вряд ли когда-нибудь перестанет быть интересным самому себе. Все это открывает долгосрочные перспективы исследования различных аспектов повседневности, неизменно актуального как для научного познания, так и для журналистики.

М. В. Загидулина
Челябинский гос. ун-т

**К ФИЛОСОФИИ «ГРАНИЦЫ»:
ИСКАЖЕНИЕ ПРАВДЫ
В НОВОСТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ
В КОНТЕКСТЕ ОСОБЕННОСТЕЙ
ОТЕЧЕСТВЕННОГО МЕНТАЛИТЕТА
И ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКСПАНСИИ**

В статье рассматривается проблема «запрограммированности» искажений в новостной журналистике в силу особенностей отечественного менталитета, а также выдвигается тезис о неизбежности доминирования мнений, а не фактов в российской журналистике в силу потребностей аудитории, обусловленных исторически сложившейся системой общественных отношений и перманентного кризиса доверия «официальному слову».

Ключевые слова: российская ментальность, исторические стереотипы, журналистика фактов и мнений, кризис доверия в информационном пространстве.

M. V. Zagidullina
Chelyabinsk State University

**PHILOSOPHY OF “BORDER”: DISTORTION
OF THE TRUTH IN NEWS JOURNALISM
IN THE CONTEXT OF RUSSIAN MENTALITY
AND INFORMATION EXPANSION**

The problem of “pre-programmed” distortions in news journalism is connected with peculiarities of Russian national mentality, as well as inevitable domination of opinions not the facts in Russian journalism is connected with the historical practice of social relations and the permanent crisis of confidence to the “official speech”.

Key words: Russian mentality, historical stereotypes, journalism of facts and opinions, crisis of confidence, information space.

В качестве введения выдвинем три взаимосвязанных тезиса, рассмотренных в предлагаемой статье:

1) само понятие «правда» предполагает феномен, а не категорию, следовательно, обладает рядом релятивных характеристик: «правда» — не одно и то же для представителей разных национальных традиций, конфессий, возрастов, ориентаций и пр.; она оказывается зависимой от психологии и менталитета как автора высказывания, так и воспринимающей это высказывание личности; одно и то же событие в журналистике строится на перекрестке разных «правд»; установление единственной правды (Истины) — позитивистский фантом, рассыпающийся даже в случае применения классических законов физики или математики;

2) построение «правдивого высказывания» в журнализме сопрягается с особенностями национальной картины мира (языковой либо выраженной в языке), которая для носителя языка и будет правдой вопреки ее конфликтности в отношении к «правдам» других;

3) информационная экспансия последних десятилетий приводит к изменению главных параметров публичности, что создает

основу для одновременной прозрачности онтологического пространства (в том числе и ранее закрытых сфер) и потребности в маске даже в тех сферах, где ранее она не требовалась (что создает предпосылки для тотальной фейкизации информационных потоков в воспринимающем сознании, то есть параноидальном маркировании «правдивой информации» как фейка, обмана, розыгрыша, стремления выдать «мертвое» за «живое»).

Именно эти три тезиса и образуют координаты границы при выполнении современной журналистикой своей важнейшей функции — информирования. Таким образом, предлагается рассматривать эти границы не как результат действия каких бы то ни было институциональных или иных сил, имеющих соответствующую интенцию конструировать информационное пространство именно так, но как философски осмысляемые неизбежные черты ситуации функционирования. Измениться эта ситуация может только в какой-то очень отдаленной перспективе — и даже, возможно, не изменится никогда. Лимитированность «правдивости по-русски» должна восприниматься не как недостаток (по сравнению с каким идеалом?), но как данность, что и будет иметь прямое практическое значение — коррекцию медиапедагогического дискурса и профессиональной этической кодификации журналистики.

Говоря о «правде» применительно к журналистике, мы можем сослаться на одну из последних статей, посвященных этой теме: «Теория объективности, начиная с момента своего распространения в конце девятнадцатого века, казалось, совершенно полноправно претендовала на первенство как доминирующая парадигма и журналистской практики, и обслуживающей ее научной рефлексии. Но в последние десятилетия XX века все большее число ученых и практикующих журналистов стали оспаривать ее основные понятия, приведя предлагаемую теорией объективности парадигму в глубокий кризис. Теперь ни одно другое понятие не стимулирует столько споров, как понятие объективности, и дебаты эти не только бесконечны, но и безрезультатны»¹.

¹ Muñoz-Torres, J. R. *Todavía Sobre la Objetividad Periodística: Hacia la Superación de un Paradigma Fracturado // Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*. 2012. № 18 (2). P. 833.

Очевидно, что кризис «теории объективности» обусловлен общим антропологическим поворотом, переходом от эпохи модерна к постмодерниту с характерным для этого времени преодолением «страдания растворенности» личности в общем, безындивидуальном. Теперь, наоборот, личное, субъективное, уникальное оказывается той силой, что движет основными социальными институтами, заставляя их принимать решения, направленные на актуализацию и институализацию маргинальных явлений, независимо от того, идет ли речь о национальных или сексуальных меньшинствах. Продолжаясь уже более полувека, кризис теории объективности остается во многом за пределами рефлексии научного сообщества, анализирующего ситуацию в современной практической журналистике.

Так, *К. Мелло* и *А. Ван Дален* замечают: «Множество исследований в области журналистики связаны с формулированием социальных и политических ролей профессиональных ньюсмейкеров, которые они обязаны играть в современном обществе. В основании всех этих исследований лежит убеждение, что концепция, принятая специалистами, влияет на содержание новостей. Однако разрыв между идеальными представлениями и практикой журналистской деятельности неизбежен, поскольку условия, в которых работают журналисты, ограничивают возможность следования нормам и профессиональным стандартам»².

Если, скажем, *З. Рейч* полагает, что главным ограничителем в деятельности журналиста становится собственно публика (аудитория), выставляющая специфические неписанные требования не только к степени простоты изложения, но и к самим темам, определяемым «интересом» читателей³, то нет сомнений, что на самом деле, помимо этой внутренней конъюнктуры, основная граница, не позволяющая журналисту следовать принципу объективности, излагать «правду» (со всеми оговорками) в соот-

² *Mellado, C., Dalen van, A.* Between Rhetoric and Practice: Explaining the Gap between Role Conception and Performance in Journalism // *Journalism Studies*. 2013.

³ *Reich, Z.* Journalism as Bipolar Interactional Expertise // *Communication Theory*. 2012. № 22 (4). P. 339.

ветствии с тем, что он может наблюдать в событии, — это внутренняя установка, определяемая глубинными ментальными структурами, собственно языковой «матрицей», экстермальными факторами (например, актуальной структурой самого информационного пространства).

В интересном исследовании *Томаса Ханитца* о современной индонезийской журналистике мы можем усмотреть значимый для наших рассуждений момент: исследователь указывает на «несоответствие» среднего портрета индонезийского журналиста привычным американско-европейским журналистским стандартам. Прежде всего удивляет, что он прилагает к индонезийской профессионально-журналистской ситуации американско-европейскую «шкалу». Сам этот факт — транслирование американской концепции прессы («сторожевые собаки демократии») на индонезийскую ситуацию и оценка последней в категориях отклонения — говорит об удивительной живучести стереотипа, что «классическая демократия» выживет только при таком (классическом же) концептуальном типе СМИ. Между тем вопросы, заданные индонезийцам, в значительной мере характеризуют самого исследователя, гипотеза которого основана на «неизбежном недотягивании» уровня журналиста Индонезии до развитого стандарта американской журналистики: «Полученные данные свидетельствуют о том, что “типичный” индонезийский журналист — молодой хорошо образованный мужчина, чья зарплата несколько выше средней. С точки зрения образования и профессиональной подготовки журналисты архипелага становятся все более квалифицированными. Они считают себя нейтральными и объективными распространителями новостей, а не политическими субъектами и агентами влияния. Индонезийские журналисты осуждают нарушения законности в правительстве, но, как это ни парадоксально, многие из них оправдывают коррупцию, в том числе и в своей повседневной работе»⁴.

Здесь нет желания ответить на вопрос — каковы ментальные истоки такого профессионального позиционирования? Не явля-

⁴ *Hanitzsch, T. Journalists in Indonesia: Educated but Timid Watchdogs // Journalism Studies. 2005. Volume 6. Issue 4. P. 493.*

ется ли массовая профессиональная тактика (а в опросе приняли участие 385 индонезийских журналистов) следствием сформированности собственной, локально-национальной новостной модели? Многие исследовательские наблюдения в свете такого вопроса становятся амбивалентными, требуют некоторой ревизии.

Например, *Р. Каплан* обращается к проблеме воздействия институтов на функции в рамках концепции «нового институционализма»⁵. Для этого исследователя события конца XIX — начала XX веков, когда журналистика в Америке совершила решительный поворот от «партизанских действий» против каких-либо лиц и сил к объективному описанию действительности, представляют собой период «обратного воздействия»: сначала возникла теория («как надо функционировать»), а уж вслед за ней пошла и практика (журналистская деятельность стала подстраиваться под новые стандарты). Как видим, в таком случае речь идет о профессионально-институциональном рационализме — практическая деятельность именно следствие «закона». Однако возникают сомнения: а не была ли институционализация лишь «видимостью» авангарда — на самом деле сама практика (основанная на ментальных и исторически ситуативных факторах) «диктовала» институту новые правила?

Если предположить, что концепция СМИ как «сторожевой собаки демократии», соотношенная с «первой поправкой к конституции», — органичная часть картины мира, формируемой в рамках американской ментальности, то мы увидим противоречие в самой идее трансфера этих моделей на другие национальные и ментальные почвы. При всем согласии с этими принципами (рациональным приятием концепции как наиболее соответствующей принципам демократии — безотносительно к ее национальному варианту) стоит задуматься об особенностях национальной журналистики, а главное — об особой конфигурации информационных потребностей отдельных наций, национальностей, этносов (в данном случае важно только, что есть некие ментальные единства, обладающие общностью и особенностью таких потребностей).

⁵ *Kaplan, R. L. The News about New Institutionalism: Journalism's Ethic of Objectivity and Its Political Origins // Political Communication. 2006. № 23 (2). P. 173–185.*

Тогда, вернувшись к индонезийскому опросу, мы можем задать вопрос — а не являются ли индонезийские журналисты «карьеристами по-своему», вовсе не стремящимися ставить себе профессиональные задачи, идентичные американским или европейским? Если сам тип демократии в стране особенный, то почему СМИ должны быть универсально одинаковыми, в том числе и по своей миссии, высшей цели, социальным функциям?

Здесь уместно вернуться к вопросу о «правде». Правда вполне может быть «рамочной», а, например, подход к ней как к «абсолюту» — неприемлемым на национальном (локально-аудиторном) уровне.

Отметим, что для отечественной аудитории, например, как замечалось неоднократно, большее значение имеет взвешенное мнение, а не факт. Слепое следование западному стандарту (давать, например, две противоречивые версии одного и того же события, сталкивать точки зрения) в российской аудитории встречено холодно (во всяком случае, мы не видим выраженной поддержки таких форм). Напротив, те ресурсы, что аккумулируют на своих страницах «мнения», оказываются фаворитами. Впрочем, эти наблюдения требуют отдельных исследований, подтверждения цифрами. Пока можно отметить, что общий путь российской журналистики на постсоветском пространстве в сторону калькирования западных моделей (форматы газет — таблоиды, квалоиды, франшиза журналов, глянца в целом, бесконечное клонирование телевизионных программ, радишоу и т. п.) не привело к возникновению какого бы то ни было гражданского согласия между обществом и журналистикой.

X съезд Союза журналистов России констатировал, что главной проблемой отечественной журналистики сегодня стала практически абсолютная утрата доверия публики «своим» СМИ. Успешность каких-либо медиапроектов иногда подчеркивается вниманием к ним со стороны публики. Однако даже это внимание не конвертируется в социальное доверие: «Без доверия острота наших перьев, сама миссия журналистики в

целом, становятся бессмысленными, а мастерство — невосстановленным и абсурдным... Восстановление доверия к слову жизненно необходимо не только тем, кто сам живет этим словом. Пресса — испытанный механизм взаимодействия внутри общества, установления в нем мира и согласия; разрушение этого механизма неминуемо приведет к непредсказуемым последствиям. Поэтому мы вправе надеяться на помощь в нашей борьбе за восстановление социального авторитета журналистики. <...> Только вернувшись к бездарно растроченным ценностям, мы способны обеспечить свое профессиональное будущее. И чтобы восстановить уважение к себе, надо научиться уважать самих себя»⁶.

Текст резолюции позволяет нам видеть, что, собственно, голос журналистики как социального института предупреждает о системном кризисе и даже тупике, в который зашло профессиональное сообщество. Можно предположить, что тупик этот и обусловлен стремлением калькировать представления о «правде» без учета национальных границ и особенностей отношения к правде, основанного, несомненно, на национальной системе ценностей, аксиологии информационного пространства.

Приведем пример расхождений в языковых картинах мира, например, русскоязычного и англоязычного журналиста: чтобы подчеркнуть, что что-то уже было сказано, англоговорящие лица прибегнут к поговорке *I told you twice* («Я уже дважды говорил»). Невозможно представить себе носителя русского языка, ограничивающегося всего лишь дублированием. Самое распространенное выражение-аналог — это «Я тебе сто раз говорил». Это касается и поговорки о «примерить — отрезать» (два против семи) и других «преувеличений». Наша задача здесь — показать разницу отношения к реальности на ментальном уровне. Русский язык «приспособлен» к гиперболе — но это именно следствие

⁶ Приоритетные направления развития Союза журналистов на 2013–2018 годы: резолюция X съезда Союза журналистов России. URL: <http://ruj.ru/x/the-resolution-on-priority-directions-of-work-of-the-russian-union-of-journalists-in-2013-2018-years.php>.

гиперболичности мышления вообще (всего много, кругом ширь и высь, «Отсюда, хоть три года скачи, ни до какого государства не доедешь» — *Н. В. Гоголь*, «Ревизор» и т. п.). Тогда определенной границей как раз и будет этот гиперболизм — журналист не может в своем творческом высказывании избежать этого национального свойства — ведь он тоже носитель той же картины мира, вербализованной в соответствии с глубинными структурами русского языка.

Но это лишь пример — нужный для осторожности высказываний по поводу национальной модели журнализма.

Еще важнее столкновение современной информационной ситуации с собственно традиционным (и тоже национальным) отношением к публичности. Для русского человека вскрытие тех зон и сфер, которые ранее были наглухо закрыты от чужих глаз, стало своеобразной инициацией. Стоит вспомнить ажиотаж вокруг первого реалити-шоу «За стеклом», первых обнажений интимности, которые транслировались СМИ (например, замечательный успех газеты «СПИД-инфо», сделавшей свой контент на письмах-признаниях читателей о своем сексуальном опыте самого разного плана и толка). При этом значимо, что традиционно закрытые сферы выводились в публичное пространство не только и не столько журналистами или шоуменами, но именно самими «простыми людьми». Потребность в нравственном эксгибиционизме оказалась удивительно созвучна техническим возможностям новейшего времени, а также и визуальному повороту, открывающему креолизированным текстам прямую дорогу к пиктограмме — уменьшению и выведению слова, текста на периферию при центральном положении картинки. Триумф социальной сети Instagram — яркое тому подтверждение.

Однако и здесь в оценках и суждениях следует быть предельно осторожными. Информационная транспарентность, превращение стен частного дома в «застеколье», подобное домам в замятинской утопии «Мы», чревато сразу целым комплексом эффектов, которые определяют сегодняшний момент в его противоречиях и столкновениях с ментальными (не-

устраняемыми) особенностями соответствующего (русскоговорящего) сообщества. Русское «на миру и смерть красна», возможно, как раз относится к этике «последнего шага» (только на миру смерть и красна), но никак не к повседневности. Типичное для групповых американских фотографий стремление «попасть в кадр», улыбаться, подпрыгивать, демонстрируя радость, могло бы быть противопоставлено русским фотографиям, где все смущены, многие стремятся спрятаться за соседей, улыбки вымучены или вообще отсутствуют. Эти национальные особенности возможно рассматривать как отдельные штрихи для наблюдений — но без таких наблюдений невозможно анализировать модель журналистики, чья задача — концепирование национального характера в его современном статусе и постоянная «подпитка» нации этическими задачами, не позволяющими расслаблять совесть и душу.

Невозможно добиться выполнения этой задачи «универсальными», надмирными методами, формированием единой доктрины метажурнализма. В одном сообществе будет важнее коллектив журналистов, сильная профессиональная команда, в другом — отдельный человек, лидер, а в российском всегда — одиночка-мыслитель и деятель. В принципе, здесь и задается граница профессионализма — он оканчивается там, где оканчивается масштаб личности. И наоборот, в России властителем дум может быть человек, не имеющий никакого отношения к профессиональной журналистике. Только сегодня профессиональное сообщество России всерьез задумалось не столько даже о гранях профессионального мастерства, сколько о востребованности всех этих компетенций — а это ли надо? И надо ли? Такие онтологические вопрошания раздаются все чаще и чаще, и вопрос о границах профессиональной ответственности перемежается с вопросом о профессионализме вообще — а что же это такое? Но только в свете ответа на этот вопрос и может быть рассмотрен вопрос о «правде» в журналистике.

Р. Г. Иванян

Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики

ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА (НА ПРИМЕРЕ СИТУАЦИИ, СЛОЖИВШЕЙСЯ В СВЯЗИ С ПРИНЯТИЕМ «ЗАКОНА ДИМЫ ЯКОВЛЕВА»)

В статье рассматриваются предпосылки и различные формы гражданской активности журналистики, начиная с открытого заявления своего несогласия и вербализации запросов от лица граждан до инициирования протестных действий в защиту общественных интересов. Они проявились в связи с принятием закона «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушению прав граждан РФ» («закона Димы Яковлева») в декабре 2012 — январе 2013 гг.

К л ю ч е в ы е с л о в а: закон, СМИ, журналистика, гражданское участие, международное усыновление, защита общественных интересов.

R. G. Ivanian

St Petersburg State University for Service and Economy

CIVIC ACTIVISM OF A JOURNALIST (EXPERIENCE RELATED TO THE “DIMA YAKOVLEV LAW”)

The paper covers preconditions and forms of civic activism of journalism, from the outspoken disagreement with the authorities publicly and voicing on behalf citizens and to the initiation of the open protests as a part of advocacy campaign. All these forms have been employed when the law “On Measures Affecting Individuals Involved in Violations of Fundamental Human Rights and Freedoms and Rights and Freedoms of the Citizens of the Russian Federation” (“Dima Yakovlev Law”) was passed in December 2012 — January 2013.

Key words: law, mass media, journalism, civic activism, participation, international adoption, advocacy.

Декабрь 2012 г. запомнился россиянам накаленной эмоциональной атмосферой, сложившейся на фоне принятия закона «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушению прав граждан РФ». Основные информационные войны развернулись вокруг «поправки Димы Яковлева», накладывающей запрет на усыновление американцами российских детей и прекращающей действие межгосударственного соглашения в этой области.

Подобно лакмусовой бумаге, принятие закона отразило существующие в стране социальные, экономические, политические противоречия и сильную поляризацию социума, в частности, в вопросах лояльности к действующей власти. Отношение к происходящему было неоднозначным и среди самих официальных лиц. Так, например, глава МИД РФ *Сергей Лавров* и ряд других чиновников высказались против поправки. Власть регионального уровня открыто заявляла о том, что для большинства детей-сирот иностранное усыновление — единственный шанс попасть в семью¹.

Обозначился рост напряжения и в медийном пространстве страны. В течение двух-трех недель немногие декларирующие свою независимость от государства СМИ и отдельные журналисты выступили с критикой законотворческой инициативы, создали или усилили общественный протестный резонанс, взяли на себя выполнение функций гражданского общества. В свою очередь, журналисты государственных и провластных медиа прибегали к профессиональным технологиям для поддержания действий политической элиты.

Ситуация, сложившаяся вокруг «закона Димы Яковлева», впервые наглядно и явственно продемонстрировала политическую поляризацию и дифференциацию современных российских СМИ и конкретных журналистов. По словам некоторых экспертов, государственные медиа, а также те, чьи владельцы управляют бизнесом, зависящим от государства, искусно создавали ощущение выполнения традиционных функций СМИ (таких как

¹ Например, об этом на пресс-конференции 19 декабря 2012 г. заявил глава Комитета по социальной политике Администрации Санкт-Петербурга *А. Ржаненков*.

объективное отражение реальности, социальный контроль, участие в формировании общественного мнения, роль «сторожевого пса на службе общества» и др.). Используя инструменты качественной журналистики, они «пародировали независимые СМИ, однако конечный продукт все равно носил явно очерченный агитационно-пропагандистский характер»². Это происходило за счет осознанной самоцензуры, проявляющейся в избирательном отражении действительности, манипулировании фактами, использовании методов воздействия на эмоциональную сферу человека, выбора соответствующих источников информации и т. д. Развлекательная ориентация многих СМИ (например, популярных ток-шоу) превратила тематику социального сиротства в «инфотейтмент», который «является синдромом разложения общества и в то же время инструментом морального упадка»³.

Ситуация вокруг «закона Димы Яковлева» продемонстрировала и другую компоненту современного медийного пространства, имеющую, на наш взгляд, более здоровое начало. Практически все российские СМИ проявляли интерес к тематике сиротства и ранее, а некоторые выходили далеко за пределы профессиональных рамок. Так, например, еще в середине 2000-ых программа «Детский вопрос» («Радио России») проводила акцию «Поезд надежды». Редакция собирала потенциальных усыновителей, выбирала регион, в котором сироты особенно сильно нуждались в помощи, устанавливала связи с местными органами опеки, судами, врачами, договаривалась с транспортной компанией о бесплатных билетах. Несколько семей отправлялись в путь, чтобы вернуться обратно с детьми. Тематика сиротства и инициативы в этом направлении для российских СМИ не стали новшеством, но действия вокруг «закона Димы Яковлева» продемонстрировали совершенно иной уровень гражданского участия российской журналистики. Оно не могло остаться незамеченным и, на наш взгляд, стало предпосылкой для переосмысления или, по крайней мере, постановки вопроса о роли медиа в современной России.

² Из выступления А. Мельникова в Московской школе политических исследований, 5–8 декабря, 2012 г. Москва, Голицыно.

³ Там же.

В данной статье рассматриваются ключевые особенности гражданского участия журналистики, проявившиеся с середины декабря 2012 по середину января 2013 гг. Указанный временной отрезок (за вычетом недели новогодних праздников) характеризуется сильным эмоциональным общественным накалом, быстрым темпом разворачивания событий, высокой активностью СМИ и отдельных журналистов. О социологических исследованиях, раскрывающих суть происходящего, нам неизвестно, скорее всего, в силу их отсутствия.

Ключевые события, произошедшие в течение нескольких зимних недель, включают в себя следующие эпизоды:

1. 10 декабря 2012 г. — внесение в Государственную Думу законопроекта «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушению прав граждан РФ».

2. 14 декабря 2012 г. — подписание *Барак*м *Обамой* «Закона Магнитского». Этим актом въезд в США был запрещен 60 чиновникам российских ведомств, причастным, по выводам зарубежных расследований, к смерти российского консультанта инвестиционного фонда *Hermitage Capital* *Сергея Магнитского*. Он умер в «Матросской тишине» при обстоятельствах, квалифицируемых рядом лиц как убийство. Законопроект «О мерах воздействия...» разрабатывался как ответная реакция на «Закон Магницкого», воспринятый органами власти как враждебный акт по отношению к РФ.

3. 17 декабря 2012 г. — внесение депутатами поправки о запрете на усыновление российских детей гражданами США. Поправка гласит: «Запрещается передача детей, являющихся гражданами РФ, на усыновление (удочерение) гражданам США, а также деятельность на территории РФ органов и организаций в целях подбора и передачи детей, являющихся гражданами РФ, на усыновление (удочерение) гражданам США, желающим усыновить (удочерить) указанных детей и т. д.». Поправка была названа именем *Димы Яковлева*, двухлетнего мальчика, усыновленного гражданами США. Приемный отец *Майлс Харрисон* оставил ребенка закрытым в своем автомобиле, и ребенок погиб от удущья и перегрева, однако суд вины родителей не признал.

4. 19 декабря 2012 г. — одиночные и групповые пикеты против «поправки Димы Яковлева».

5. Рассмотрение законопроекта во втором чтении. Принятие поправки о введении запрета на усыновление детей из России американцами.

6. 19 декабря 2012 г. — «Новая газета» инициировала сбор подписей против «поправки Димы Яковлева».

7. 21 декабря 2012 г. — принятие закона в третьем чтении.

8. 20 декабря 2012 г. — пресс-конференция *В. В. Путина*, на которой тема международного усыновления стала сквозной.

9. 26 декабря 2012 г. — единогласное одобрение закона Советом Федерации.

10. 28 декабря 2012 г. — подписание президентом РФ *В. В. Путиным* Федерального закона «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушениям основополагающих прав и свобод человека, прав и свобод граждан Российской Федерации».

11. Обращения детей, *Максима Каргапольцева* и *Натальи Писаренко*, к президенту РФ⁴.

12. 13 января 2013 г. — митинги и пикеты протеста, инициированные оппозицией.

Принятие «закона Димы Яковлева» создало предпосылки для проявления разных форм гражданской активности журналиста как индивидуума и СМИ как института. Спектр реакций варьируется от форм открытого обозначения своего несогласия с документом и примыкания к оппозиционному политическому движению до непубличных действий личного характера. В то же время принятие закона повлекло за собой резкую поляризацию профессионального медийного сообщества на «провластные» и «свободные» СМИ.

Уже сам факт выражения личной точки зрения, активная гражданская позиция и участие журналистов свидетельствуют о ряде тенденций в современной российской журналистике, отражающей состояние общества и государства. После мер, ослабивших «третий сектор» (в том числе ухода крупных международных

⁴ Живой журнал *Наташи Писаренко*. URL: <http://blindnatasha.livejournal.com/17747.html>.

грантодателей, принятия закона «Об иностранных агентах» и др.), и усиления вертикали власти, акторов, способных оказать функцию «критической обратной связи» власти, практически не осталось. Свободные медиа и стали той группой, которая в условиях небольшого социального протеста взяла на себя роль гражданского общества. Как показал последующий год, этот потенциал был утрачен и более не проявлял себя так ярко, как в тот период.

В действиях СМИ можно отметить несколько этапов. Первый — до внесения «поправки Димы Яковлева» — характеризуется относительным спокойствием медийного пространства (если не считать того факта, что на протяжении последних двух лет случаи смерти приемных российских детей в США освещались в жестко-эмоциональном стиле). Второй — между моментом внесения поправки и пресс-конференцией главы государства *В. В. Путина* — наполнен возмущением против депутатов Государственной Думы и одновременно ожиданиями и надеждами на «доброе царя». Третий этап можно обозначить как период утраты иллюзий и роста протестных настроений, эскалации отчуждения, усиления недовольства президентом РФ и властью в целом. В этот же период активизировалась машина государственной пропаганды и началась информационная война внутри медийного сообщества за воздействие на массовое сознание⁵. Тематика сиротства и международного усыновления стала политизироваться, в частности, оппозиция принялась использовать протестный потенциал в своих интересах. Третий этап завершился 13 января 2013 г. столичными митингами и пикетами.

Ситуация, сложившаяся в связи с принятием «закона Димы Яковлева», выявила шесть различных форм гражданского участия журналистики.

Некоторые издания и конкретные журналисты **открыто заявили о своем несогласии** с законопроектом и, используя демократические технологии, выходящие за рамки сугубо професси-

⁵ Механизмы пропаганды были подробно описаны в статье: *Светлана Шмелёва*: Мифы подлецов // АиФ. 2013. 15 янв. URL: <http://www.aif.ru/society/article/59118>.

ональных, приняли активную позицию по предотвращению его подписания. Среди таких СМИ выделялась «Новая газета», которая попыталась применить различные легитимные способы влияния на процессы принятия политических решений.

Газетчики использовали откровенный стиль подачи информации и не стеснялись награждать депутатов различными экспрессивно окрашенными эпитетами. Они резко выражали негативное отношение к закону (например, называли «людоедским»). Свое несогласие с принятием документа на разных этапах продемонстрировали и конкретные журналисты, как правило, известные лидеры мнений. Так, например, *В. Познер* в своей авторской программе, обращаясь к депутатам, сравнил их с унтер-офицерской вдовой⁶. Парламентарии ответили угрозой принятия законопроекта, в соответствии с которым иностранным гражданам будет запрещено работать на российских госканалах⁷. История закончилась запросами депутатов к телеканалу об уровне дохода *Познера* и его ответными извинениями.

С резкой критикой закона выступили журналисты *Юлия Латынина*, *Марат Гельман* (радио «Эхо Москвы») ⁸, *Александр Архангельский* (канал «Культура») ⁹. Журналист *Станислав Кучер* заявил, что «после этого думского голосования Россия в имиджевом плане потеряла больше, чем после всего скандала с Pussy Riot. Подобный ответ на “акт Магнитского” являет планете моральную деградацию и профессиональную неадекватность пусть марионеточной, но все же формально законодательной власти России»¹⁰.

Сильные эмоции и резко негативные оценки закона транс-

⁶ URL: <http://pozneronline.ru/2012/12/3810/>; URL: <http://www.youtube.com/watch?v=O-fne8E6id0>.

⁷ Депутаты хотят запретить Познеру работать на госканалах // Диалог. Интервью. URL: <http://topdialog.ru/2012/12/27/deputaty-hotyat-zapretit-pozneru-rabotat-na-goskanalax/>.

⁸ Блог *М. Гельмана*. URL: http://echo.msk.ru/blog/marat_gelman/988496-echo/; Эхо Москвы. URL: <http://echo.msk.ru/programs/code/983190-echo/>.

⁹ Блог *А. Архангельского*. URL: <http://arkhangelsky.livejournal.com/287211.html>.

¹⁰ Дай Бог, чтобы весь этот «цирк с андроидами» оказался очередной спецоперацией по поддержке нового имиджа Путина. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2094256>.

формировались в радикальную позицию части журналистского сообщества по отношению к действиям власти. *Лев Шлосберг* в статье «Сукины дети» прибегает к очень резким выражениям и пишет, что «эти люди в полной мере показали себя хуже, чем дикие звери. Это — не власть. Это — банда. И выступила она в защиту бандитов, а прикрыла она своих бандитов — большими детьми»¹¹.

Второй формой гражданского участия СМИ можно назвать использование журналистом своего **служебного положения** (а именно возможности доступа к официальным лицам, принимающим решения, имеющие влияние на судьбы миллионов человек) для того, чтобы озвучить и донести до них взгляды и мнения тех социальных групп, которые не могут самостоятельно лоббировать свои интересы и нуждаются в поддержке. Выражение позиции может происходить как прямолинейно, так и опосредовано, за счет соответствующих формулировок вопросов. Эту форму гражданского участия можно было легко заметить во время пресс-конференции главы государства, когда вопрос о «законе Димы Яковлева» был задан восемь раз¹². Журналистов интересовало, насколько адекватен ответ России на «акт Магнитского», корректно ли использовать детей в политических интересах, насколько президент осведомлен о реальном положении в области опеки и усыновления и др.

Выступление журналиста газеты «Аргументы и факты» *Александра Колесниченко* вызвало очень большой резонанс в первую очередь потому, что он сам является усыновителем. По словам супруги корреспондента, «муж взял на себя смелость донести до Путина общее мнение, которое в последние дни звучало в СМИ, в соцсетях, во всех разговорах»¹³. Именно с подачи *А. Колесниченко* закон приобрел новый эпитет —

¹¹ Шлосберг Л. Сукины дети // Псковская губерния. 2012. 19–25 дек. URL: http://gubernia.pskovregion.org/number_621/02.php.

¹² Детские вопросы Путину. URL: http://www.gazeta.ru/politics/2012/12/20_a_4900301.shtml.

¹³ Юлия Колесниченко: Муж взял на себя смелость донести до Путина общее мнение. URL: <http://m.aif.ru/society/article/58505>.

«людоедский»¹⁴.

Однако ответ *В. В. Путина*, который заявил, что считает принятие поправки о запрете усыновления гражданами США российских детей адекватным и правильным шагом, не соответствовал ожиданиям аудитории. Спустя несколько дней закон был подписан, с этого момента начался третий этап информационного многоголосья и гражданской активности журналистики.

Следующий пример гражданского участия журналистики — это иницирование и последующая координация различных **легитимных действий**, направленных на защиту общественных интересов (адвокаси). Например, «Новая газета» начала сбор подписей под обращением к депутатам, и за два дня собрала более 120000. Тем не менее Госдума приняла закон через 5 минут после объявления о получении подписей. Разочаровавшись в результативности своих действий, газета объявила новую задачу — досрочный роспуск Государственной Думы, которая, как мы видим сейчас, не была реализована.

Четвертый пример гражданского участия связан с использованием профессиональных технологий **для продвижения определенных позиций** и установок в интересах социально уязвимых групп.

Аналитические материалы по проблематике, подаваемые в определенном ракурсе (фрейме), оказывают сильное воздействие на массовое сознание. Вокруг «закона Димы Яковлева» разразилась настоящая информационная война. В рамках данной статьи нас интересуют гражданские действия журналистики, и мы сознательно не рассматриваем инструменты государственной пропаганды.

Когда информация о поправках вышла в свет, СМИ опубликовали большой объем данных, отражающих положение дел в сфере российского сиротства и усыновления (удочерения). Так, например, **информационное агентство REGNUM** привело данные о детях-сиротах, нуждающихся в устройстве в семью, и

¹⁴ Путин — журналисту АиФ: Ответ Госдумы на «закон Магнитского» считаю адекватным. URL: <http://www.aif.ru/politics/news/275919>.

статистику иностранного усыновления¹⁵. Ракурс раскрытия проблематики заключался в том, что дети, оставшиеся на попечении государства, в первую очередь больные, имеют больше шансов быть усыновленными иностранцами.

27 декабря фотослужба Издательского дома «Коммерсант» на своей странице в Интернете разместила слайд-шоу, содержащее фотографии детей, находящихся на попечении государства, и депутатов Государственной Думы (фотографы: *Д. Вышинский*, *Э. Опп*). Красноречивое название фоторепортажа («По закону подлости»), музыкальные бэкграунд (песня *Луи Армстронга* «Прекрасный мир»), а также лица обделенных и страдающих детей, перемежающиеся с довольными жизнью депутатами, создавали четкое протестное послание¹⁶.

Благодаря журналистам стали известны позитивные примеры превращения российских пасынков в достойных граждан других стран. Об этом писали *Светлана Сорокина*, *Валерий Панюшкин*, *Юлия Латынина*, *Андрей Малыгин*. В январе журналисты были всерьез обеспокоены судьбой детей, решения об усыновлении (удочерении) которых были приняты до подписания закона, а также тех, **чьи суды по усыновлению не успели состояться**¹⁷.

В начале года журналисты информировали население об акциях протеста, в частности, пересылали в социальных медиа ссылки на видеобращения известных людей (например, актрис *Т. Догилевой* и *Л. Ахеджаковой*, журналиста *С. Сорокиной*, режиссера *Э. Рязанова*). Были и открытые призывы к выражению своего гражданского несогласия с действиями власти¹⁸.

¹⁵ Смольный: В Санкт-Петербурге нет отрицательного опыта усыновления детей иностранцами. URL: <http://www.regnum.ru/news/fd-nw/piter/1606653.html>.

¹⁶ URL: <http://www.kommersant.ru/photos/flash>.

¹⁷ Семь сирот-инвалидов из Санкт-Петербурга ждут родителей из США по решениям судов. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1612299.html>; Кому сделали больно // Новая газета. 2013. 12 янв. URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/56211.html>.

¹⁸ См., например: Митинги и пикеты против «закона подлецов» и за роспуск Госдумы РФ пройдут сегодня в Петербурге. URL: <http://www.novayagazeta.ru/news/62144.html>; Андрей Колесниченко: зачем пошел на марш. URL: <http://www.aif.ru/society/article/59128>.

Во время самого митинга радио «Свобода» вело прямую трансляцию.

Пятый вариант гражданского участия проявляется в ситуациях, когда помимо своей профессиональной деятельности журналист является **участником или со-организатором какой-либо общественной инициативы**. К примеру, журналист и блогер *Валерий Панюшкин* одновременно выступает в роли координатора проекта «Правонападение» Российского фонда помощи¹⁹. В ситуации с принятием «закона Димы Яковлева» он несколько раз выступал в роли эксперта и давал свои комментарии другим СМИ.

Сам «Русфонд», регулярно публикующий просьбы о помощи на страницах газеты «Коммерсантъ», сайте rusfond.ru, а также в партнерских СМИ, в том числе и в эфире «Первого канала», может считаться примером интересной модели гражданского участия журналистики²⁰. Руководитель фонда *Лев Амбиндер* — профессиональный журналист, что наряду с другими факторами определяет политику фонда.

И, наконец, шестым механизмом гражданского участия журналиста можно назвать **активную работу онлайн**, в частности, в социальных сетях. Самая простая форма гражданского участия — это вывешивание на своей «стене» ссылок на какой-либо материал в Сети с добавлением собственного краткого комментария или просто «лайка» и поддержание открытой дискуссии на своей странице. Эта формой часто пользуется петербургская журналистка *Галина Артеменко*. Следующим этапом (хотя о последовательности, а тем более о значимости в этой ситуации речь не может идти) можно назвать пересылку материалов и чужих текстов.

Наиболее часто используемой формой выражения своей личной позиции (особенно, если она излагалась в резкой форме) для журналистов стали блоги и посты на личных или профессио-

¹⁹ *Панюшкин В.* Помощь детям рано или поздно упирается в закон. URL: http://letidor.ru/article/20_valeriy_panyushkin_pomosch_detyam_rano_ili_pozdno_upiraetsya_v_zakonyi_23504/.

²⁰ URL: <http://www.rusfond.ru/about>.

нальных страницах в социальных сетях. В этом проявляется еще одна характерная черта нашего времени — уход журналистов на «фриланс» и в блогосферу. Чаще всего журналист активизируется он-лайн, когда он лишен возможности открыто излагать свою позицию в формате СМИ, в котором работает²¹.

Принципиальным для исследователей и практиков является понимание, каковы предпосылки гражданского участия журналистики. Почему в ряде случаев медиа пропускают информационные поводы, связанные с нарушением прав человека, а в других — не только активно освещают, но и инициируют сборы подписей. Опираясь на изучаемый пример, мы можем обозначить ключевые из них.

Во-первых, тематика должна, с одной стороны, иметь противоречия, с другой — общую основу, с третьей — потенциал должен взволновать и затронуть аудиторию эмоционально. Детство и сиротство отвечает этим требованиям в полной мере, особенно в том, что связано с эмоциями и сопереживанием. Противоречия проявляются в выборе наиболее адекватного формата опеки детей-сирот между государственными и частными детскими домами, приемными семьями и усыновлением. Общая основа заключается в осознании ответственности государства и общества за судьбы детей, оставшихся без попечения родителей.

Во-вторых, должна сложиться ситуация, в которой большая часть общества увидит социальную несправедливость. К примеру, нарушения прав инвалидов вызывают реакцию у относительно небольшой группы активистов и родственников, СМИ вряд ли будут выходить за рамки освещения информационных поводов или сенсационных кейсов.

В-третьих, необходимо наличие единого признанного «ответчика», которым чаще всего становится власть и государство как институт.

В-четвертых, СМИ должны иметь поддержку со стороны профессионального сообщества и аудитории (например, «Но-

²¹ Например, блог Равили Морозовой. URL: <http://www.echomsk.spb.ru/blogs/ravilya/10878.php>, пост от 05.01.2013.

вая газета» вряд ли инициировала бы сбор подписей, если бы не была уверена в возможности выполнения поставленной задачи). Элементы солидаризации с читателем имеют сильную значимость.

В-пятых, в основе должно лежать крупное событие. В описываемом нами случае им стало принятие закона «О мерах воздействия...».

Резюмируя основные положения статьи, можно сделать следующие выводы. Ситуацию вокруг закона Димы Яковлева можно интерпретировать в разных ракурсах: и как попытку возрождения традиций перестроечной журналистики 1990-ых годов, и как начало новой страницы участия медиа в жизни социума, и как аккумуляцию разных практик гражданского общества субъектом, принявшим на себя эту функцию в сложившихся условиях ущемления этого института. Последующие месяцы 2013 г. показали, что всплеск гражданской активности журналистики постепенно угасал, по крайней мере, по тематике сиротства.

Вопросы, возникающие внутри профессионального цеха, связаны, прежде всего, с этичностью, допустимостью и оправданностью активной позиции журналиста. Другим краеугольным камнем становится двойное мышление и сознание журналистов, особенно тех, кто работает в провластных СМИ. Уход журналистов в Интернет и трансформация гражданского общества в пользователей Сети однозначно меняют характер взаимодействия с читателем и даже оставляют ощущение псевдо-демократии для виртуальных борцов за справедливость. Вопрос эффективности и результативности журналистики в реализации ее гражданственности требует серьезного осмысления, которое наряду с изучением технологий и формированием теорий должно включать в себя также разработку критериев оценки и индикаторов. Очевидно, что данная проблематика обладает большим исследовательским потенциалом.

С. Е. Любимов, Т. И. Мицук

НИУ «Высшая школа экономики»

ЭВОЛЮЦИЯ ГАЗЕТЫ «МОСКОВСКИЕ НОВОСТИ» КАК КОНВЕРГЕНТНОГО СМИ

В данной статье поднимается актуальная проблема конвергентных СМИ. Еще пару лет назад ни у кого не вызывало сомнений то, что именно за такими СМИ будущее всей медиаиндустрии. Однако сегодня будущее конвергентных СМИ уже не выглядит таким безоблачным. В данной работе мы проанализируем основные тенденции развития конвергентных СМИ и попытаемся определить, какое же будущее их ждет.

Ключевые слова: конвергентные СМИ, медиакommunikации, «Московские новости».

S. E. Liubimov, T. I. Mitsuk

National Research University — Higher School of Economics

EVOLUTION OF MOSCOW NEWS NEWSPAPER AS A CONVERGENT MEDIA

This paper outlines the most essential aspects of a convergent media development. Two years ago everybody supposed that convergent media is a future of media industry. However, today this kind of media has a lot of problems. In this work we analyze the main trends of convergent media development and try to determine future they will have.

Key words: convergent media, media communications, “Moscow news”.

На шестом форуме европейских и азиатских медиа (ФЕАМ), проходившем в 2011 г. в Астане, президент Международной ассоциации журналистов *Джим Бумелла* заявил, что будущее средств массовой информации за конвергенцией, объединением традиционных платформ с новыми технологиями, которые сочетают блоги и пользовательский контент, не ограничиваясь передачей только

текстовой информации. На протяжении долгих лет и до недавнего времени газета была информационной структурой, которая производит информацию узким кругом знающих людей для широкого круга незнающих, но стремительное развитие сети Интернет позволяет людям черпать информацию в неограниченном количестве, не имея при этом каких-либо цензурных ограничений. Это привело к тому, что в современном обществе практически каждый развитый человек может перейти из ранга читателя в ранг автора.

Также значительно увеличилось значение скорости передачи информации. Если раньше газеты выходили один раз в день, чтобы обеспечивать запросы потребителей, то в современных условиях газетным редакциям приходится существовать в режиме постоянного новостного цикла в течение всех 24 часов. Помимо этого печатные издания отходят от только текстовой подачи информации, комбинируя свои выпуски с новостными заметками на сайте, видеоматериалами и инфографикой, экспериментируя с дизайном и внедряясь в социальные сети всех мастей.

Одним из качественных примеров эволюции газеты в мультимедийное и оперативное средство массовой информации являются «Московские новости» — издание, которое за свою многолетнюю историю прошло долгий путь от газеты, ориентированной на западного потребителя, до одного из крупных СМИ с многотысячной аудиторией в Москве.

История «Московских новостей» начинается 5 октября 1930 г., когда была создана англоязычная версия газеты. Важно заметить, что газета изначально создавалась как издание для иностранных специалистов в СССР, поэтому долгое время существовала лишь версия на английском языке. Газета носила название *Moscow Daily News* и была основана *Анной Луизой Стронг (Anna Louise Strong)* — известной американской журналисткой и писательницей прокоммунистической направленности. Газета *Moscow Daily News* являлась единственным СМИ в Советском Союзе, издававшимся на иностранном языке. Позже появились выпуски газеты на арабском, французском и испанском языках, некоторое время выходили версии на финском, венгерском, итальянском языках. Регулярная русская версия нала выходить в 1980 г. и была закрыта в 2008 г.

В марте 2011 г. издание на русском было восстановлено, причем восстановление велось при активной рекламной поддержке: поддержку оказывали ведущие радиостанции «Эхо Москвы», Relax FM, «Серебряный дождь», «Русская служба новостей». По всей столице были размещены рекламные билборды и ситиборды, также газету продвигали в Интернете и на местах розничных продаж. В августе 2012 г. принимается решение о смене формата газеты. 17 сентября 2012 г. газета впервые выходит в обновленном формате, в котором выходит и по сей день.

Август 2012 изменил газету. Поменялись практически все сотрудники. Редакция сайта и газеты стала объединенной. Что же изменилось в формате и почему?

Александр Богомолов, редактор сайта www.mn.ru: «Внутри бренда “МН” газета перестала играть ведущую роль. Это всего лишь один из каналов, по которым мы связываемся с целевой аудиторией. В первую очередь, пересматривается ориентация. Руководству стало понятно, что газета в классическом своем виде просто не найдет потребителя на новом рынке. В современном мире очень важно объединять платформы, с которых подается информация. Именно поэтому одним из важнейших решений в судьбе газеты становится объединение двух редакций (газеты и сайта) в одну. Это не только экономически выгодно, но и упрощает процесс передачи информации. Один и тот же материал идет и на сайт, и в газету. Интернет позволяет дополнить текст не только фотографиями, как это делается в газете, но и видеоматериалами, и даже аудиозаписями очевидцев или экспертов, что, безусловно, дополняет и окрашивает информационную наполненность материала. У нас сейчас есть объединенный издательский дом “МН”, куда входят все версии газеты (электронные, бумажная) и англоязычное издание The Moscow News».

Анна Николаева, заместитель главного редактора: «Единый начальник — один из важнейших пунктов для создания единой конвергентной редакции. В советский период истории газеты это, по большому счету, не требовалось. В те времена главы иностранных изданий назначались по отдельности. Следовательно, одним и тем же изданием, но только на разных языках руководили разные

люди. Они отличались не только политикой управления персоналом, личными качествами, но и видением газеты как средства массовой информации. Можно даже сказать, что в этот период выходили совершенно разные газеты, а не одна, но на разных языках.

Единый лидер конвергентной редакции, обладающий не только профессионализмом и опытом работы в своей сфере, но и недюжинной харизмой, четко определяет политику и вектор, в котором движется издание, определяет ценности и расставляет приоритеты. Именно такой человек объединит все платформы для подачи информации в единое русло, не создав при этом расхождений. Если в ближайшем будущем появится канал доступа к аудитории через утюг, мы будем делать и “МН” в утюге. Для нас важнее аудитория, а не канал».

Александр Богомолов: «Современные конвергентные издания ищут приоритетную для себя платформу передачи информации, не забывая об остальных и продолжая развивать их наравне с ведущими. Газета постепенно пропадает как кусок бумаги. Теперь это и сайт, и подписки в социальных сетях, и электронная версия для мобильных устройств. СМИ стали подстраиваться под потребителей, выбирая самый удобный канал доставки».

Высказывание *Александра Богомолова* как нельзя лучше раскрывает не только желание подобрать оптимальный набор площадок для передачи информации, но и желание идти в ногу со временем и постоянно искать новые каналы доступа информации к потребителю. Именно такая направленность и ориентированность на своего потребителя отличает конвергентные СМИ.

Ростислав Вылегжанин, руководитель редакции: «Мы не рассчитываем на монопотребление. Мы можем быть приложением к вашей ленте в Facebook, а можем быть газетой, которую вы просматриваете наряду с “БГ”. Мы не пытаемся кого-то вытеснить с рынка, мы, скорее, хотим войти в уже сложившиеся модели потребления у нашей аудитории».

«Мы не рассчитываем на монопотребление» — ключевая фраза данного высказывания. С появлением Интернета и внедрением в него информационных ресурсов отклик читателей стал намного проще и быстрее. Теперь не нужно писать в редакцию

письмо по поводу одной из статей или предлагать на обсуждение важный вопрос, достаточно оставить свой комментарий или написать автору на электронную почту. Все стало мобильнее, эффективнее. Читатели стали намного ближе к авторам и редакции. Важно отметить, что письма все равно идут в редакцию, и ответы на некоторые из них стали самостоятельным отделом в каждом уважающем себя СМИ. Живой непрерывный отклик стал особенно заметен, когда пропала монопотребляемость средств массовой информации. Газета стала масштабнее, она стала выходить за рамки бумажной версии. Теперь ту же самую газету мы можем прочитать в Интернете, в подписке в социальных сетях, которые в последнее время все больше и больше становятся отдельным особым сегментом мировой паутины. Конвергенция дала человеку право выбирать, где ему читать любимое издание, что значительно расширяет аудиторию. Помимо «классической тройки» (Facebook, Twitter, Вконтакте) у «МН» есть аккаунт в Инстаграме и на FourSquare, канал на YouTube и Printrest.

«МН» активно использует инфографику — графический способ передачи данных. Она способна не только организовывать большие объемы информации, но и более наглядно продемонстрировать соотношение предметов во времени и пространстве, а также показать тенденции.

Одними из первых инфографику стали использовать в газете USA Today еще в 1982 г. (что любопытно, именно в это время постепенно зарождается понятие конвергенции СМИ). Данный метод увеличил продажи USA Today практически в пять раз! Сайт газеты «Московские новости» значительно обогатился инфографикой. Она стала чаще появляться и на страницах газеты, что не только позволяет проще донести до читателей информацию, но и привлекает внимание в большей степени, чем обычный текст.

К «конвергентным» характеристикам относится также мобильность. Это понятие употреблено не как обозначение скорости, а как распространение информационных ресурсов на мобильные устройства (мобильные телефоны, планшеты и т. д). Мы вскользь коснулись этого вопроса при обсуждении тенденции отхода от монопотребляемости, но тема мобильности современных СМИ

заслуживает отдельного рассмотрения. Создаются не только подписки в социальных сетях (в которые заходят преимущественно с мобильных устройств), но и полноценные приложения на базе мобильных операционных систем (OS, Android). Приложения дают пользователю доступ ко всем интересующим его новостям посредством всего нескольких нажатий или даже быстрее.

«Московские новости» помимо газеты и сайта имеют в своем арсенале полноценное приложение для планшетов. Приложение включает в себя свежие статьи, мнения колумнистов, инфографику, фоторепортажи, видеоматериалы, анонсы материалов и срочные сообщения, а также архив номеров. В приложении возможна интеграция с социальными сетями, отправка материалов по электронной почте и чтение сохраненных выпусков без доступа к Интернету. Помимо планшет-версии есть приложение для мобильных телефонов. Оно упрощено в сравнении с планшет-версией и включает в себя статьи из номера, публикации в тематических блогах, анонсы материалов и срочные сообщения.

В современном мире СМИ научились привлекать к себе внимание не только качественной журналистской работой и ярким дизайном, но и большой долей специальных проектов и премий, которые курируются тем или иным изданием. Не стоит путать это явление с газетными конкурсами и розыгрышами призов. Спецпроекты часто создаются не с целью развлечения, а для социальной поддержки нуждающихся и привлечения внимания аудитории к той или иной проблеме. С момента своего восстановления и реорганизации издание обросло целой плеядой качественных и привлекающих к себе внимание спецпроектов. Причем все они затрагивают широкий спектр тем, начиная от развлекательных («Тесты», «Киногеография», «Парки Москвы») и заканчивая социальными («Новая интеллигенция») и проблемами образования («Русский язык», «Ликвидация безграмотности», «Лучшие школы Москвы»).

Постараемся подвести краткий итог эволюции издания за последние несколько лет. За рубежную границу возьмем дату выхода первого номера газеты после обновления, а именно 17 сентября 2012 г.

Таблица 1

**Показатели деятельности «МН»
до и после 17 сентября 2012 г.**

Показатели	Период	
	До 17 сентября 2012	После 17 сентября 2012
Тираж	33000	50000
Периодичность	5 раз в неделю (пн — птн)	5 раз в неделю (пн — птн)
Формат	А2, полноцвет	К3, полноцвет
Количество полос	16	20-32
Регион распространения	Москва, Московская область	Москва, Московская область
Целевая аудитория	<p>Мужчины и женщины в возрасте 30+ с высоким социальным статусом и доходом выше среднего, отличающиеся активной гражданской позицией, высокой покупательской способностью, предпочитающие вести активный образ жизни. Это — наиболее думающая и активная часть российского общества, стремящаяся быть в курсе событий и формировать общественное мнение. Руководители, специалисты, служащие государственных и бизнес-структур. Творческая интеллигенция.</p>	<p>Мужчины и женщины в возрасте 30+, с высоким социальным статусом, с доходом выше среднего. Руководители, специалисты, служащие государственных и бизнес-структур, медиасообщество. Привыкли принимать решения и воплощать их в жизнь, с активной гражданской позицией. Характеризуются высокой покупательской способностью, предпочитают отпуск проводить за границей, владеют недвижимостью, авто.</p>

В данной статье перечислены лишь самые основные и важные нововведения в конвергентном издании «Московские новости». Изменения имели положительные последствия: аудитория стремительно росла после смены формата в 2012 г. По данным TNS, рост аудитории газеты «Московские Новости» за последние пол-

года составил 37,1%, а англоязычной версии The Moscow News — почти 17%. Читательская аудитория за период с сентября 2011 по февраль 2012 г. выросла более чем на треть по сравнению с периодом с мая по октябрь 2011 г., когда было проведено предыдущее измерение. Общая численность аудитории газеты приближается к 100 тысячам человек.

Газета «Московские новости» является отличным примером эволюционных изменений в короткие сроки. Успех издания обусловлен грамотным руководством и кадровой политикой, решительностью и смелостью при переходе с традиционного формата на путь мультимедиа, использованием широкого спектра таких инструментов как инфографика, мобильные приложения, организация спецпроектов.

Б. Я. Мисонжников

Санкт-Петербургский гос. ун-т

ПОНЯТИЕ ПРАВДЫ КАК МЕТАТЕКСТОВОЙ ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКИЙ ИМПЕРАТИВ

Категория правды не предполагает жесткой семантической инвариантности, она гибка и во многом сопряжена с волевым, нравственным и духовным началом субъекта. Данная категория не может существовать вне текста, она является исключительно текстовым предметом, именно через текст вступающим в отношения с миром. Категория правды не индифферентна к содержанию текста, хотя далеко не всегда напрямую связана с сюжетными аспектами произведения. Чаще всего эта категория обретает метатекстовое значение, становится маркером духовно-концептуальной стороны текстуализации произведений массовой культуры.

Ключевые слова: категория правды, теория журналистики, этика, текст, массмедиа, метатекст, герменевтика.

B. Y. Misonzhnikov
St Petersburg State University

CATEGORY OF TRUTH AS A METATEXTUAL HERMENEUTIC IMPERATIVE

Category of truth has no rigid semantic invariance; it is flexible and largely involves willful, moral and spiritual nature of the subject. This category cannot exist out of the text, it is exactly a textual object, and just through the text it relates to the world. Category of truth is not indifferent to the content of the text, but it doesn't connect with the topical aspects of the writing always directly. Most often, this category takes on metatextual significance and becomes a marker of spiritual-conceptual aspect of the mass media textualization.

Key words: category of truth, theory of journalism, ethics, text, mass media, metatext, hermeneutics.

Не может не вызвать некоторой тревоги тот факт, что в литературе по теории журналистики в последнее время все реже встречаются понятие *правды* и его соответствующие дериваты — правдивый, правдивость, правдолюбивый — как безусловный принцип журналистского текстотворчества, исходное положение и фактически методологическая категория в сфере массмедиа. Интерес к коммуникационным технологиям, аспектам менеджмента и предпринимательства, техницистской и формально-количественной стороне явлений стал заслонять существенные и основополагающие максимы профессии.

Категория правды вместе с тем не предполагает жесткой семантической и психоэстетической инвариантности, она флексибельна и во многом сопряжена с волевым, нравственным и духовным началом субъекта. Казалось бы, это не делает данную категорию особенно пригодной для идентификационных опе-

раций в отношении текста, тем более обладающего высоким уровнем дискурсивности: современный журналистский текст как социальный феномен значительно актуализирован и тесно связан с окружающим миром. К тому же имеется множество иных средств, позволяющих с большей точностью и определенностью установить идентичность журналистского текста в отношении проявлений его экзистенциальной и функциональной природы, — лингвистических, формально-графических, статистических, которые могут быть сведены к фиксации качественных и количественных данных с последующим анализом результата. То есть категории, которые отражаются в системе дискурсивного мышления субъекта, адекватны в качестве средства отождествления любой системы, в том числе и такой сложной, как средство текстового отождествления.

А вот категория правды во многом познается при помощи мышления интуитивного, ее невозможно строго алгоритмизировать в процессе ее инструментального использования при распознании объекта или ситуации. Обратим внимание на то, что «процесс распознавания можно (и во многих случаях целесообразно) алгоритмизировать. Но чтобы построить хорошие, рациональные алгоритмы распознавания определенных предметов, надо сначала построить хорошие определения понятий об этих предметах, т. е. найти такие признаки, которые позволили бы осуществлять процесс распознавания не только правильно, но также быстро и легко»¹. Что касается категории правды, то это совершенно не применимо, поскольку, будучи предметом процессуально-интенционального действия, она не обладает устойчивыми признаками и никогда не является неизменной результирующей величиной: то, что вчера было правдой, сегодня является ложью, или то, что для одного является правдой, для другого — ложь.

Категорию правды однозначно разводят с категорией истины, несмотря на их относительное сходство. И дело не только в разной этимологии слов. Причина с необходимой полнотой отражена в следующем высказывании: «Правда — понятие, близ-

¹ Ланда Л. Н. Алгоритмизация в обучении. М., 1966. С. 170–171.

кое по значению понятию “истина”, но в русской философии оно служит также выражению дополнительного смысла, связанного с указанием, с одной стороны, на подлинную вселенскую истину, а с другой — с указанием на предельную личную убежденность говорящего. Русское слово “правда” этимологически связано с корнем “prav”; соответственно Правда может выступать в таких значениях, как “обет”, “обещание”, “присяга”, “заповедь”, „правило“, „договор“, „закон“. В основе семантики этого слова лежит представление о божественном порядке (ср. синонимичные выражения “преступить правду” или “преступить закон”, а также название Русская правда как свод законов). <...> Правда осмысливается как божественное начало, а истина — как человеческое. Так, в Псалтири говорится, что истина от земли восходит, а правда с небес принимается².

Действительно, Псалтирь, одна из книг Ветхого Завета, в переводе канонического Синодального издания очень точно обозначает разницу между данными категориями: «Откровения Твои, которые Ты заповедал, — правда и совершенная истина» (118; 138); «Правда Твоя — правда вечная, и закон Твой — истина» (118; 142); «Правда откровений Твоих вечна: вразуми меня, и буду жить» (118; 144). Как видим, категорию правды можно соотносить с категорией истины, если это «совершенная истина», если истина обретает надвременное и вневременное значение, поскольку правда изначально «вечная».

Истина — это «закон», в котором все четко прописано и который создается для практического применения. Истина, несомненно, в большей мере, чем правда, просчитываема, предсказуема и алгоритмизуема в процессе идентификации, и вследствие этого — инструментальна. Она не просто приземлена, но и обретает феноменологическое значение. Коррелируя с объектом распознавания, отражая его определенные физические качества, на имажинативном уровне сама стремится к материализации: истинно то, что лед холодный, огонь обжигает горячий, небо голубое и т. д. Это архетипические признаки рассматриваемой

²Азаренко С. А. Правда // Философский словарь. URL: <http://www.philosophydic.ru/pravda>.

категории, и «слова со значением “истина” обычно соотносятся со словами, имеющими фаллическое значение (в древности сексуальное уравнивалось с сакральным): ср. и.-е. (т. е. индо-европейское. — Б. М.) *isto-* „половые органы“, но русск. *истина*... нем. *wahr* “правдивый”, лат. *verus* “правдивый”, нем. *Wahrheit* “правда” восходят к лат. *veretrum* “половой орган”... <...> Значение “истинный” может восходить также к значению “очищенный огнем” (огонь считался очищающей магической стихией)... <...> Первобытные люди верили, что чувственный мир и мир “иной” составляют единое целое: древнейшим значением, из которого развилось значение “истина”, было указательно-идентифицирующее значение “тот самый, именно тот” — “один, единый” — “другой”»³.

Категории как истины, так и правды не могут существовать вне текста, эти категории — исключительно текстовый предмет, именно через текст вступающий в отношения с миром. Данные категории отнюдь не индифферентны к содержанию текста, хотя далеко не всегда напрямую связаны с сюжетными аспектами произведения. Чаще всего они обретают метатекстовое значение, становятся маркерами духовно-концептуальной стороны текстуализации: истина — на уровне конкретной и предметной идентификации, а правда — на уровне высшего духовного и гуманитарного отождествления.

Примечательно, что данные категории объявлялись даже изначально имманентными старославянскому языку: «по заявлению славянских книжников, на церковнославянском языке вообще невозможна ложь — постольку, поскольку это средство выражения Богооткровенной истины. Так, по словам Ивана Вишенского, “в языке словянском лжа и <дьявольская> прелесть... никако же мѣста имѣти не может”, и поэтому дьявол не любит этого языка и с ним борется. Церковнославянский язык объявляется при этом “святым” и “спасительным”, поскольку он “истинною, правдою Божию основан, збудован и огорожен есть”»⁴.

³ *Маковский М. М.* Сравнительный словарь мифологической символики в индоевропейских языках: образ мира и миры образов. М., 1996. С. 184–186.

⁴ *Успенский Б. А.* Этюды о русской истории. СПб., 2002. С. 330.

Но, как бы то ни было, категории истины и правды выполняют определенную идентификационную функцию по отношению к тексту того или иного произведения, причем в журналистском произведении в силу его социальной актуализации это происходит особенно отчетливо и конкретно. Рассматривая эту функцию через призму аксиологического отождествления, мы получаем основание говорить о герменевтическом подходе: в этом случае потенциально может быть предпринята попытка установления уровня правдивости автора в течение всей его работы над произведением, попытка оценить его гражданскую, человеческую и творческую позицию. Категория правды, или правдивости, имеет отношение скорее не к содержанию произведения, не к сюжетопостроению и организации деталей, а к методологии создания текста в духовном отношении. Это апеллирование к высшей метафизической задаче текстуализации, ее сакральному значению, манифестация Божественного начала, озаряющего процесс текстотворчества. Если произведение словесности обнаруживает историософские признаки — а без этого не может существовать настоящая публицистика, — то оно обязательно реализуется в системе понятий, которые наблюдались еще у античных авторов.

В. Г. Комаров в связи с этим замечает: «В свете весьма правдоподобных новейших интерпретаций фрагментов античного диалектика, рисующих его пантеистом с отчетливой, хотя и чрезвычайно специфической историософской и богословской доминантами, можно предполагать, что “бог”, “правда”, “необходимость” и “все единое во многом”, рождающиеся от взаимоперехода противоположностей, по Гераклиту, суть одно и то же»⁵. Таким образом, можно сделать вывод, что категория правды сопряжена с категориями высшей сакральной иерархии и историософское осмысление мира в процессе текстуализации невозможно без включения категории правды, выполняющей глубокую идентификационную функцию в системе герменевтических императивов. Небезынтересно в этом отношении наблюдение, касающееся *Н. А. Бердяева*: «Следует отметить, что с развитием

⁵ *Комаров В. Г.* Правда: онтологическое основание социального разума. СПб., 2001. С. 54.

историософских взглядов Бердяева эсхатологический и апокалипсический элемент приобретал все большее значение»⁶. Журналистика, и прежде всего в высоком публицистическом проявлении, практически сразу после своего возникновения оказалась в поле действия указанных категорий, среди которых, разумеется, «правда» играла особую роль. Даже в советское время, отмеченное жесткой прагматикой и стремлением сверхрационально организовать общественную жизнь, категория правды оказалась удивительно востребованной и была положена в основу многих концепций, включая и сферу журнализма. Не случайно главная советская официальная газета называлась «Правдой».

Советская система вообще строилась на вере — в светлое будущее, в справедливый социальный строй, в идеального вождя и т. д. Эти идеологемы, помимо прочего, требовали семиотического отражения и закрепления: появляются специальные символы-идеограммы, и один из древнейших — пятиконечная звезда. Нельзя не признать справедливости следующего высказывания: «Все знают о советской материалистической философии, отрицающей всякую мистику, но существует целый ряд вполне специфических фактов, которые говорят практически об обратном, а именно о том, что оккультизм можно рассматривать как часть всей системы советской государственности. Взять для начала государственную символику и закончить советской “новой” обрядностью, советскими ритуалами. Собственно, и сама государственная идеология носит в себе черты оккультного мировоззрения, хотя они и тщательно прикрыты рассуждениями о воинствующем материализме. Сразу же после своего появления советское государство издало целую серию декретов, которые в той или иной степени можно считать магическими актами»⁷.

В этой сложной системе идеологем и мифологем апеллирование к категории правды оказалось очень эффективным, поскольку данная категория понятна и близка народу, стоит в ряду

⁶ Шестаков В. П. Эсхатология и утопия: Очерки русской философии и культуры. М., 1995. С. 132.

⁷ Бубличенко М. М. Советский оккультизм. Тайны НКВД и КГБ. URL: <http://log-in.ru/books/sovetskiiy-okkultizm-taiyny-nkvd-i-kgb-bublichenko-m-m-raznoe/>.

таких непреходящих ценностей, как целомудрие, добро, красота и справедливость. Правда самодовлеющая, не требует каких-то логических операций, принимается на веру, и можно легко придавать ей те или иные оттенки значения. Данная категория стала использоваться и в советской теории журналистики. Я. Шафир, один из наиболее известных теоретиков прессы 20-х годов XX века, утверждал: «Газетная информация имеет свою собственную “правду”, отличную от “правды” научной. Газетная “правда” имеет даже известное преимущество перед научной. Это ее краткость, сжатость, позволяющая читателю схватывать на лету новое и быстро расширять свой кругозор»⁸.

Постепенно категория правды возводится в принцип журналистики и артикулируется как важнейшее свойство партийно-советской печати — правдивость. Эта категория обретает, таким образом, императивный и методологический смысл. В период развития гласности, которым был отмечен постсталинский этап развития страны — причем гласность осуществлялась строго в рамках политической системы, — оказывается особенно востребованной канонизация правил партийно-советской журналистики, и «выводится один из ее основных принципов — правдивость»⁹. Принцип становится топосом теоретического обоснования журналистики, используется фактически как готовый и догматизированный элемент идентификации. Он становится также и средством обоснования функции пропаганды, что провозглашается в фундаментальных советских теоретических трудах: требуется «концентрация внимания редакций на главных направлениях деятельности партии и народа, серьезном анализе жизненно важных проблем: научность, правдивость и реалистичность пропаганды». От редактирования также требуется «обеспечение правдивости, достоверности, абсолютной точности фактов, примеров и обоснованности выводов»¹⁰.

⁸ Шафир Я. Вопросы газетной культуры. М.; Л., 1927. С. 37.

⁹ Круковская Л. М. О соотношении закона и закономерности в журналистике // Проблемы теории печати / под ред. В. Д. Пельта. М., 1973. С. 25.

¹⁰ Средства массовой информации и пропаганды / ред.-сост. Б. М. Морозов. М., 1984. С. 58, 269.

Категория правды, или правдивости, в советской теории журналистики использовалась в упрощенном и догматизированном варианте, глубокое диалектическое значение данной категории мало интересовало идеологов партийно-государственной системы. По сути, достаточно было платоновского утверждения, что «во главе всех благ как для богов, так и для людей стоит правда»¹¹. Однако категория правды представляет собой исключительно сложное диалектическое явление. Оно чем-то сродни древнекитайской конфуцианской категории «жэнь», значение которой изменчиво, и «в европейских языках трудно подобрать термин, полностью адекватный понятию “жэнь”»¹². Только весьма условно его можно перевести как «человеколюбие».

Столь же условна семантика понятия правды, причем не только в русской, но и вообще в европейской культуре. *И. Кант*, задавая риторический вопрос, что такое правда, не проявлял излишней самонадеянности в ответе на него: «прояснение номинации правды, которое сводится к тому, что она представляет собой согласованность познания с его предметом, здесь является ничего не стоящим и сугубо предварительным; однако требуется знать, какой всеобщий и надежный критерий правды есть у каждого познания»¹³. Близко этому и утверждение *Г. В. Ф. Гегеля* о том, что правда познается «только как относительная правда — а именно с ее ограничением и с ее пределами»¹⁴. В то же время правда, несмотря на свою метафизическую относительность, функциональна, может воплощаться в тексте, обретающем исключительно высокую перформативность. По *К. А. Гельвецию*, «сама правда подчинена принципу общей пользы. Она должна главенствовать при написании истории, при изучении наук и искусства; она должна являться вельможам и даже срывать завесу, скрывающую от народа их недостатки; но она не должна открывать тех недостатков, которые вредят только самому человеку»¹⁵.

¹¹ Платон. Собр. соч. в 4 т. Т. 4. М., 1994. С. 182.

¹² Переломов Л. С. Конфуций: жизнь, учение, судьба. М., 1993. С. 190.

¹³ Kant, I. Kritik der reinen Vernunft. Leipzig, 1979. S. 131.

¹⁴ Hegel, G. W. F. Vorlesungen über die Geschichte der Philosophie. Bd 1. Leipzig, 1971. S. 521.

¹⁵ Гельвеций К. А. Соч.: в 2 т. Т. 1. М., 1974. С. 208.

Правда может быть деструктивной и разрушительной, жестокой и губительной. П. А. Флоренский указывает: «Трагизм состоит в борьбе двух правд; только такая борьба неизбежна, интенсивна и раскрывается постепенно в действии. Трагизм состоит в несовместности одной правды с другой правдой же»¹⁶. Правда может приносить в определенный момент и в определенной ситуации зло, быть «правдой во зло другому»¹⁷. И все же она необходима журналистике как безусловный императив, реально отражающий события, позволяющий установить аутентичность профессионального текста, как важнейший из инструментов герменевтического отождествления журналистского произведения. Это чувствовал и выразил В. А. Аграновский: «Говорят, правда одна, многих правд не существует. И тем не менее из одних и тех же фактов-кирпичиков разные авторы могут построить разные дома»¹⁸.

В постсоветский период произошли как эксплицитные, так и — может быть, даже в большей мере — имплицитные смещения и модификации функциональных приоритетов массмедиа, что коснулось даже определенных принципов журналистского творчества. Принцип правдивости прессы, казалось бы, вечен и должен быть востребован в обновленном обществе. Но в области СМИ обнаружили негативные явления, обусловленные стремлением извлечь любым способом материальную выгоду, широкой бульваризацией медиапроцесса, беспределным администрированием и падением уровня профессионализма как менеджеров, так и непосредственных участников создания медиатекстов. С одной стороны, социум не демонстрировал высокой потребности в правдивости и честности журналистского слова, отдавая предпочтение низкопробным развлекательным текстам, а с другой стороны, и у самих субъектов медиапроцесса не хватало упорства, воли и даже элементарного мастерства для того, чтобы оставаться правдивыми.

¹⁶ Флоренский П. А., священник. Соч.: в 4 т. Т. 1. М., 1994. С. 269.

¹⁷ Кузин И. В. Маски субъекта: стратегии социальной идентификации. СПб., 2004. С. 283.

¹⁸ Аграновский В. А. Ради единого слова. (Журналист о журналистике). М., 1978. С. 11–12.

Это почти спровоцировало профессиональную катастрофу и проявилось разрушительно даже в информационной журналистике, в которой все строится на правде факта, явно упрощенной модели реализации принципа правдивости. В связи с этим отнюдь не случайным кажется высказывание *М. И. Шостак* о том, что «одного желания быть объективным, правдивым, точным недостаточно — надо еще уметь им быть»¹⁹. Почти о том же восклицает *Г. В. Лазутина*: «Люди ждут от тебя правды. Но как ее постичь, если она таится в глубинах жизни, в глубинах человеческих отношений, а у тебя в распоряжении считанные часы и ты один в своем нелегком поиске?»²⁰. Действительно, надо уметь быть правдивым, уметь извлечь правду из глубин жизни. Искреннего порыва, жажды боя за правду, увы, совсем не достаточно. Надо обладать профессиональной зрелостью, опытом, методологией распознавания ситуации, отбора фактов для дальнейшего текстопостроения. Только решая множество задач, журналист может быть правдивым в процессе своей профессиональной деятельности.

В истории бывали периоды, когда общество демонстрировало пугающую апатию и утрачивало интерес к тому, что правдиво, а что нет. В частности, это проявлялось в феодальной Европе, которая, «покоилась в лоне церкви, порой будучи приводимой в движение и возбуждаемой мистическими грезами, но покоилась, и любое желание правды и знаний было ей чуждо»²¹. Состояние постсоветской России представляется настолько сложным и противоречивым, что едва ли могут быть даны точные оценки и высказаны пожелания в отношении исправления ситуации. Но категория правды пока не стала ни влиятельным общественным императивом, ни профессиональным журналистским. Похоже, общество пребывает в состоянии покоя и также лишь иногда возбуждается «мистическими грезами». Апеллирование к правдивости в журналистской профессии происходит спорадически и бессистемно, хотя уже сам факт обращения к данной категории

¹⁹ Шостак М. И. Репортер: профессионализм и этика. М., 1999. С. 187.

²⁰ Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. М., 1999. С. 3.

²¹ Zweig, S. Triumph und Tragik des Erasmus von Rotterdam. Berlin, 1986. S. 24.

заслуживает одобрения. Основными качествами личности журналиста называют «честность, правдивость, добросовестность»²². Но, к сожалению, не теряет актуальности следующее высказывание: «Приходится констатировать, что до настоящего времени правдивость как важнейшая этическая норма журналистского творчества остается на втором плане даже в недавно изданных трудах, посвященных профессиональной этике журналиста»²³.

²² Лазутина Г. В. Указ. соч. С. 132.

²³ Юрков А. А. Этика журналистского творчества. СПб., 2003. С. 69–70.

М. В. Нагорняк

Киевский нац. ун-т им. Тараса Шевченко

ТРАНСФОРМАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА-ВЕДУЩЕГО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ НА РАДИО

В статье автор обращает внимание на трансформационные явления, касающиеся изменения сущности специальности журналиста-ведущего информационной программы на радио.

Ключевые слова: информационное сообщение, информационная программа, информационный выпуск, ведущий информационной программы, трансформация специальности.

M. V. Nahorniak

Taras Shevchenko National University of Kyiv

TRANSFORMATION OF ANCHOR JOURNALIST SPECIALTY OF NEWS PROGRAM ON THE RADIO

In the article author pays attention to the transformational phenomena which relates to changing the essence of anchor journalist specialty of news program on the radio.

Key words: item, news program, news bulletin, anchor journalist, transformation of the specialty.

В последние несколько лет в национальном информационном вещании Украины стали довольно очевидными и зримыми деформации специальности журналиста-ведущего новостной программы. Речь идет о том, что кардинально изменяется сама сущность профессии радиожурналиста, который выступает в прямом эфире. Все более заметной становится трансформация специальности ведущего-журналиста в специальность ведущего-диктора. Поэтому автор считает себя вправе говорить о том, что в эпоху стремительного развития информационных и коммуникационных технологий, которые по своим масштабам и последствиям приводят к глобальной информационной революции, сомнительно рассчитывать на предоставление потребителю новостей высокого качества. Ведь понятно, что презентовать общественно значимый информационный продукт на радио должен специалист, отвечающий высоким профессиональным требованиям и действующий в соответствии с мировыми стандартами подачи новостной информации.

Предпосылками обозначенных процессов является, безусловно, целый ряд факторов. Во-первых, имеется в виду **политико-культурная доминанта** жизнедеятельности общества в целом и каждого гражданина в частности. Период становления Украины как независимого государства в начале третьего тысячелетия охарактеризовался мощными по объему и влиянию общественными трансформациями, приведшими к перманентным политическим, экономическим и духовным кризисам. Вне всякого сомнения, кризисные периоды сопровождаются неблагоприятным психологическим фоном, который оказывает мгновенное влияние на духовно-моральный климат в общественной и жизненной среде.

К созданию подобного фона в большой степени причастны аудиальные средства массовой информации. Резкое усиление динамики общественно-политической жизни, постоянное акцентирование внимания на ее драматическо-трагедийном компоненте

не могли не привести к печальному факту: на украинских радиостанциях разных форм собственности практически весь информационный массив связан с патогенной информацией. Это нашло свое отражение в информационных программах и выпусках. В последнее время в них заметно увеличилось количество новостей, в которых преобладают негативное содержание и негативная эмоциональная окраска.

Перенасыщение патогенной информацией вызывает хроническую неспособность ведущего-журналиста ее отобразить, должным образом осмыслить и переработать с целью предоставления аудитории. Эта неспособность работать с большими объемами патогенной информации усиливается и конвейерным характером работы информационных служб на радио, деятельностью в жестких временных рамках и, наконец, трудностями в самоорганизации подготовки ведущих к выступлению в прямом эфире. В комплексе все эти и некоторые другие факторы приводят к такой творческо-производственной ситуации, при которой ведущий-журналист информационной программы более или менее старательно прочитывает огромный массив патогенных новостей. И тем самым ускоряет процесс своей трансформации в ведущего-диктора, чем-то напоминающего автомат по выдаче плохих новостей.

В связи с этим любопытным является тот факт, что *С. Г. Корконосенко* вышеупомянутое превращение ведущего-журналиста в ведущего-диктора называет превращением в «сенсатора» — посредника между источником и получателем информации. По его мнению, исчезает значимость «сенсатора» как автора, он растворяется в информации, не проникая в ее суть и превращаясь в машину по ее переработке. Одной из причин такой трансформации ученый считает усиливающийся производственный характер журналистики, вследствие чего журналист абстрагируется от социокультурного наполнения своей деятельности¹.

И это не может не вызывать беспокойства, поскольку именно сегодня журналисты обязаны удовлетворять всевозрастающий

¹ Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студ. вузов по спец. «Журналистика» / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 31.

запрос общества на качественную информационную продукцию. Это еще в большей степени касается новых медиа, в частности онлайн-радиостанций. По словам российской исследовательницы *Е. Л. Вартановой*, именно новые медиа разрушают политические и идеологические монополии в медиасистеме. Но, как это ни странно, повестка дня массмедиа даже в развитых странах мира не очень разнообразна. Аудитория, считает *Е. Л. Вартанова*, часто не удовлетворена тем, что СМИ сообщают одни и те же новости, унифицируя повестку дня. Эти соображения были высказаны на Международной научно-практической конференции «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения», которая состоялась 17–19 апреля 2013 г. в Санкт-Петербурге².

Во-вторых, еще одним фактором, приводящим к трансформации профессии ведущего-журналиста информационной программы на радио, является всевозрастающая роль мультимедийных технологий. Это в одинаковой степени касается и традиционной радиостанции — эфирной, и радиостанции нового образца — онлайн-овой. У ведущего новостей практически нет необходимости думать о построении тематических блоков, так как есть рубрикация; ведущему не нужно заботиться о логических переходах между сообщениями, так называемыми словами-связками, поскольку после каждой новости звучит музыкальная отбивка; ведущий не видит необходимости работать над интонационным рисунком подаваемого материала — эту роль берет на себя видео- и фоторяд, сопровождающий освещение события. Использование разнообразных мультимедийных компонентов еще в большей степени механизует и без того доведенную до автоматического режима работу ведущего по подготовке и обнародованию информации в прямом эфире. Такая «механизация» фактически тождественна обезличиванию творческого работника, что, в свою очередь, отражается на качестве новостного продукта.

² *Вартанова Е. Л.* Социальная репрезентация и новые медиа: к вопросу о переосмыслении теории повестки дня // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. научно-практ. конф. / отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2013. С. 220.

В связи с этим закономерно возникает вопрос — каким образом ведущему-журналисту сохранить творческое лицо в эпоху бурного развития высоких технологий, мощной интеграции радио с другими видами массмедиа? Безусловно, единого рецепта в такой ситуации нет и быть не может. Но незыблемым должно оставаться одно — ежедневное стремление к самосовершенствованию, к тому, чтобы не превратиться из творческой личности ведущего-журналиста в безликое, по сути дела, существо ведущего-диктора. Ведь метаморфозы этой профессии очень тесно связаны с личностным фактором.

Одним из путей преодоления обезличивания ведущего-журналиста информационной программы является модернизация его коммуникационных умений и навыков. Ведь не секрет, что большинство ведущих, сообщая новости своей аудитории, тут же забывают о ней. Речь идет об отсутствии у подобных специалистов повествовательной манеры в подаче информации, что, так или иначе, приводит к монологизации новостного эфира. Украинский исследователь *Ю. П. Елисовенко* в этой связи подчеркивает: «Монолог является более авторитарной формой подачи материала, которая наиболее допустима и желанна властью тоталитарного общества, монологу присуще движение информации в одностороннем порядке»³. Но поскольку информационные программы и выпуски выходят на радио в прямом эфире, что уже само по себе предусматривает общение со слушателями, то ни о каком монологе не может быть и речи. Кстати, ветеран Украинского радио, многолетняя ведущая информационных и аналитических программ *Э. А. Бабчук* очень метко охарактеризовала этот процесс: «Прямой эфир — это общение со слушателем на “расстоянии души и сердца”, это творение журналистом той особенной ауры, которая берет в плен не только внимание, но и саму душу слушателя. Из пассивного потребителя информации он превращается в активного участника разговора»⁴.

³ *Елисовенко Ю. П.* Діалогічні жанри в телевізійному мовленні // Наукові записки Інституту журналістики. 2003. Т. 10. С. 214.

⁴ *Бабчук Е. А.* Прямий ефір: З чого все починалось... Аналіз сучасного стану прямоефірних передач // Ведучий у практиці сучасного радіомовлення: зб. навч.-метод. матеріалів / упоряд. В. Я. Миронченко. Київ, 2006. С. 13.

Исходя из вышеизложенного, очевидным является вывод о том, что нужно не столько бороться с мультимедийными технологиями в новостях, сколько заботиться о том, дабы они не превалировали в массиве информации, не подавляли личность ведущего-журналиста у микрофона. И это тонкая грань, переступить которую легко.

Бесспорно, что замечать подобные процессы в ежедневной новостной практике на радио могут не все ведущие-журналисты. Как и не все способны осознать исключительную важность коммуникационной составляющей сущности профессии журналиста.

Хотя частично об этом уже шла речь выше, все-таки необходимо отметить, что третьим фактором, приводящим к трансформации профессии, является вымывание **коммуникационных знаний, умений и навыков** у работников прямого эфира под воздействием предыдущих двух факторов. Выхолащивание коммуникационной составляющей работы ведущего-журналиста сегодня становится нормой. Печально, но факт — все «общение» корреспондента, ведущего, репортера сводится к поиску информации в Интернете. Далекое в прошлое ушли времена, когда журналисту приходилось «трое суток шагать, трое суток не спать ради нескольких строчек в газете». Но спросим самих себя, сколько нынешних журналистов дадут положительный ответ на следующий в этом «Гимне журналистов» вопрос: «Если снова начать, я бы выбрал опять бесконечные хлопоты эти». Думается, что немного. А ведь эти строки были написаны поэтом *А. Левиковым (Аграновичем)* всего полвека тому назад. Любопытно, как определялась тогдашняя сущность журналистской профессии:

Он с радистом ночью слушал вьюгу,
Версты в поле мерил с агрономом,
Братом был, товарищем и другом
Людям, накануне незнакомым...

Безусловно, жизнь не стоит на месте — меняются и времена, и нравы, и сами люди. Но есть профессиональные каноны, которые должны оставаться незабываемыми. Ведь еще в 1990-ые годы

на многих радиостанциях были сильны профессиональные традиции. Речь идет о том, что в большинстве случаев ведущим-журналистом информационной программы мог стать лишь тот специалист, который до прямозфирной работы прошел все ступени журналистского роста: успел побывать и репортером, и специальным корреспондентом, и редактором, и обозревателем и т. д. Иначе говоря, перед своим первым появлением в эфире ведущий нарабатывал достаточно большой опыт общения с людьми, ведь он «версты в поле мерил с агрономом». Именно такой опыт давал возможность ведущему почувствовать себя перед микрофоном максимально естественно и легко, что обеспечивало ему доверительную манеру ведения выпуска.

Увы, на протяжении первого и второго десятилетия XXI в. практически на всех радиостанциях эти бесценные установки были отброшены. Более того, они считаются пережитками прошлого, совершенно непригодными для современных радиожурналистов. Вследствие чего ведущими-журналистами информационной программы становятся либо только начинающие специалисты, либо совершенно случайные на радио люди. Плоды подобного явления не заставили себя долго ждать: человека перед микрофоном уже с трудом можно назвать ведущим. Это в лучшем случае диктор, считывающий сообщения с листа бумаги. Такой журналист не рассказывает о событиях, не поясняет их значения, не мыслит, не рассуждает, не общается со слушателями. В итоге, сегодня мало кто из аудитории может определиться с любимым ведущим, ведь почти никто из них не имеет своего творческого лица. Кроме того, слушателю трудно вычленить для себя главные и второстепенные новости, понять и осознать, какое значение они имеют для его жизнедеятельности. Все эти и некоторые другие обстоятельства работают на снижение качества новостного радиовещания.

Трансформационные процессы, которые в современных условиях претерпевает профессия ведущего-журналиста информационных программ на радио, являются предметом комплексного исследования проблемы подготовки кадров для отечественного радиовещания. Подобная трансформация профессии характерна

и для информационных служб телевидения. Это предполагает объединение усилий исследователей радиожурналистики и тележурналистики для более тщательного изучения вопроса, а также выработки путей преодоления негативных явлений, связанных с возвращением к менторскому радио, с учетом позитивных сторон журналистского опыта прошлых лет.

А. А. Пронин

Санкт-Петербургский гос. ун-т

ОТ ХРОНОСА К КАЙРОСУ: СМЕНА ВРЕМЕННОЙ ПАРАДИГМЫ В ПОРТРЕТНОЙ ТЕЛЕДОКУМЕНТАЛИСТИКЕ

В статье рассматривается проблема отражения времени через героя документального телефильма-портрета. Сравнение работ отечественных авторов 1970–1980 годов с современной практикой показывает, что «простой человек» фактически исчез из поля зрения телевидения, которое интересуется только «звездами». Это означает, что документалисты ушли от задачи показывать время в его протяженности, как исторИЮ — в пользу мгновений удачи, как исторИИ.

К л ю ч е в ы е с л о в а : время, герой, документальный фильм, портрет.

A. A. Pronin

St Petersburg State University

FROM CHRONOS TO KAIROS: TIME PARADIGM REPLACEMENT IN THE PORTRAIT TV DOCUMENTARY

This paper considers the problem of reflection of the time through the hero of TV portrait documentary. Comparison of domestic authors'

works in 1970–1980 with current practice shows that the “common man” actually disappeared from the television, which is interested only in the “stars”. This means that documentarians left their task to show the time in its extension as history — in favor of moments of luck, as the story.

Key words: time, a hero, a documentary, portrait.

Время — одна из важнейших категорий, определяющих мир фильма, в том числе и произведения экранной документалистики. Для документального фильма, в силу публицистической его природы, большое значение имеет не только соотношение экранного и реального времени, но и характер отражения последнего. Понятно, что фактологическая основа документалистики подразумевает в картине наличие временных координат и непосредственную связь содержания с тем или иным историческим контекстом, однако существенную роль в фильме играет ракурс, в котором авторы видят и изображают события и героев.

Но прежде чем приступить к выявлению того, что попадает, а что не попадает в фокус документальной телекамеры, обратимся к нашим представлениям о времени. В сущности, они мало изменились с тех пор, когда древние греки пришли к выводу, что есть два состояния времени: хронос и кайрос. Хроносом именовалось древнегреческое божество и одно из трех первоначал: время, которое породило огонь, воздух и воду. Кайросом у тех же древних греков звался бог счастливого мига, мгновения наивысшей удачи (он изображался с чубом на голове, за который нужно было ухватиться). Отсюда два их представления о времени: как о количественной протяженности, непрерывной последовательности (хронос) и как о качественной характеристике судьбы, в которой есть отдельные благоприятные случайности, моменты (кайрос).

О соотношении двух этих состояний времени применительно к экранной культуре вообще и к фильмам А. Сокурова, в частности, говорил довольно подробно М. Ямпольский в статье 2002 г. «Кинематограф несоответствия (кайрос и история у Сокурова)»¹.

¹ Ямпольский М. Язык — тело — случай: кинематограф и поиски смысла. М., 2004. С. 334–370.

Кайрос как остановка времени (цезура, провал), кайрос как смыслообразующий элемент фильма и т. д. — рассуждения Ямпольского заставляют пристальнее взглянуть на проблемы темпоральности в художественном творчестве.

На подобную философскую глубину мы не претендуем, в отношении теледокументалистики представляются продуктивными куда более скромные, даже буквальные толкования, поскольку с их помощью можно четко обозначить конфликт между двумя концепциями времени, которые давно уже борются в экранной документалистике. Суть различий можно определить простым вопросом: «Что нужно показывать — исторИЮ или исторИИ?». Флексии указывают, в одном случае, на время в его протяженности (хронос), а в другом — на отдельные «высокие» моменты, связанные чаще всего с известными личностями (кайрос). Приверженность к первой модели продекларировал в свое время еще *Дзига Вертов*: «Да здравствуют обыкновенные смертные люди, заснятые в жизни за своим обычным делом»².

В отечественной портретной теледокументалистике найдется немало выдающихся фильмов, авторы которых по-вертовски изображали «обыкновенного» современника: от «Катюши» *В. Лисковича* (1965) и «Шинова» *С. Зеликина* (1967) до «Архангельского мужика» *М. Голдовской* (1986) и «Высшего суда» *Г. Франка* (1987). История — пусть и идеологически выстроенная — изображалась преимущественно через «простого человека», он был в фокусе внимания документалистов как многоликий герой единого эпоса.

Например, в известном фильме «Токарь» *В. Виноградова* (1974) центральный персонаж рабочий *Евгений Моряков* впервые появляется в кадре с елкой на плече — он несет ее домой и размышляет о том, что мало уделяет внимания семье, потому что — работа, общественная деятельность, наставничество над молодыми и т. д. Герой рассказывает о себе сам, откровенно и доверительно рассуждая о своей судьбе, которая многим, а порой и ему самому, кажется незавидной, хотя *Моряков* — Герой соцтруда и проч. Зритель наблюдает его за «обычным делом»: за станком, на обеде, на собрании, дома, и даже кадры из заграничной поездки или

² *Вертов Д.* Статьи. Дневники. Замыслы. М., 1966. С. 96.

на партийном съезде не делают токаря счастливым, поймавшим свой волшебный миг и вознесшимся ввысь. Это портрет человека своего времени, и автор фильма точно, живо, как будто и вовсе без идеологической заданности вписывает его в контекст истории.

Но все это — советская традиция, включая перестроечный ее период, а начиная с 1990-ых годов, как известно, произошла перефокусировка, переход к созданию «звездных» историй. Разумеется, такие работы, как многосерийный «Лешкин луг» А. *Погребного* (1990–2000), рассказывающий о повседневной жизни фермеров, — большая редкость на современном российском ТВ. Однако и фильмы-портреты вполне привычных форматов и хронометражей, в центре которых «обыкновенные смертные люди», за последнее десятилетие практически исчезли с экрана. Чтобы в этом убедиться, достаточно просмотреть список документальных телефильмов, доступных для просмотра на сайте телеканала «Россия1»: *Даниил Гранин, Евгений Евтушенко, Михаил Калашников* — вот герои последних работ в жанре «портрет современника»³. Из «простых» людей внимания теледокументалистов удостоились лишь цыгане, своеобразный групповой портрет которых представлен в фильме «Фараоново племя. Ромалы».

Можно предположить, что в условиях сегментации рынка («много телевидения») произведения традиционной портретной тележурналистики перекочевали на другие каналы — например, на «Культуру». И действительно, такие проекты, как «Документальная камера», «Смотрим и обсуждаем», «Дороги старых мастеров», «Письма из провинции» ориентированы на изображение времени в его протяженности, то есть истории. В частности, в одном из выпусков «Смотрим и обсуждаем» В. *Хотиненко* представлял фильм А. *Вахрушева* «Книга тундры. Повесть о Вуквукае» о жизни чукотского оленевода, который в 72 года продолжает пасти огромное стадо и глубоко верит в силу традиций своего племени⁴. Также многие «Письма из провинции» рассказывают о российской глубинке посредством портретных зарисовок: так,

³ URL: http://russia.tv/video/index/menu_id/266.

⁴ URL: http://tvkultura.ru/video/show/brand_id/20934.

карельский поселок Кестеньга показан через восприятие местного рабочего-поэта *Леонида Карпова*, его судьбу⁵.

И в то же время большая часть портретных фильмов и передач на «Культуре» посвящена знаменитостям: «Острова», «Линия жизни» и др., причем с приходом в 2009 г. на канал в качестве главного редактора *С. Шумакова* эта тенденция заметно усилилась. Очевидно, что весьма уважаемый в профессиональных кругах человек руководствовался соображениями вполне практичными — перед ним была поставлена задача поднять рейтинг (что, к слову, и успешно реализовалось), но это только подтверждает тезис о «перефокусировке». И, безусловно, прав был *С. А. Муратов*, который отмечал, что в наше время состав персонажей фильмов «ограничивается кругом публичных людей (известных зрителям еще до того, как они появлялись в фильме)»⁶. Правда, практика последних лет показывает, что этот круг расширяется — за счет включения в него ближайшего «окружения»: жен или спутниц, детей и изредка друзей (проекты «Больше, чем любовь», «Спутницы великих», «Кремлевские жены» и т. д.).

Причем данное ограничение касается не только портретов современников, но и — в еще большей мере — исторических биографий. Разумеется, здесь априори срабатывает неизбежный «фильтр истории», однако даже прошедшие его персонажи представляются в особом свете: мгновения удачи подаются в неприменном контрапункте с провалами, неприглядными тайнами или подоплекой тех или иных событий. Например, большой общественный резонанс приобрела демонстрация в 2008 г. в «Закрытом показе» на первом канале фильма «Мой муж — гений» об известном физике, академике *Л. Ландау*. Сценарий основывался на неизвестных широкой публике мемуарах жены ученого, который показан в фильме, по выражению академика *Е. Велихова*, как «страдающий сексуальной озабоченностью неврастеник». Другой участник дискуссии в «Закрытом показе» добавлял, что «если бы фильм о Льве Толстом строился бы только на дневниках

⁵ URL: http://tvkultura.ru/video/show/brand_id/20920/episode_id/194711.

⁶ *Муратов С. А.* Документальный телефильм. Незаконченная биография. М., 2009. С. 297–298.

его жены Софьи Андреевны, тот бы выглядел монстром»⁷. И это лишь наиболее резонансный пример, один из длинного ряда; подобная драматизация документального телефильма («спектакля документов», по известному выражению *И. Беляева*⁸) — явление отнюдь не новое, но в XXI веке оно приобрело характер эстетической доминанты.

На наш взгляд, это не просто результат отказа от коммунистической идеологии, опиравшейся на интересы «человека труда», выдвигавшего на авансцену «рабочего и колхозницу», а следствие утраты хода времени, понимания современности как истории. Конечно, яркие герои и необыкновенные ситуации всегда привлекали зрителя, но в наше время практически утрачен временной фон, контекст обыденности. Очевидно, вырванные из течения обыденной жизни мгновения взлетов и падений известных людей больше соответствуют мозаичному сознанию человека XXI века, в особенности нашему соотечественнику, всегда тоскующему по празднику («какая это старая русская болезнь — писал *Бунин* в 1919 г., — это томление, эта скука...»⁹). А поскольку телевидение является сегодня прежде всего дешевым развлечением, то и трансформация его представляется неизбежной. В современной России, где нет устойчивых идеологических ориентиров, но активно действуют политические и коммерческие элиты, телевидение вынуждено было освоить «сменную оптику» переходного периода и находить баланс между волей «верхов» и «мягкой силой» предпочтений массовой аудитории.

На современном отечественном ТВ федерального и регионального уровня сложилась, как на хорошо налаженном производстве, система разделения социально-коммуникативных функций. С задачей формировать и представлять «повестку дня» вполне справляется информационная журналистика, «расшифровкой мира» пытаются заниматься аналитики, а вот писать «хронику времен» в человеческом их измерении — что

⁷ «Мой муж — гений». Закрытый показ URL: <http://my.mail.ru/video/mail/a125.52/6855/33991.html#video=/mail/a125.52/6855/33991>.

⁸ *Беляев И. К.* Спектакль документов: откровения телевидения. М., 2005.

⁹ *Бунин И. А.* Окаянные дни. М., 2005. С. 143.

было бы для нее естественно — отечественная теледокументалистика уже не в состоянии, поскольку научилась мыслить исключительно кайротически. Отсюда и перефокусировка внимания на известных персонажей, и утрата интереса ко всем иным. Как признался один влиятельный теледеятель, «чтобы мы предоставили эфир простому человеку, мы должны сначала сделать из него звезду, а потом уже рассказывать о хитросплетениях его биографии»¹⁰.

При этом даже в историях о людях известных внутреннее время фильма моделируется не хронологически, а драматургически — как художественное время. Протяженность биографии героя, логика повествования о его жизни разрывается включениями моментов кайроса, перемонтируется в соответствии с законами драматургии, стремящейся удерживать внимание зрителя, контролировать его от начала до конца. Таким образом, возникают те самые цезуры или провалы исторического времени, о которых говорил *М. Ямпольский*, однако в художественном времени документального телефильма они таковыми не воспринимаются, поскольку активно участвуют в создании истории.

¹⁰ Цит. по: Муратов С. А. Указ. соч. С. 298.

Л. В. Селезнева

Российский гос. социальный ун-т, Москва

СПЕЦИФИКА ДИАЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ТЕКСТЕ

В работе рассматривается проявление принципа диалогичности текстов и, в частности, проявление этого принципа в журналистском тексте. На примере публицистических текстов автор рассматривает соотношение текста и заголовка. Использование «чужого текста» в заголовке представлено как один из способов расширения диалогичности.

Ключевые слова: дискурс, журналистский текст, принцип диалогичности, трансформация, заголовок.

L. V. Selezneva

Russian State Social University, Moscow

SPECIFICITY OF DIALOGICAL RELATIONS IN A JOURNALISTIC TEXT

The subject matter of the paper is the issue of the dialogical character of texts with a focus on journalistic text. Newspaper texts are an examples to show the connection „text — headline“. „Another’s text“ in a headline is an important element of dialogical character of the text.

Key words: discourse, journalistic text, dialogical character, transformation, headline.

Текст является объектом исследования разных гуманитарных наук. При этом сложность данного явления рождает разные подходы к его анализу и интерпретации. В последние годы изучение текста приобретает коммуникативный характер, связанный с пониманием его как формы коммуникации¹. Методологически важными положениями в разработке данного подхода стали идеи *М. М. Бахтина* о диалогических отношениях между текстами и внутри текста.

В современной трактовке текста, по мнению *Т. М. Николаевой*, на первый план выходят вопросы, связанные со сферой и ситуацией общения, определяющие соответствие использования языковых средств целевой установке говорящего, условия «правильной» коммуникации². Переосмысление понятия «текст»

¹*Болотнова Н. С.* Коммуникативная стилистика текста как одно из направлений современной стилистики // *Лингвистика речи. Медиастилистика.* М., 2012. С. 62–81.

²*Николаева Т. М.* Лингвистика текста. Современное состояние и перспективы // *Новое в зарубежной лингвистике.* Вып. 8. Лингвистика текста / сост., общ. ред. и вступ. ст. *Т. М. Николаевой.* М., 1978.

ознаменовало переход от структурно-семантического к коммуникативно-деятельностному подходу: текст стали воспринимать как составляющую дискурса, как центральное звено в модели речевой коммуникации (автор — текст — читатель).

В основе коммуникативного подхода лежит понимание текста как формы коммуникации, которая создается благодаря взаимодействию всех компонентов речевой ситуации и в которой находят (или должны находить) отражение ряд коммуникативных (прагматических) установок:

1. установка на адресанта, то есть в тексте проявляются языковая личность автора, его эмоциональное состояние, замысел;

2. установка на адресата, то есть речь направлена на слушателя и в ней необходимо учитывать особенности собеседника;

3. установка на систему языка, то есть необходимо учитывать особенности знаковой системы, при помощи которой передается сообщение;

4. установка на сообщение, то есть на ту форму, в которой передано сообщение;

5. установка на действительность, то есть на событие, вызвавшее сообщение.

В рамках дискурса эти установки являются предпосылками для реализации диалогических отношений, или диалогичности. Выдвинутая в работах *М. М. Бахтина* как важная категория эстетики словесного творчества, диалогичность является особенностью не только художественного текста, но и любых других текстов, «за которыми стоят (и в которых *выражают себя*) реальные или потенциальные речевые субъекты, авторы данных высказываний»³. *М. М. Бахтин* выделяет в качестве обязательных условий установления диалогических отношений: наличие субъектов, согласие между ними и речь, которая позволяет выразить суждения субъектов. Прежде всего, для возникновения диалогических отношений необходимы две стороны, или субъекты, которые иницируют данные отношения: «Это определенное диалогическое событие во взаимоотношениях

³ *Бахтин М. М.* К методологии литературоведения // Контекст 1974. Литературно-теоретические исследования / ред. П. В. Палиевский М., 1975. С. 320.

двоих, а не эхо»⁴. Вторым условием диалогических отношений является речь: «Там, где нет слова, нет языка, не может быть диалогических отношений, их не может быть между предметами или логическими величинами (понятиями, суждениями и др.)»⁵. Необходимо отметить, что диалогические отношения между субъектами предполагают использование такого языка, который понятен обоим. В качестве третьего условия выступает согласие между сторонами. При этом *М. М. Бахтин* ставил знак равенства между диалогическими отношениями и согласием, называя их диалогическими отношениями согласия и имея в виду не идентичность содержания, а отражение в высказываниях позиции (даже и противоположной) каждого субъекта.

Отношения к тексту у адресанта и адресата различны. *Ю. М. Лотман* уподоблял их чтению палиндрома: если для автора логическая последовательность создания текста заключается в схеме: мысль (содержание текста) → кодирующий механизм языка → текст, то для читателя характерна обратная последовательность: текст → кодирующий механизм языка → мысль (содержание текста). При этом результатом взаимодействия может быть понимание и не(до)понимание, и, как отмечает *Т. М. Дридзе*, «именно по тому, произошло ли адекватное понимание, можно судить о качестве коммуникации, о степени ее диалогичности и о возможности перехода к поиску согласия»⁶.

Диалогические отношения представляют особый тип смысловых отношений, которые определяются, по *М. М. Бахтину*, напряжением между двумя полюсами: принципом диалогизма и принципом монологизма, которые не соответствуют лингвистическим понятиям диалога (обмен высказываниями между двумя людьми) и монолога (речь, обращенная говорящим к самому себе).

Диалогизм может быть рассмотрен на внутритекстовом, межтекстовом и дискурсивном уровнях.

⁴ Там же. С. 321.

⁵ Там же. С. 312–313.

⁶ *Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М, 1984.

На внутритекстовом уровне диалогические отношения складываются между высказываниями текста (каждое словесное целое представляет собой сложную систему отношений) и между компонентами текста: заголовок — лид-абзац — сам текст. На межтекстовом уровне диалогические отношения возможны между различными текстами. Это проявляется при использовании так называемого «чужого текста», или прецедентного текста, в качестве которого могут выступать фразы из фильмов, песен, художественной литературы. При этом прецедентный текст коррелирует с уже существующими знаниями читателя, и для автора задача заключается в том, чтобы правильно определить эти знания, а для читателя — вспомнить, восстановить их. Дискурсивный уровень предполагает взаимодействие двух или нескольких текстов в рамках одного дискурса, а также диалогические отношения между текстом и изображением (например, комиксы, реклама). Изображение и словесный текст в рекламе, взятые отдельно, могут быть в смысловом плане неопределенными, представлять собой «плавающую цепочку» означаемых (термин *P. Барта*). Критерием диалогичности на данном уровне является согласованность способов вербального и невербального воздействия для формирования единого семантического действия и создания единого образа.

Диалогичность является, на наш взгляд, одним из основополагающих принципов журналистских текстов. Это объясняется тем, что сама деятельность журналиста нацелена на контакт с аудиторией, на возбуждение определенных эмоций у читателя. Пафос журналистского творчества в том и состоит, «чтобы сделать сообщение о событиях, в принципе не касающихся получателя, интересными для него»⁷. Поэтому подбираются такие сообщения и комментируются таким образом, чтобы вызвать интерес у читателя. Рассмотрим, как могут складываться (или не складываться) диалогические отношения в журналистском тексте.

Одним из средств реализации диалогичности на внутритекстовом уровне является заголовок. Роль начала текста ответственна, поскольку это своеобразное приглашение читателя, которое он

⁷ *Рождественский Ю. В.* Теория риторики. М., 1999. С. 438.

может принять или отвергнуть. Обычно восприятие текста газетной статьи начинается с заголовка. С одной стороны, заголовок самостоятелен, а с другой — представляет собой элемент структуры текста, то есть рамку или границу. Ю. М. Лотман отмечал, что наличие у текста специфической имманентной структуры «влечет за собой высокую значимость категории границы»⁸. Части текста, которые расположены на его границе, — это всегда сильная позиция текста. Иногда их называют рамочным текстом, включающим в себя название (заглавие), подзаголовок, эпиграф, посвящение, предисловие, примечания, обозначения дат и мест написания. Например, в заголовок выносится часть темы, которая поясняется в подзаголовке: «Бюджет предвыборной рекламы. Расходы на чиновников вырастут на 49,5%» (МК. 2006.11.10); «Биг Бен показывает начало двенадцатого. Об олимпиаде 2012 года в Лондоне» (МК. 2008.16.10); «Денег на квартиры и машины нам не занимать. Банки делают все, чтобы избавиться от долгосрочных кредитов» (МК. 2008.16.10).

Одним из необходимых условий для возникновения диалогических отношений является установление согласия между сторонами, вступающими в диалогические отношения, в данном случае между заголовком и текстом статьи. Как отмечал М. М. Бахтин: «Согласие — одна из важнейших форм диалогических отношений»⁹. Это свидетельствует о том, что диалогические отношения складываются не номинально, и, например, употребление одинаковых слов в тексте и в заголовке не гарантирует появление диалогичности. Так, заголовок статьи «Высоцкий сделал меня инвалидом» (МК. 2007.29.10) предполагает физическое воздействие на говорящего, в результате которого последний стал инвалидом. Статья представляет собой интервью Людмилы Абрамовой, второй жены Высоцкого, в котором она вспоминает о годах жизни с ним и в частности говорит: «Это были, безусловно,

⁸ Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М., 1996. С. 4.

⁹ Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1986. С. 321.

плодотворные, счастливые, значительные годы (о годах жизни с Высоцким), но они мою жизнь немножко надломили. Когда замечательный священник отец Алексей Уминский сформулировал мое положение в жизни, он поставил мне диагноз «Вы — инвалид Высоцкого». Он был прав. Я — инвалид Высоцкого».

В контексте статьи выражение «инвалид Высоцкого» приобретает иное значение: это человек, пострадавший от общения с Высоцким в духовном плане. Получается, что заголовок дезинформирует читателя, отсутствует смысловой контакт с текстом статьи, несмотря на очевидный повтор слов, что и позволяет в данном случае говорить о частичных диалогических отношениях.

Или фраза «Быть этого не может!» подойдет в качестве заголовка к материалу и о природных аномалиях, и о достижениях науки, и о социальных проектах и т. п. Гипотезы о содержании текста охватывают далекие друг от друга тематические сферы, делая информативность названия ложной или нулевой. А статья под таким названием в «Известиях» (2008.11.10) рассказывает о выставке «Артефакты» в Московском музее современного искусства, на которой представлены фотографии, сделанные *Ф. Инфанте* и его женой. Название не оправдано ни содержанием (текстовая информация не пересекается и не дополняет заголовок), ни ассоциациями, которые возникают у читателя.

Диалогические отношения на межтекстовом уровне могут складываться по-разному. Если читатель отодвинут во времени от автора, то текст оказывается на пересечении диалогов: диалога, который ведут высказывания в историческом времени, и диалога, который складывается «здесь и сейчас». И читатель, воспринимая текст на фоне текстов на ту же тему, осмысляет его в зависимости от своего культурного и жизненного опыта. Этапы этого понимания были обозначены *М. М. Бахтиным*: исходная точка — данный текст, движение назад — прошлые контексты, движение вперед — предвосхищение (и начало) будущего контекста¹⁰.

Использование «чужого текста» в заголовке является одним из эффективных способов расширения диалогичности. Читатель

¹⁰ *Бахтин М. М.* К методологии литературоведения. С. 207.

воспринимает данное высказывание на фоне уже известных ему фраз и выражений, и здесь важны не столько точность (неточность) в передаче «чужого текста» (апликация или парафраз), сколько ассоциации, которые появляются у читателя, важно запустить «механизм ассоциаций» (по Ю. В. *Рождественскому*). Тогда в заголовке возникают новые диалогические отношения: читателя — с прошлыми текстами, через них с новым текстом в заголовке и затем уже заголовок с текстом. Так, прочитав названия эссе А. А. *Кацуры* «Огненный дождь. Что делать с розовой зарей?» и «Соль на топоре»¹¹, читатели оценят содержание по-разному: могут возникнуть ассоциации с явлениями природы, предметами быта. И только если в их языковую картину мира входит поэзия *Н. Гумилева* и *О. Мандельштама*, то возникнут догадки о том, что речь идет об этих поэтах. Первая статья называется так же, как и последний цикл *Н. Гумилева*, а в подзаголовке используется строчка из стихотворения этого цикла «Шестое чувство»: «Но что нам делать с розовой зарей / Над холодеющими небесами, / Где тишина и неземной покой? / Что делать нам с бессмертными стихами?». Заголовок второй статьи — это лишь часть сравнения из стихотворения *О. Мандельштама*: «Звездный луч — как соль на топоре, / Стынет бочка с полными краями». То есть смысловой объем, которым наполняется заглавие, зависит от читательского опыта. Поэтому при выборе заголовка принципиально важно учитывать потенциального адресата и те читательские коннотации, которые могут быть отличными от авторских.

На дискурсивном уровне анализ диалогических отношений требует учета многих внелингвистических факторов. Наметим лишь контуры таких отношений. Например, статьи, опубликованные в разных газетах, но посвященные одному и тому же событию, вступают в диалогические отношения, так как являются репликами в раскрытии одной темы, одной проблемы. Диалогические отношения складываются между материалами в одной газете (журнале), поскольку организационно-объединяющими компонентами являются рубрики, разделы. Они задают тема-

¹¹ *Кацура А. В.* В погоне за белым листом. М., 2000.

тику, в соответствии с которой и подбирается материал. В журналах особый интерес представляет оглавление: именно с этой страницы начинается ознакомление читателя с журналом. Обычно здесь перечисляются разделы и входящие в них статьи. Например, в журнале «Сибирская нефть» (2013. № 1/98, январь-февраль) — корпоративном журнале ООО «Газпром нефть» — есть разделы: новости, стратегия, активы, экология, международное развитие, техника, технологии, принципы управления, продвижения, социум. Тематика разделов разная, но все материалы объединяет объект, которому они посвящены, — компания «Газпром нефть». Внутри разделов материалы более близки между собой тематически. Один из разделов называется «Технологии» и включает в себя статьи: «Технологический резерв (Отработка методов химического заводнения и добычи сланцевой нефти на месторождения Salym Petroleum Development)», «Раствор инноваций (Разработка и испытание новейших буровых растворов)», «Смена ландшафта (Сводная стратегия развития IT до 2015 года)». Другими словами, оглавление журнала, имея особую структуру — перечисление наименований и страниц, на которых размещен материал, — способствует целостному восприятию и позволяет составить общее представление о деятельности компании. Прочтение оглавления является первым этапом диалогических отношений, которые укрепляются при ознакомлении со всеми материалами журнала.

Таким образом, диалогические отношения не являются прерогативой только художественного текста, их можно проследить в разных дискурсах, на разных уровнях. М. М. Бахтин отмечал, что «диалогический подход возможен и к любой значащей части высказывания, даже к отдельному слову, если оно воспринимается не как безличное слово языка, а как знак чужой смысловой позиции, как представитель чужого высказывания, то есть если мы слышим в нем чужой голос»¹². На наш взгляд, диалогический характер отношений между компонентами разного уровня является важным критерием при анализе журналистского текста.

¹² Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского. Киев, 1994. С. 398.

С. И. Сметанина

Санкт-Петербургский гос. ун-т

АЛЛЮЗИЯ И АНАЛОГИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье рассматриваются выразительные приемы современной российской журналистики с точки зрения их участия в формировании политического дискурса и картины мира, представленной в нем. Основное внимание уделено функционированию таких приемов, как аллюзия и аналогия, которые позволяют ввести актуальную политическую информацию в более широкий исторический и культурный контекст.

Ключевые слова: нарратив, аллюзия, аналогия, интертекстуальность, политический дискурс.

S. I. Smetanina

St Petersburg State University

ALLUSION AND ANALOGY IN POLITICAL JOURNALISM

This article deals with expressive techniques of modern Russian journalism in the view of their participation in the development of the political discourse and picture of the world in it. The focal point is such techniques as allusion and analogy which allow us to introduce up-to-date political information into a broader historical and cultural context.

Key words: narrative, allusion, analogy, intertextuality, political discourse.

Анализ содержательной стороны информационного потока в СМИ показывает, что современный медиадискурс структурируется вокруг устойчивых тематических блоков. Один из таких блоков представлен текстами, которые касаются вопросов политики. В связи с усложнением информационной среды, ростом

гражданской активности россиян усложняется и функциональная направленность этого вида журналистской практики. От оперативного сообщения о событиях в мире политики и комментирования сути происходящего медиатекст переходит к решению комплексных задач разъяснения, популяризации политической информации. В этом отношении есть основание рассматривать и современную политическую журналистику в общем комплексе текстов, реализующих просветительскую функцию, неотъемлемую для средств массовой коммуникации.

Информирование в политической журналистике прочно связано сегодня с вовлечением читателя в процесс формирования, сохранения и включения в свой жизненный опыт знаний о значимых общественно-политических процессах, приоритетных направлениях внутренней и внешней политики государства. Решение этих задач возможно, если сам текст воспроизводит процесс познания мира, опирается на когнитивные ресурсы памяти и выбирает для этого соответствующие жанрово-композиционные модели и речевые средства.

Наблюдения за текстами СМИ, подчеркнуто ориентированными на разъяснение, популяризацию политической информации, позволили сделать следующие выводы. Во-первых, для этого выбираются аналитические жанры, такие как статья, комментарий или эссе колумнистов, обзоры медиакритиков, стилистический рисунок которых формируется речевыми средствами, способными передать не только логику мысли, но и свойственные политическому дискурсу в целом оценочность, метафоричность, символичность, манипулятивность, прецедентность, семантическую вариативность. Во-вторых, актуальное в мире политики событие рассматривается журналистами в более широком мировоззренческом контексте, историческом и культурном, и становится сюжетным центром повествования, удерживающего читательское внимание. Операция воплощения собственно политической информации в сюжет совершается в пространстве нарратива. Как специфический для человека способ осмысления мира, основу которого составляет рассказовая природа человеческого сознания (текстуальность мышления), нарратив дает шанс и автору-

журналисту пристально всмотреться в конкретную ситуацию, найти в информации, уже прошедшей по разным каналам СМИ, новое содержание, новые, подчас неожиданные связи, и читателям разобраться в далеком, казалось бы, от их обыденной жизни мире политики. Как сюжетно-повествовательная форма нарратив обеспечивает возможность синтеза разного материала — содержательного (реального и предполагаемого, ассоциативного) и собственно речевого (рационально-логического и эмоционально-образного) — в одном смысловом пространстве текста.

Если сравнить нарративную организацию научно-познавательного журналистского текста, который в арсенале текстов СМИ прежде всего предназначен для реализации функции просвещения, и политического медийного текста, то можно увидеть, что они отличаются, главным образом, характером рассказывающей личности. В научно-познавательном тексте автор-рассказчик словно Незнайка в чужом городе. Он задает много вопросов (иногда даже наивных) и ищет на них ответы для себя и для читателя. Он вслушивается в каждое неизвестное прежде слово-термин и разбирается в его семантике, этимологии, бережно собирает факты, повторяет новую информацию, чтобы она запомнилась. Он открыто вступает в диалог с читателем, предлагая ему подумать, представить, сравнить, сопоставить. Он проводит аналогии между фактами науки и литературы, искусства, истории, повседневным опытом ради того, чтобы возникающие ассоциации и аналогии помогли приоткрыть суть описываемого феномена.

И читатель вместе с автором погружается в этот процесс приобретения и накопления знания: «Задолго до того, как человек изобрел боевые доспехи, их создала Природа. Вернее, создавала она их многократно, самого разного фасона и из разных “материалов”. И хотя позвоночные с самого начала своей истории сделали ставку на внутренний скелет, они тоже породили немало бронированных форм: панцирные рыбы, черепахи, многие динозавры. Но среди млекопитающих существа, закованные в броню, встречаются крайне редко. Представьте теперь удивление испанских конкистадоров, которые среди прочих чудес и диковин уви-

дели в Южной Америке зверей в блестящих успехах. Не мудрствуя лукаво они назвали их *armadillos* — “латники”. Во многие языки мира это слово вошло без перевода, русские же зоологи подобрали ему эквивалент: броненосцы» (Вокруг света. 2008. № 3).

Характерная для медиатекста оценочность появляется в научно-познавательной журналистике тогда, когда речь заходит не о самом научном феномене, а о гуманитарных последствиях внедрения новых разработок или технологий, что вполне естественно: «сама по себе наука не может определить цели, которым она служит. Наука может открывать вакцины и средства от болезней, но может и создавать инфекционные агенты; может открывать физику полупроводников — и физику водородных бомб»¹. Так, статью о проведении генетических тестов, дающих возможность установить продолжительность жизни человека, научный обозреватель журнала «Огонек» *Е. Кудрявцева* начинает с оценки последствий применения этой инновационной технологии: «... появление анализа, “предсказывающего” конец жизни, в обществе потребления приведет к дискриминации людей с неблагоприятными генами» (Огонек. 2011. № 21).

Рассказывающая личность в текстах с ярко выраженным политическим дискурсом, напротив, предстает перед читателем как личность, владеющая всей информацией и, передавая ее, свободно смещает содержательный фокус сообщения с точности воспроизведения факта, с точности цитат на их интерпретацию, наделяет их новыми смыслами, выстраивая неожиданные параллели с помощью целого спектра выразительных средств. Стратегия их восприятия предполагает понимание сути происходящего через обнаружение связей между фактами реальной действительности и теми речевыми формами, которые выбрал журналист для своего повествования. В выборе этих форм современная журналистика отдает предпочтение не метафоре и метонимии, традиционным в прессе советского периода, а интертекстовым вариантам аллюзии, в основе которых — установление связей между разными текстами истории и культуры, связей, позволяющих узнать новое (популяризация всегда предполагает

¹ Фукяма Ф. Наше постчеловеческое будущее. М., 2004. С. 261–262.

пополнение когнитивной базы адресата текста), рассмотреть в этом новом аналог другого события или в момент сопоставления осмыслить их несхожесть.

Например, медиакритик С. Тарошина обращает внимание на то, как и почему российские телеканалы по-разному комментировали яркие выступления российского президента в августе 2013 г. «Так говорил Путин» называет она свой аналитический материал, сопровождая его подзаголовком «Трактовка высказываний президента — актуальнейший жанр ТВ» (Новая газета. 2013. 25 авг.). Едва уловимая в заголовке интертекстовая аллюзия уточняется в ходе повествования прямой отсылкой к литературному аналогу, который иронически корректирует медийный образ реального политика: «Путинский триумф последних дней возбудил экспертное сообщество до состояния легкой невменяемости. Каждое слово триумфатора омывается морем противоположных трактовок. Последний раз нечто подобное происходило 130 лет назад, когда Ницше издал роман “Так говорил Заратустра”. Владимира Владимировича и древнеперсидского пророка объединяет идея вечного возвращения. Именно эта идея и лежит у истоков пьесы “Так говорил Путин”».

Выстраивая свою версию легендарного литературного произведения, журналист продолжает формировать медиаобраз президента, опираясь уже на исторические параллели. Вот одна из них: «Существуют и более выразительные исторические примеры. <...> Николай I не называл узника Петропавловки [Бакунина] “Мишей”, а Бенкендорф повешенного Пестеля “Пашей”. Зато Путин запросто именуется идейных противников Собчак и Рыжкова “Ксюшей” и “Володей”. Так ведь и задачи разные у самодержавной России и демократической. В первой иногда случались сбои. Во второй все и все, включая Америку и оппозицию, под надежным контролем». Опора на интертекстовые практики позволила журналисту увеличить для читателя угол зрения на событие и добавить эмоционально-образные и стилистические «краски» в картину мира, представленную в политической коммуникации.

Традиционно риторика понимает аллюзию как фигуру, с помощью которой дается представление о вещи, лице, факте, но сами они не называются. Интертекстовая аллюзия «заключается в том,

чтобы в имплицитной форме установить связь данного текста с другим текстом»². Исследователи рассматривают интертекстовую аллюзию как игровой прием, с помощью которого «можно сказать многое, ничего не говоря, донести свою мысль посредством иносказаний»³. Как и всякая игра, интертекстовая аллюзия требует активности и от автора при выборе текста-первоисточника, и от читателя в процессе распознавания интертекстуальных связей. Аналогия и является интеллектуальной тактикой реализации аллюзии. Однако, обнажая технику письма, прием смешивает реальное и воображаемое, увеличивает дистанцию между правдой жизни и ее воплощением в тексте. Таким образом, пропуская реальное в мире политики событие сквозь призму интертекстуальной интриги, журналист, с одной стороны, подчиняет возможности понимания происходящего своей воле, «задает» варианты или границы интерпретации текста, с другой — активизирует работу мысли читателя, вовлекает его в процесс познания, так как интертекстовая аллюзия, как и любая риторическая фигура, заставляет читателя прилагать особые усилия для ее опознания⁴.

Творческим материалом для интертекстовой аллюзии в политической коммуникации становятся не только литературные цитаты, сюжеты, образы. С помощью аллюзии читателя можно отсылать к истории, мифологии, общественному мнению, к общепринятым обычаям. При этом важно отметить, что отдельные вкрапления «чужого текста» реализуют, главным образом, номинативную функцию, хотя и содержат эстетические сигналы. Так, статья о причинах назначения в 2010 г. губернатором Москвы *С. Собянина* имеет заголовок «Потому что он с Севера, что ли?» (Огонек. 2010. № 41). Но трансформированная цитата из *С. Есенина* связана лишь с фактом биографии политика (место рождения — Ханты-Мансийский автономный округ) и не участвует в объяснении причин выбора на пост мэра столицы именно его — руководителя кремлевской администрации.

² Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности / общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М., 2008. С. 226.

³ Там же. С. 145.

⁴ *Зенкин С.* Новые фигуры (Заметки о теории, 3) // Новое литературное обозрение. 2002. № 57.

По-настоящему интертекстовая аллюзия проявляет себя в пространстве нарратива, когда она становится импульсом для формирования новых смыслов, оценок и выводов. Вот для объяснения возможных причин отставки министра обороны А. Сердюкова журналист выбирает сюжет, своеобразным черновиком для которого стал бестселлер М. Пьюзо «Крестный отец». Все реальные политики, имеющие отношение к громкой отставке, представлены в статье как члены «семьи», клана. Все события, предшествующие отставке и следующие после нее, оцениваются с помощью лексики, актуализирующей первичный текст-аналог: «изохренная злость, на которую способна настоящая организация», «месть», «контроль тех “точек”, где реально генерируются и концентрируются финансовые потоки», «коррупция», «генеральская мафия». Сам Сердюков — «солдат, который служил клану и его принципам», и, «как об этом свидетельствуют упрямые факты, своим стремительным превращением из владельца мебельной фирмы в российского министра г-н Сердюков был обязан женитьбе на дочери старинного члена клана Виктора Зубкова, заместителя Путина еще по международному отделу питерской мэрии и, так сказать, “крестного отца” кооператива “Озеро” (Виктор Зубков помог найти и оформить участок земли в хорошо знакомом ему по прошлой работе Приозерском районе). В последнее время, как говорят, министр Сердюков отдалился от семьи и даже, возможно, намеревался завести новую. И вот — гром с неба, разверзлись хляби: клан дал тебе все, клан все и отнимет» (Новая газета. 2012. 19 ноября). Статья насыщена реальной информацией с точными указаниями дат, фамилий, должностей. Интертекстовая аллюзия сюжетно организует эту информацию и держит в напряжении читателя, чьи фоновые знания помогают переработать ее и наделить коннотациями.

Таким образом, в целом риторические стратегии современного дискурса СМИ, разъясняющего актуальные политические процессы, таковы, что не только предлагают определенный способ прочтения довольно интересного рассказа о них, но и смещают смыслообразующий фокус текста с реального события и его участников на их медийные образы.

И. А. Тортунова

Российский гос. социальный ун-т, Москва

**СОВРЕМЕННЫЕ ПЕЧАТНЫЕ СМИ
«ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ»
КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ
(НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ ДЛЯ ЮРИСТОВ)**

Статья посвящена анализу особенностей деловой прессы как разновидности печатных СМИ. Особое внимание уделяется описанию специфики читательской аудитории. На примере газеты «Эж-юрист» и журнала «Офицеры» изучаются черты, выделяющие издания «для профессионалов» из бизнес-прессы.

Ключевые слова: деловая пресса, издания «для профессионалов», речевое воздействие, информирование.

I. A. Tortunova

Russian State Social University, Moscow

**MODERN PRINT MEDIA „FOR PROFESSIONALS“
AS A VARIANT OF BUSINESS PRESS
(AN EXAMPLE OF PUBLICATIONS FOR PEOPLE OF LAW)**

The article is devoted to the analysis of characteristics of business press as a variant of print media. Special attention is paid to the description of audience's specific character. The article studies special features that differ media "for professionals" from business press in general; on examples of "The Zh-Jurist" newspaper and "The Officers" magazine.

Key words: business press, media „for professionals“, speech impact, informing.

Периодическая печать до сих пор остается одним из самых востребованных видов СМИ на территории Российской Федерации. Особое место в ряду печатных СМИ занимают издания «для про-

фессионалов». Именно это название кажется наиболее объективным и удачным в ряду других: «специальные издания», «профессиональная пресса», «специализированные издания», «издания для профессиональных и социальных групп», «отраслевые издания». Число СМИ данного формата увеличивается с каждым годом. Так, например, за последние годы возросло число специализированных изданий для учителей. Газеты «Первое сентября», «Английский язык», «География», «Здоровье детей», «Литература», «Школьный психолог», «Физика», «Управление школой», «Начальная школа», «История», «День образования», «Педагогическая газета» и журналы «Учитель» и «Информационные технологии в образовании» являются вполне конкурентоспособными и имеют своего читателя.

На современном рынке печатной прессы широко представлены деловые издания, отражающие вопросы, связанные с другими специальностями. Это, например, журналы и газеты для бухгалтеров («Главбух», «Финансовый директор», «Упрощенка», «Учет. Налоги. Право», «Зарплата», «Российский налоговый курьер», «Главная книга», «Нормативные акты для бухгалтера», «Практическая бухгалтерия», «Практическое налоговое планирование», «Аудиторские ведомости», «Расчет» и др.), для работников кадровых служб («Кадровое дело», «Справочник кадровика», «Управление персоналом», «Справочник по управлению персоналом», «Кадровик», «Кадровые решения», «Трудовое право», «Трудовые споры», «Отдел кадров государственного (муниципального) учреждения» и др.), для IT-специалистов («Chip», «Хакер», «Системный администратор», «Мир ПК», «Директор информационной службы», «Информационная безопасность», «Радио», «Открытые системы», «Первая миля» и др.). Очевидно, что названия изданий «для профессионалов» вызывают непосредственные ассоциации с профессиональной деятельностью адресата, поскольку игра слов, популярная в названиях печатной прессы других видов, в данном случае мало уместна.

Важными задачами СМИ являются отражение и формирование общественного мнения. В изданиях «для профессионалов» они являются первостепенными, развлекательная функция реализуется в данном случае минимально. Авторы материалов в

журналах и газетах подобного формата не только журналисты, но и эксперты в определенной области, что значительно усиливает авторитетность издания, акцентирует внимание на информационной функции печатного СМИ. Издания «для профессионалов» представляют собой разновидность так называемой «деловой прессы», часто определяемую как разновидность СМИ, в которой журналисты отслеживают, собирают, записывают и анализируют информацию, имеющую отношение к финансам и бизнесу, обеспечивающую информационные потребности предпринимательства посредством публикации тех или иных материалов (журналистских, статистических, рекламно-информационных, законодательных и пр.) с целью создания информационного поля, способствующего развитию бизнеса.

Тематика, приемы подачи информации делают деловую прессу антиподом желтой прессы. Несмотря на системное научное изучение СМИ данного формата¹, до сих пор не существует единых критериев, позволяющих отнести издание к деловой прессе. Очевидно, что к ней относится широкий спектр изданий, «одну его часть представляют газеты, журналы, бюллетени, альманахи, имеющие своей целью стимуляцию спроса всех видов; другая часть провозглашает своей целью обеспечение более или менее широких слоев потребителей специальной информацией, касающейся тех или иных свойств продукции, услуг, процессов их производства и использования»². Деловая направленность коммуникации является отличительной особенностью бизнес-прессы.

Читательская аудитория, интересы которой весьма разнообразны, является важнейшим фактором, позволяющим характеризовать журнал или газету как деловую прессу и, как ее разновидность, издание «для профессионалов». Важно, что заинтересованность «специалистов, прежде всего из групп организа-

¹ Аникина М. Е., Баранов В. В., Воронова О. А., Шкондин М. В., Реснянская Л. Л. Типология периодической печати. М., 2009; Бочаров А. Г. Основные принципы типологии современных журналов // Вестн. Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 1973, № 3; Засурский Я. Н. Переход к рынку и кризис прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1991. № 1; Корнилов Е. А. Типология журналистики. Вопросы методологии и истории. Ростов-н/Д, 1987.

² Сидорин А. «Деловая пресса»: что это такое. М., 2012. С. 2.

торского труда, т. е., как правило, образованных, социально активных людей, работающих во всех сферах народного хозяйства, в науке (в первую очередь прикладной) и на государственной службе»³, является разной. Нельзя забывать также и о случайном, немотивированном читателе деловых изданий. В зависимости от того, насколько серьезна мотивация обращения к деловому печатному изданию, усваивается и информация, представленная в СМИ данного формата. Как правило, высоко мотивированный читатель является специалистом в данной области и аналитически обрабатывает предоставляемую ему информацию. Выбор таким читателем деловой прессы не является случайным, он удовлетворяет информационные потребности, соответствует уровню знаний и кругу профессиональных интересов. Социальный портрет случайного потребителя информации бесплатной (именно таким образом часто распространяются бизнес-издания), то есть читателя немотивированного, является другим. С одной стороны, он допускает больше вариантов. Например, очевидно, что «среди читателей деловой прессы немало студентов высших учебных заведений»⁴, впрочем, как и пенсионеров, военнослужащих, людей с ограниченными возможностями и др. С другой стороны, случайность чтения деловой прессы допускает другую, более поверхностную, обработку информации и может совсем не соответствовать профессиональным потребностям, а компенсировать недостаток информации как таковой.

Немаловажным критерием, позволяющим отнести деловую прессу к самостоятельной разновидности СМИ, является и способ подачи информации. Во-первых, тематика деловой прессы (политические события, освещение экономических и культурных новостей) непосредственно связана с уровнем образования высоко мотивированного читателя, его интересами, насыщенным графиком работы и активным ритмом жизни. Во-вторых, важнейшим критерием, фактором, определяющим профессионализм издания, является высокая достоверность предоставляемой читателю информации. Поэтому для деловой прессы характерен определен-

³ Система средств массовой информации России. М., 2003. С. 91.

⁴ Там же.

ный набор жанров, которые А. А. Тертычный характеризует как информационные и аналитические — заметка, статья, корреспонденция, интервью, рецензия, обзор. В-третьих, деловую прессу отличает ракурс предоставленной информации — факт становится важным не только как самостоятельное явление, отражающее происходящие социально-общественные процессы, но и подается в прагматическом освещении, поскольку читателю интересны и последствия случившегося, в том числе материальные.

Журналы и газеты научной и экономической направленности, издававшиеся в России в XVIII в., стали первыми образцами отечественной деловой прессы. В основном они выпускались государственными органами, например, Государственным банком, Министерством государственных имуществ, Министерством финансов и др. и носили однотипные названия — «Труды...», «Ведомости...». Например: «Труды Вольного экономического общества», «Ежемесячные сочинения», «Комментарии», «Экономический магазин». В первой половине XIX в. в печатных изданиях окончательно формируются признаки деловой прессы, для которой характерны оперативность и достоверность информации, предоставляемой в форме статей, отчетов, мнений, прогнозов, экономическая тематика: «Технологический журнал», «Новый магазин естественной истории, физики, химии сведений экономических», «Журнал мануфактур и торговли», газеты «Купец», «Биржевые ведомости» и др. Позже, во второй половине XIX в., появляются «Биржевые ведомости», «Торговый сборник», «Финансовое обозрение», «Жизнь и хозяйство», «Железнодорожное дело», «Вестник финансов промышленности и торговли», «Экономист», «Экономический журнал», «Русский лесопромышленник», «Русское экономическое обозрение», «Коневодство», «Коннозаводство», «Вестник золотопромышленности», «Биржевые ведомости», «Банки и биржа», «Биржа за неделю», «Банки и акционерное дело», «Биржевая газета», «Банковская и торговая жизнь», «Маленький финансист», «Биржевой день», «Деньги» и др.

Специфика экономики советского времени обусловила отсутствие деловой прессы как отдельной разновидности СМИ в этот период, что, однако, не означало полного замалчивания экономических вопросов. Так, издания «Известия Высшего совета на-

родного хозяйства», «Экономическая жизнь», «Экономические науки», «Экономическая газета», «Советская Россия», «Правда», «Известия», «Социалистическая индустрия» основное внимание уделяли проблемам экономического развития страны.

Свое второе рождение отечественная деловая пресса пережила в 1990-е гг., когда значительно расширился круг читателей, вовлеченных в экономические и деловые проблемы. Именно тогда появились издания, и сегодня определяющие лицо деловой прессы: газеты «Коммерсантъ», «Экономическая газета», «Российская бизнес-газета», «Ведомости», «Деловой Петербург», «Сегодня», «РБК-daily» и журналы «Эксперт», «Деньги», «Профиль», «Власть» «Экономист», «Деловые связи», «Журнал для акционеров», «Карьера», «Компания», «Секрет фирмы», «Бизнес журнал», российские версии «Forbes», «Business Week», «Start Money» и др.

Деловая пресса предоставляет анализ глобальных событий в стране и их влияния на экономическую жизнь общества, обеспечивает читательскую аудиторию необходимой оперативной информацией, формирует идеологию бизнеса, распространяет деловой опыт. Именно поэтому ведущей функцией деловых СМИ является социальная, позволяющая, как утверждает *Т. Б. Назарова*, «обеспечить бизнес-коммуникацию», поскольку в «основе делового общения лежит взаимный интерес к получению прибыли»⁵.

Формирование правового общества, возросший интерес к юриспруденции, осознание правовой значимости и ответственности граждан, изменение законодательной базы в стране повлекли за собой появление целого ряда изданий, адресованных профессиональным и начинающим юристам, роль которых в современном мире значительно укрепилась. Из ведущих изданий, представленных на рынке, можно назвать: «Ваше право: миграция», «Бюллетень Верховного Суда РФ», «Социальная защита», «Юрист компании», «Корпоративный юрист», «Хозяйство и право», «Госзаказ в вопросах и ответах», «Российская юстиция», «Экономика и жизнь», «Трудовое право», «Уголовное право» и др.

⁵ Назарова Т. Б., Буданова В. В. Семиотика коммуникантов в деловом общении на английском языке. // Язык. Сознание. Коммуникация. Вып. 32. М., 2006. С. 44.

Еженедельная газета «Эж-юрист» и ежеквартальный журнал «Офицеры» занимают стабильные позиции на рынке печатных СМИ. Эти издания являются разновидностью деловой прессы, отвечающей информационным, композиционным и стилистическим тенденциям развития современных печатных российских СМИ. Рассчитанные на широкий круг читателей, они, несмотря на разницу форматов, освещают злободневные политические и социально-экономические новости, представляют различные формы делового общения в сфере СМИ — новости, авторские статьи, интервью с компетентными лицами.

Российская правовая газета «Эж-юрист» издается с 1998 г. Издание, нацеленное на профессиональную юридическую аудиторию, содержит постоянные рубрики — «Новости / Комментарии», «Право», «Жизнь юриста», — в которых предоставляется оперативная и компетентная информация в области права. Рубрики «Делу время», «На заметку», не являющиеся постоянными в издании, больше отвечают познавательно-развлекательной задаче печатных СМИ, содержат материалы культурологического и исторического характера.

Изданием для юристов можно считать и журнал «Офицеры», существующий на российском медиарынке с 2002 г. и позиционирующий себя как серьезный «журнал о законе и людях, его охраняющих». Целевая аудитория, заявленная в названии журнала, кажется другой, нежели у газеты «Эж-юрист». Однако это не так, поскольку большая часть современных офицеров имеет юридическое образование. Поэтому журнал вполне отвечает современным информационным требованиям, когда «относительная насыщенность журнального рынка и конкурентная борьба за читательский спрос ввели в обиход не совсем научное, но вполне жизненное понятие „ниша“, обозначающее незанятую или плохо осваиваемую ячейку информационного пространства»⁶. В издании, для которого характерна строгость композиции, несколько постоянных рубрик: «Политинформация» (часть которой составляют общественно-политические новости), «Большая тема», «Служба» (содержащая, в том числе письма читателей и ответы редакции), «История», «На

⁶ Система средств массовой информации России. С. 164.

отдыхе» (самая неофициальная). Из основных жанров, постоянно представленных в издании⁷, можно назвать репортаж, новостную заметку, интервью, репортаж, комментарий, вопрос-ответ, очерк.

Коммуникативная задача печатных СМИ «для профессионалов» основана на вариантах взаимодействия участников схемы «адресант — сообщение — адресат», предложенной Р. Якобсоном. Двухнаправленность и двусторонность коммуникации реализуется в данном случае в специфике печатных СМИ, в которых широко представлен русский язык профессионального общения. Ориентированные на профессионально подготовленных в определенной области людей, газеты и журналы соответствуют информационным потребностям читательской аудитории. Одновременно СМИ создают сам образ профессионала, формируя таким образом корпоративную этику и культуру. В газете «Эж-юрист», например, при создании образа юриста акцент сделан на высоком уровне образования, профессионализме, социальной защищенности, стабильности и значимости, самостоятельности, потребности в духовном и интеллектуальном развитии. Журнал «Офицеры» представляет иной портрет героя-читателя, фокусируя внимание на таких качествах, как профессионализм, верность долгу, физическая и моральная сила, мужество, альтруизм, уверенность в себе.

Разница форматов газеты «Эж-юрист» и журнала «Офицеры» не повлияла на ряд общих признаков, характерных для деловой прессы: обращение особого внимания на политические и экономические события, присутствие большого количества статей экспертов, подача информации под особым, ориентированным на определенные профессии ракурсом. Наглядно это иллюстрируют рубрикаторы изданий, отражающие современные тенденции развития бизнес-прессы.

В современной печатной прессе наблюдается активное размывание жанровых границ текста, возникновение новых форм журналистского творчества, но традиционные жанры, основой которых является новость, остаются вполне востребованными и актуальными. Основные признаки новости — оперативность,

⁷Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2002. С. 50.

актуальность, востребованность⁸. Информация, представляемая в новостях, превышает то, что известно читателю. Т. А. ван Дейк утверждает, что предоставление наиболее важной информации в начале сообщения и дальнейшее ее разворачивание — это непереносимое условие создания текста новости⁹. Задача новостей — фиксировать и беспристрастно излагать факты. Новостные тексты представляют собой основу содержания деловой прессы. Аналитика, которой также отводится ведущая роль в СМИ данного формата, создается на основе новостей, являясь, таким образом, больше вторичной, нежели первичной формой существования текста. Заголовки новостных статей, являющиеся неотъемлемой частью текста как в смысловом, так и в композиционном плане, представляют собой, как правило, саму новость.

Анализ заголовков газеты «Эж-юрист» и журнала «Офицеры» показал, что большая часть названий рубрик и статей создана по принципу прямой номинации. Например, *5 лет — на 5 баллов* (о первом юбилее фестиваля патриотической песни), *Чем запомнился парад Победы 2013?*, *Кубок «Содружество спецназа»*, *Горизонты военного сотрудничества*, *Стратегический авторитет «Юрия Долгорукого»*, *Не числом, а умением*, *Разведка боем*, *Разыскивается*, *Чувство Родины*, *70 лет надежной связи*, *Когда с начальником согласия нет*. Прямые заголовки позволяют фокусировать внимание читателя на основной идее / образе героя текста: *Главное таинство отца Михаила*, *Путь воина*, *Ботаник из «Вьмпела»*, *«Морские дьяволы» Сахалина*, *Форест урегулируют законом*, *Финансы выведут из тени*, *Опасности неноваторского мышления*, *Реконструкция или ремонт*, *Пора играть по правилам*, *Самый страшный враг*, *В договоре важно все*, *Моя Тула*, *Банковские вольности*, *Чтоб крепким был семейный тыл*. Специфика формата СМИ позволяет использовать элементы официально-делового стиля и в названиях статей. В первую очередь это аббревиатуры, содержание которых понятно читателю-профессионалу: *ВС РФ разъяснил ряд страховых вопросов*, *Как ИП*

⁸ Попов А. С. Синтаксическая структура современного газетного заглавия и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. М., 1966. С. 35.

⁹ Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. С. 17.

признать банкротом, ВАС уменьшит неустойку, ОМОН идет на абордаж, Родом из СОБРА.

В СМИ «для профессионалов» речевая игра реализуется реже, нежели в изданиях развлекательно-познавательного характера, «глянце». Однако и «серьезные» издания обращаются к этой распространенной художественной форме, суть которой состоит «в интеллектуальной, эмоционально-оценочной, формальной переработке “чужого” текста-цитаты, осмысленного и освоенного в системе культуры, и повторное использование его в качестве номинации по отношению к реальным событиям, лицам при создании медиа-текста»¹⁰. Речевая игра, к которой обращаются авторы в СМИ «для профессионалов», представлена, в первую очередь, в заголовках: *Своих не бросаем!, Вятские — мужики хватские, Дерринджеры: скрытая угроза или оружие последнего шанса, На высоте той безмянной, Хранить государство и верно служить народу, Великолепная «семерка», Слово и дело, Закурить не найдется?*. Очевидно, что основными источниками цитат в СМИ для юристов становятся фразы из документов, песен патриотической / государственнической направленности, публичных речей государственных мужей, пословицы.

Нельзя не отметить и стилистического единства журнала «Офицеры» и газеты «Эж-юрист». Документальность, строгость, активное использование клише, юридических терминов, отсутствие игры слов и переноса смыслов ярко выражены в языке изданий. Так, для него характерны определенные стилистические особенности: активное использование возвышенной лексики (*выбрал своей профессией служение Родине, на ратном поприще, романтика профессии юрист, было уготовано судьбой*) и лексики, носящей официально-деловую окраску (*в соответствии с, тем самым, одна из наиболее острых проблем, встали в строй, от имени коллектива редакции*), постоянная апелляция к гражданским понятиям: Отечество, патриотизм, честь, долг, профессионализм.

Приближенный к официально-деловому, язык изданий не является сухим и канцелярским, удачно сочетается с публицистическим, что подчеркивает специфику образов «серьезных лю-

¹⁰ Соловьев В. И., Рябинина Н. З. Редакторская подготовка периодических изданий. М., 2001. С. 101.

дей», профессионально занимающихся важной и ответственной работой, — юриста и офицера. Строгий информативный стиль статей экспертов объединяется в изданиях с авторским стилем в материалах журналистов, активно работающих в информационно-правовой сфере, что позволяет отнести газету «Эж-юрист» и журнал «Офицеры» к деловой прессе.

О. В. Третьякова

Северный (Арктический) федер. ун-т

ФИГУРЫ УМОЛЧАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ: ОТ САМОЦЕНЗУРЫ К МИФОТВОРЧЕСТВУ

На основе анализа печатных изданий рассматриваются достоверность, полнота и объективность информационной картины мира, создаваемой журналистами в СМИ Архангельской области. Договорный механизм информационного обслуживания органов власти вынуждает журналистов прибегать к самоцензуре и замалчиванию общественно важных сведений, что приводит к созданию медиамифов и утрате профессионализма, меняет существенные характеристики журналистики.

К л ю ч е в ы е с л о в а : информирование, умолчание, самоцензура, медиамиф.

O. V. Tretyakova

Northern (Arctic) Federal University

OMISSIONS OF REGIONAL MASS MEDIA: FROM SELF-CENSORSHIP TO MYTHMAKING

Based on the analysis of publications, the article discusses reliability, completeness and objectivity of the informational picture

of the world created by the mass media of the Arkhangelsk region. Contractual mechanism of informational servicing to authorities forces journalists to self-censorship and omission of important public information, what leads to mythmaking and loss of professionalism and changes the essential characteristics of journalism.

Key words: informing, omission, self-censorship, media myth.

Информационная картина мира, которую создают журналисты, иногда далека от реальности ввиду того, что журналист постоянно делает выбор, о чем и как сообщить аудитории: то ли о чем-то необычном, то ли о типичном, то ли о самом, на его взгляд, интересном. Субъективный подход к отбору фактов — не вина и не беда журналистов, а скорее всего неизбежность. Намного опаснее для профессии сознательное искажение отражаемой реальности путем акцентирования, подчеркивания одних событий или отдельных сторон отображаемых явлений и замалчивания других, то есть манипулирования массовым сознанием путем умолчаний.

Цель нашего исследования — определить, насколько полно отражаются события политической и общественной жизни страны и региона в повседневной практике региональных СМИ. Исследование базируется на публикациях двух основных общественно-политических изданий Архангельской области разной принадлежности — частной газеты «Правда Севера» и газеты «Архангельск», учредителем которой является администрация Архангельской области. «Правда Севера» выходит во вторник и в субботу на 8 полосах формата А3 (тираж 8000 тысяч экземпляров) и в среду на 32 полосах (тираж 20000 экземпляров); распространяется в Архангельской области (население 1200000 человек). Еженедельник «Архангельск» выходит на 24 полосах формата А3 (тираж 6000 экземпляров); распространяется в Архангельске (население 350000 человек).

Контент-анализ этих изданий за 4 квартал 2011 г., весь 2012 г. и 1, 2, 3 кварталы 2013 г. показал, что в них практически полностью отсутствует информация о том, что происходило в Москве в декабре 2011 г. после выборов в Государственную Думу и что слу-

чилось в мае 2012 г. после выборов президента. Читателям этих газет не рассказали о корпусе наблюдателей «За чистые выборы», о «белых ленточках», об «ОккупайАбай», о «Марше миллионов», о существовании «болотного дела» и дела Pussy Riot, не сообщили о создании ОТР, о принятии закона «Димы Яковлева» и закона об «иностранных агентах», о приговоре *Навальному* и о других событиях, взволновавших весь мир и имеющих, на наш взгляд, большое значение для политического и нравственного развития нашей страны. Со знаком «+» или со знаком «-» это значение — представления на этот счет могут быть самые разные. Проблема в том, что в проанализированных изданиях не представлено ни одной точки зрения на эти события.

Лишь в «Обозрениях событий за неделю» постоянный автор газеты «Архангельск» один раз упомянул «харизматичного лидера националистов Навального» (2011. 27 окт.), одной фразой прошелся по «попыткам революционизировать протестные акции» (2012. 1 марта), высказался по поводу «некоторых законодательных потрясений в отношении НКО» (2012. 11 июля) и ополчился на Pussy Riot, сравнив панк-группу с Геростратом (2012. 15 авг.). В «Правде Севера» удалось найти упоминание в одной из «Колонок редактора» — о протестных акциях, «из которых ничего не растет» (2013. 24 июля), в письме читателя — о «кипении общества» в связи с приговором *Навальному* (2013. 4 сент.) и в ответе на вопрос в интервью с бывшим первым секретарем обкома КПСС — об оппозиции (2013. 30 окт.). Из этих обрывочных оценочных сведений совершенно невозможно понять, кто и что сделал, когда, где и как это происходило, — то есть информация о событиях отсутствует.

По данным Архангельского филиала ФГУП «Почта России», в Архангельске выписывают 1500 экземпляров «АиФ», 500 экземпляров «Комсомолки», 400 — «Российской газеты» и всего по два с небольшим десятка экземпляров газет «КоммерсантЪ», «Новая газета», «Известия» и «Ведомости». В киоски и магазины МУП «Роспечать» поступает 3000 экземпляров «АиФ», 200 экземпляров «Комсомольской правды», 160 — «Новой газеты», 140 экземпляров газеты «КоммерсантЪ», 30 — «Известий»; «Российская

газета» и «Ведомости» в розницу не распространяются. Самые большие подписные тиражи у изданий «1000 советов», «Правда Севера», «Моя прекрасная дача», «Завалинка», «Полезная», «Пенсионерская правда» «Домашняя жизнь», «Здоровый образ жизни» и, наконец, просто «Жизнь». Есть основания полагать, что подписчики этих изданий не читают других газет и получают информацию о происходящем в стране не из Интернета, а из телевидения, которое, как известно, выполняя пропагандистские заказы, подает информацию неполно и односторонне. Следовательно, читающая публика региона, возможно, и не подозревает о том, что в стране происходит какое-то движение, что гражданское общество просыпается, активизируются волонтерские сообщества, люди проявляют гражданскую и политическую активность и т. д.

С другой стороны, все чаще возникает ситуация, когда региональные СМИ ведут себя и выглядят глупее, чем ожидают читатели, которые слушают в Интернете «Эхо Москвы», смотрят телеканал «Дождь», читают «Новую газету» и «Ведомости», «Нью Таймс» и «Коммерсант». Думается, что и журналисты архангельских изданий все-таки не утратили умение и желание задавать вопросы, рассматривать и оценивать происходящее вокруг. Только все это происходит на редакционных «кухнях» и не выносится на страницы изданий. Как и в советские времена, никто не дает журналистам перечня того, о чем можно писать и о чем нельзя, эта истина всегда постигается опытным путем: они прекрасно улавливают идущие «сверху» сигналы и поступают соответствующим образом.

Эффект открытой *Элизабет Нозль-Нойман* «спирали молчания» проявляется и в процессе отражения реальности средствами массовой информации. Замалчивание определенных ньюсмейкеров подавляющим большинством СМИ выдавливает их из публичного пространства, превращает этих персонажей в политических маргиналов¹. Еще одна фигура умолчания в газетах «Правда севера» и «Архангельск» — мэр областного центра,

¹ Красилова Н. А. Умолчание как прием в политическом информировании аудитории // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире: сб. мат-лов междунар. научно-практ. конф. М., 2010. С. 27.

которого, судя по содержанию изданий, как будто и вовсе не существует. Каким бы ни было объяснение этому феномену, важно другое: журналисты поступают непрофессионально, отказывая своим читателям в праве знать, чем занимается избранный горожанами мэр Архангельска, что он сделал для города хорошего или плохого, что планирует сделать, как оценивает работу своих служб или местного бизнеса. По существу, журналисты утаивают от аудитории общественно важную информацию.

Следует отметить, что со страниц газеты «Архангельск» мэр Архангельска внезапно исчез осенью 2012 г., когда учредитель — администрация области — сменил в этой газете редактора. При прежнем редакторе мэр присутствовал на газетных полосах в полный рост: на спортплощадке, в школе, на строительстве автодороги, бани, детской площадки, на ярмарке и т. д. При новом редакторе сюжеты фотоиллюстраций те же, только инспектирует стройки, ведет железнодорожный состав, открывает цифровое телевидение не мэр, а губернатор.

Подобно инициации в СМИ двойных стандартов фигуры умолчания имеют как осознанные, так и неосознанные причины. К предпосылкам неосознанного возникновения умолчания можно отнести влияние предубеждений автора на отбор фактов и на выбор источников, а также необходимость оперативного сбора информации. Причинами осознанного применения приема умолчания могут быть принадлежность журналиста к одной из заинтересованных сторон (например, политической партии); личные карьерные, финансовые, деловые и другие интересы; давление со стороны редактора или учредителя и т. д.² К неосознанным причинам, пожалуй, можно добавить самоцензуру (не как этический ограничитель, а как проявление инстинкта самосохранения), а к осознанным — *договоры на информационное обслуживание органов власти*, которые широко практикуются изданиями, формально от власти не зависящими. Суть таких договоров о лояльности заключается в табу на распространение

² См.: Лабуш Н. С., Тузова А. Ф. Двойные стандарты: теоретические основы и массмедийная практика: социально-политический анализ: учеб. пособие. СПб., 2011. С. 55.

информации, противоречащей «политике партии и правительства»: не обязательно писать о власти хорошо, главное — не писать то, что может ей не понравиться. Так из журналистских текстов вымывается правда — причем не мнения и оценки, а факты. Они отсеиваются, вычеркиваются либо внутренним, либо внешним цензором.

Договоры на информационное обслуживание власти регулируются законодательством о государственных закупках, в соответствии с которым органы государственной и муниципальной власти закупают разнообразные товары и услуги, в том числе услуги СМИ. На сайте госзакупок размещаются заявки, котировки, извещения об открытых аукционах: «Открытый аукцион в электронной форме на право заключения государственного контракта на оказание услуг по организации и проведению информационных мероприятий, посвященных подведению итогов деятельности губернатора Архангельской области и правительства Архангельской области в 2012 году (медиа-мероприятие). Код: 9220090 — услуги информационных агентств. Заказчик: агентство по печати и СМИ Архангельской области. Начальная (максимальная) цена контракта 776666,00 российских рублей».

Архангельское областное Собрание депутатов также использует систему договоров со СМИ, на которые расходуются бюджетные средства. В 2013 г. из 11 аукционов на выполнение государственного заказа, объявленных органом представительной власти региона, семь являлись аукционами «на право заключения государственного контракта на оказание услуг по созданию и распространению... материалов о деятельности Архангельского областного Собрания депутатов» на общую сумму более 9 миллионов рублей. Обратим внимание на то, что исполнительная власть тратит на PR в десять раз больше. У мэрии же Архангельска, в отличие от городского Совета депутатов, нет договора об информационном обслуживании с областными изданиями. Поэтому у мэре ничего и не пишут — ни слова.

В законе о госзакупках оговорены многочисленные условия, при которых в аукционе может принять участие один участник, а также условия, при которых допускается заключение го-

сконтракта без объявления аукциона. Нигде не оговариваются жанры, тематика материалов, их содержание. Тем не менее сотрудники агентства по печати и СМИ позволяют себе писать в редакции «заявки», в которых по пунктам расписано, что должна включать в себя будущая публикация, какие слова губернатора автор должен процитировать, как расставить акценты и т. п. (но это уже, говоря юридическим языком, «эксцесс исполнителя»). Такие заявки пишут даже в редакцию частной газеты «Правда Севера», которая, впрочем, находится под контролем близкого к региональной власти медиахолдинга.

Именно договорами на обслуживание власти объясняются негласные списки запретных тем, исчезновение с газетных полос острых критических публикаций, журналистских расследований и разоблачений. Понятно, что журналисты никогда не будут готовить критические публикации, так как это может повлечь разрыв договорных отношений, а доход региональных общественно-политических изданий от договоров на информационное обслуживание, от «заказных» материалов и скрытой имиджевой рекламы является основным доходом СМИ. В редакции «Правды Севера», например, одно время журналистов обязывали готовить такие публикации под угрозой дисциплинарного наказания в случае отказа.

Объемы печатных площадей (и миллионы бюджетных денег), отведенных на рассказы о деятельности органов власти, растут, в некоторых номерах до 80% газетной (не рекламной) площади оплачивается по договорам об информационном обслуживании, даже обсуждение острых вопросов жизни общества публикуется на коммерческой основе. Зачастую эти публикации вопреки закону о рекламе не распознаются читателями как рекламный продукт (расценки на публикацию текстов без рекламного знака значительно выше). И эта легализация «джинсы», интеграция журналистики и PR, происходящая во всех регионах страны (договоры являются типовыми), не встречает сопротивления со стороны сотрудников СМИ. А вот в Союзе журналистов России начали экспертное исследование этой проблемы, хотя уже сейчас понятно, что договоры об информационном обслуживании

противоречат не только целям и смыслу журналистики, но и Закону о СМИ³, и Кодексу профессиональной этики журналиста.

Отрабатывая полученные за свои услуги деньги, журналисты вынуждены говорить о второй стороне договора либо хорошо, либо *ничего*. А когда сказать *ничего*, им приходится организовывать «хорошие новости», сочинять сказки и мифы о руководителях региона. Журналисты проанализированных изданий, как истинные наследники северных сказочников *Писахова* и *Шергина*, часто повествуют своим читателям не о том, что видят, а том, что хотят видеть. Слова *Н. Бердяева*, сказанные еще в 1939 г., звучат актуально и сегодня: «Современным мифам свойственна сознательно организованная ложь. В них нет наивности. Это будет звучать пессимистично, но нужно признать, что *ложь кладется в основание организации общества*»⁴.

Людам присуща потребность творить кумиров, и они поддаются под обаяние не только незаурядной, сильной личности, но иногда и калифа на час. На страницах проанализированных изданий постоянно публикуются фотографии губернатора — в одном номере их может быть две или три, причем едва ли не на полполосы — и его ничем не примечательные высказывания, которые никак не комментируются и не подвергаются какому бы то ни было критическому осмыслению. Превознося с первых дней руководства областным правительством человека исключительно в силу его должности, пресса создает очередной миф о добром дяде, который пришел, чтобы сделать нашу жизнь лучше.

Приведем некоторые результаты контент-анализа газеты «Правды Севера». В декабре 2012 г. и январе 2013 г. вышло 25 номеров, в которых опубликовано 37 материалов о работе исполнительных органов власти, из них 14 содержат признаки пресс-релиза или фактически являются пресс-релизами. В январе 2013 г. вышел еще и специальный выпуск о деятельности областного правительства. За два месяца в издании приведено

³ *Никитинский Л.* Завтрашний номер (философия журналистики в конспектах). М., 2013. С. 67.

⁴ *Бердяев Н.* Парадокс лжи // Современные записки. 1939. № 69. URL: http://krotov.info/library/02_b/berdyaev/1939lozh.html.

87 высказываний должностных лиц органов исполнительной власти, из них цитат губернатора — 53. Иногда они просто анекдотичные, как, например, заметка под названием «Еловая шишка — тот же груздь»: «В минувшую субботу мы ездили с министерством природных ресурсов и ЛПК собирать шишки... Один сотрудник министерства залез на сосну и собирал урожай в карман» (2013. 29 янв.).

Цитируемость и частота упоминания стали самыми «трендовыми» компонентами создания положительного имиджа власти. При этом провинциальные издания по-прежнему не жалеют газетных разворотов на подобострастные хвалебные публикации в стиле советской прессы, иллюстрированные несколькими крупными фотографиями губернатора (Правда Севера. 2013. 25 дек.).

Кроме этого первому лицу области делают имя путем спекуляции на имени *Иосифа Бродского*, сосланного в прошлом веке на полтора года в деревню Норинская в Архангельской области. Весной 2013 г. журналисты утверждали, что именно губернатор инициировал проект создания музея (Архангельск. 2013. 21 марта), но осенью — поскольку все знают, чья это на самом деле идея и чей музей, — опомнившись, сообщили, что проект придумали архангельские СМИ, а губернатор его только поддержал (Архангельск. 2013. 10 окт.). Видимо, в подтверждение этого возле полуразрушенной избы, в которой жил поэт, по указанию Агентства по печати и СМИ послушно сажали картошку и деревья не работники агропрома или минприроды, а редакторы районных газет Архангельской области.

Только из скупых отчетов с сессий областного Собрания депутатов читатели «Правды Севера» могут узнать о том, что в области закрываются одно за другим предприятия лесопромышленного и агропромышленного комплексов, а другие предприятия уводят налоги, что дороги не ремонтируются, а в строительстве жилья процветают мошенничество и долгострой, что из области уезжает до 50000 человек в год, что ветеранов собираются лишить льгот, а инвалидов — программы «Доступная среда» и т. п.

Таким образом, мифы создаются в том числе и при помощи умолчания. Умолчание не только вычеркивает, уничтожает,

устраняет факты, но и творит, создавая мифическую, искаженную, недостоверную информационную картину мира. «Миф ничего не скрывает и ничего не афиширует, он только деформирует, миф не есть ни ложь, ни искреннее признание, он есть искажение»⁵.

Издания утрачивают подлинную связь с аудиторией, потому что транслируют единственно верную точку зрения, а об остальных просто умалчивают. Возьмем освещение помпезного мероприятия — эстафеты Олимпийского огня. Погода 1 ноября 2013 г. была отвратительная — целый день шел мокрый снег. Однако шоу *must go on* при любой погоде, и явка студентов и школьников была, как обычно, обязательной. И они по три часа вместе с педагогами и другими горожанами стояли на обочинах центрального проспекта и ждали, когда местные спортсмены, общественники и чиновники пробегут мимо них с факелом. Вряд ли никто из журналистов не слышал от этих людей размышлений о том, сколько же государственных денег потрачено на этот аттракцион, и о том, куда эти деньги было бы целесообразно вложить. Ни одно подобное мнение в обоих печатных изданиях не было оглашено, несмотря на то, что репортажу с эстафеты были отданы развороты (например: Правда Севера. 2013. 2 ноября), опубликовано множество восторженных оценок журналистов и блиц-опросов горожан, которые проявили редкое единомыслие в положительной оценке мероприятия — насколько спортивного, настолько и политического.

Таким образом, приходится согласиться с исследователями, считающими, что региональная журналистика превращается из гражданского общественно-политического института в обслуживающий информационно-пропагандистский комплекс, тормозящий развитие демократии⁶. Если современная российская власть, делая вид, что в обществе все спокойно, до некоторых пор якобы

⁵ Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1989. С. 95.

⁶ Тулунов В. В. О будущем местной прессы: четыре варианта развития событий // Сайт факультета журналистики УрГУ им. Горького. URL: <http://journal.ign1.urfu.ru/index.php/component/content/article/415>.

не замечает протестных настроений, гражданских активистов и уж тем более их лидеров, то она занимается необходимой для нее пропагандой или обычными политическими играми. А вот пресса, создавая фигуры умолчания, не сообщая аудитории о происходящих в стране событиях, не выполняет свойственные ей функции информирования, социального контроля и формирования системы ценностей, то есть не только действует непрофессионально, но и изменяет своему предназначению, своей сущности.

М. Г. Шилина

Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова

ЖУРНАЛИСТИКА В XXI ВЕКЕ: ГНОСЕОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАДИГМЫ

Дигитализация, интернетизация дискурса формирует новые социально-познавательные парадигмы журналистики; новое направление data журналистики создает предпосылки дальнейшего развития инновационных парадигм социально ответственной коммуникации и научного знания о массмедиа.

К л ю ч е в ы е с л о в а : массмедиа, Интернет, модель коммуникации, просьюмер, data журналистика, социальное познание, эпистемология.

M. G. Shilina

Lomonosov Moscow State University

JOURNALISM IN THE XXI CENTURY: GNOSEOLOGICAL AND EPISTEMOLOGICAL PARADIGMS

The Internet forms a new socio-cognitive paradigm of discourse, and of journalism. The paper identifies prerequisites of innovative paradigms of so called data journalism and media science as well.

Key words: mass media, the Internet, communication model, prosumer, data journalism, social cognition, epistemology.

Медиатизация является существенной характеристикой соци-экономического дискурса XXI в. Массмедиа, по мнению *М. Кастельса*, «стали аудиовизуальной окружающей средой, с которой мы непрестанно и автоматически взаимодействуем»¹, а индивиду — звеном саморазвития, аутопоэзиса медиа (по *Н. Луману*). «Медиальный поворот» становится все более значимым в ряду «поворотов»: онтологического, лингвистического, иконического и иных, — как существенных перемен в осмыслении и познания действительности, которые вызваны изменениями параметров медиакommunikации и ее роли в жизни общества.

Во втором десятилетии XXI в. медиа, служившие основным источником информирования и одним из существенных источников формирования знаний у массовой аудитории периода капитализма, оказываются в ситуации кризиса корпоративной идентичности, в первую очередь в связи с тем, что расширяются и непредсказуемо трансформируются технические возможности каналов медиакommunikации, появляются альтернативные источники информации, растет активность аудитории как создателя информации в медийном пространстве, — и в итоге классические парадигмы СМИ и журналистики трансформируются кардинально.

Традиционная дихотомия массмедиа (и журналистики) как системы — деление на теорию и практику, — которая прежде являлась ключевой парадигмой объяснения медиареалий, сегодня усугубляет проблемы корпоративной турбулентности, поскольку рефлексия теоретиков не успевает за изменениями действительности; журналисты для того, чтобы система СМИ функционировала эффективно, постоянно вынуждены осваивать все новые и новые технологии (конкурируя с активной массовой аудиторией просьюмеров), потому теоретические концепты устаревают до своего появления на свет. Оперативная, в определенной степени

¹ *Кастельс М.* Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М., 2000. С. 320.

прогностическая научная рефлексия становится обязательным параметром медиаисследований в современной неклассической парадигме.

Массмедиа новейшего периода радикально начали трансформироваться с появлением дигитализации, конвергенции, Всемирной паутины. Интернет во втором десятилетии XXI в. распространяется все более интенсивно и широко, опережая по многим показателям традиционные СМИ, в том числе наиболее популярное в России телевидение². В медиасистеме Сеть становится «точкой входа» и основой веб-продуктов для всех медиа: печатных СМИ, радио, ТВ, мобильной телефонии. То есть становится метаосновой медиакommunikации и определяет основные тенденции развития медиасистемы в ближайшей перспективе.

Уникальность основных технико-технологических характеристик веб³ (гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность) обуславливает более комфортный формат не только виртуальной, но и социальной коммуникации: беспрецедентно доступный, глобально открытый, фактографически и эмоционально насыщенный, открывающий особые возможности управления информацией, (само)идентичностью, отношениями.

Главное: революционно изменится модель коммуникации массмедиа, превращающейся из классической вертикальной субъект-объектной в горизонтальную субъект-субъектную. Данная модель фиксирует ряд существенных для практики и теории массмедиа характеристик медиакommunikации: так, рядовые пользователи, аудитория являются не только источниками, но и производителями информации, что определяет, например, их новые стратегии, функции, количественное преимущество непрофессионального контента в медиасистеме; журналист вообще может оказаться вне коммуникации в Интернете. Также веб-программы становятся специфическими, однако вполне самостоятельными субъектами коммуникации (например, роботы

² С апреля 2013 г. три главных телеканала России размещают свой контент на YouTube. «Яндекс» по объемам дневной аудитории обогнал Первый канал в апреле 2012 г. (по данным TNS).

³ См.: Интернет-СМИ / под ред. М. М. Лукиной. М., 2011.

формируют ленты новостей информационных порталов, создают материалы пресс-портретов известных медийных личностей, хотя, несомненно, программы заказывают и разрабатывают конкретные люди).

Подобное расширение субъектности отличается от офлайн-вой медиатизации, обозначенной выше, когда человек становится звеном саморазвития медиа, поскольку в Интернете любой пользователь активно изменяет этот аутопоэзис, формируется даже так называемая журналистика граждан⁴. Отметим, что в российском сегменте Сети Рунете группа активных ежедневных пользователей увеличивается динамично, с 36 до 41% за год. Поскольку, по данным ВЦИОМ (2013 г.⁵), к 2015 г. проникновение Интернета составит 97–99% (в аудитории 12–25 лет и 25–44 года⁶), просьюмеры как субъекты медиакommunikации получают подавляющее численное превосходство над журналистами, что создаст предпосылки принципиально иных методологических параметров социального познания и картины мира, которую создают медиа.

Тенденция «интернетизации» СМИ будет развиваться (хотя бы потому, что появление принципиально иных коммуникационных систем профессионалы прогнозируют не ранее 2015 г.), при этом участие просьюмеров в развитии Сети может изменить ситуацию неожиданно, непредсказуемо — и внезапно.

Таким образом, сегодня любые исследования массмедиа и журналистики требуют многоуровневого системно-функционального подхода с учетом реалий интернет-коммуникации как основной в системе СМИ. В нашем исследовании социально-познавательных и эпистемологических парадигм журналистики как объекта, а также характеристик новейших итераций журна-

⁴ По данным РОЦИТ (2013 г.), РФ занимает первое место в Европе и шестое в мире по количеству пользователей (64,4 млн человек старше 18 лет). Месячная аудитория русскоязычных интернет-СМИ в мире (comScore, 2010 г.), превышает 40 млн, около 25 млн из них пользователи из РФ.

⁵ Данные ВЦИОМ, 30-31 марта 2013 г. (опрос в 130 населенных пунктах в 42 субъектах РФ).

⁶ Цит. по: Дзялошинский И. М. Медиафера России: пробуждение Соляриса. М., 2012. С. 78–79.

листки в медиасистеме XXI в., то есть журналистики в Интернете, в формате так называемой data журналистики в качестве предмета изучения, подобный подход является основополагающим.

Отметим, что оперирование понятиями «гносеология», «эпистемология» считаем не вполне корректным в исследованиях в сфере массмедиа, в том числе журналистики как прикладного знания, однако в данной статье используем данные термины, следуя российской исследовательской традиции.

Научная проблематика, обозначенная в работе, затрагивалась в большом количестве трудов основоположников отечественной теории СМИ и журналистики, в частности *Я. Н. Засурского*, *В. М. Горохова*, *С. Г. Корконосенко*, *Е. П. Прохорова*, *А. А. Тертычного* и др. Однако Интернет, как было отмечено выше, изменяет характеристики социальной реальности как предмета познания, формирует коммуникативную реальность с новыми характеристиками, влияет на методологию, методы, методики познания и непосредственно деятельность журналиста и аудитории, что требует специального рассмотрения и обуславливает научную новизну данного исследования.

Итак, как изменяется социальное познание в современном коммуникативном пространстве, опосредованном Интернетом, в форматах новейшей итерации журнализма — data⁷ журналистики (англ. data journalism)?

Протоформами явления, которое принято называть дата-журналистикой, можно назвать журналистские практики, в первую очередь американские, с использованием электронной компьютерной информации и коммуникации с помощью различного рода вычислительного инструментария для анализа и представ-

⁷ Термин «дата» вошел в обиход с появлением больших объемов цифровой компьютерной информации. Определение базы данных в гуманитарных науках пока не дано. Предложим рабочую дефиницию на основании трактовки ст. 1280 ГК РФ: база данных есть представленная в объективной форме совокупность самостоятельных материалов, систематизированных таким образом, чтобы они могли быть найдены и обработаны в цифровом формате. Термин сегодня применяется для обозначения баз данных в общем доступе, которые могут использоваться массовой аудиторией.

ления информации в СМИ, начиная с 1950-х гг. Однако методы изучения журналистами реальности и методы изложения полученных знаний в цифровом дискурсе стали развиваться в различных направлениях. Так, в компьютерной журналистике (англ. computer-assisted reporting) обязательное использование компьютера и цифровой информации при подготовке материалов положило начало формированию новых парадигм восприятия, исследования, отражения действительности с учетом виртуализации. В начале 1970-ых гг. журналисты стали применять для исследования действительности социологические научно-исследовательские методы работы, сформировалась тенденция перехода от широкого подхода к новостному потоку к концентрации на выявлении особо значимых, с точки зрения журналиста, тенденций в окружающей действительности (прецизионная журналистика). В этот же период стал развиваться так называемый новый журнализм, основанный на применении литературно-художественных методов, ориентированный на авторское видение и интерпретацию реальности.

Дата-журналистика⁸ начала развиваться особенно активно с появлением концепции и технологий новейших версий веб (так называемый веб 2.0 и выше), которые предполагают техноконтехнологические возможности комфортного использования Интернета рядовыми пользователями.

Введем в данной статье рабочий термин «журналистика метаданных», который позволит избежать смысловой путаницы, связанной с многозначностью понятий «дата» и «данные» в русском языке (при этом следует отграничить его от сходного термина в

⁸ Термин впервые в 2006 г. употребил журналист из США *Эдриан Головаты* (Adrian Holovaty) — основатель проекта EveryBlock — информационной службы, которая позволяет пользователям искать и находить информацию о том, что произошло в их районе, в их квартале. В эссе «Фундаментальный путь, которым должны измениться газетные сайты» он заявляет, что журналисты должны публиковать структурированные, машиночитаемые данные вместе с традиционными «большими массами текста». (A fundamental way newspaper sites need to change. URL: http://www.holovaty.com%2Fwriting%2Ffundamental-change%2F&ei=VFNJUYTkJaqj4gSWwoD4BQ&usg=AFQjCNG1YdScf8ay5mQaRjL3SzGhlqEjfg&sig2=JXc5S8u2mZM_zbWIHM1YCg&bvm=bv.44011176,d.bGE&cad=rjt).

сфере информационных технологий). Итак, журналистика метаданных — это набор специфических социально-познавательных навыков исследования действительности путем поиска, анализа, визуализации информации цифровых источников метаданных для формирования интерактивных форматов уникальной подачи аналитического медиаконтента и эффективного взаимодействия СМИ, журналиста и аудитории (в широком смысле); также это формат актуального журнализма; формат профессионального журналистского медиатекста / медиаконтента; метод его создания, трансляции, потребления.

Зарубежные (с 2006 г.) и отечественные (с 2013 г.) практики пока немногочисленны, однако весьма показательны для исследования. Так, в проекте «Полезная Россия» ИА «Татар-Информ» (Республика Татарстан) журналисты подняли существенную социальную проблему обеспечения детей местами в дошкольных учреждениях и на основе интернет-базы данных муниципалитетов создали интерактивную базу детских садов республики в формате яркой «тепловой карты», которая показывает наличие мест. Карта открыта для любого пользователя, в первую очередь буквально адресована заинтересованному жителю Татарстана: чем больше просьюмеров используют этот журналистский проект-карту, тем яснее становится картина с обеспечением властями детей местами в детских садах, тем яснее общая картина социальной жизни республики, и в итоге тем шире спектр возможностей адекватного восприятия действительности аудиториями, журналистами и «героями» проекта — муниципальными властями. Таким образом, социальное ориентирование аудитории как функция журналистики становится действительно доминирующей и обретает новое содержание. Благодаря открытому доступу аудитория проекта расширяется до федеральной, международной, глобальной, что определяет новые границы познания действительности, причем для всех акторов.

Журналисты создают проекты дата-журналистики, используя и такой формат баз данных в Интернете, как открытая информация самих пользователей. Так, интернет-издание Сиб.фм (Новосибирск) реализовало проект «Лицом к лесу» в формате

ежедневной «карты настроения и самочувствия жителей региона» на основе обработки данных профилей местных жителей в социальных сетях по структуре содержания, словам-маркерам, пиктограммам. Поставленная авторами проекта амбициозная цель — создать интерактивный портрет жителя Сибири, основанный на четких статистических данных и его эмоциональных характеристиках, и далее способствовать формированию региональной идентичности каждого сибиряка — демонстрирует широкий спектр возможностей социально-познавательных параметров Интернета для журналистов и аудитории, методов познания и методов изложения, а также эмоциогенный (по В. Н. Степанову⁹) потенциал стандартных баз данных.

Возможности объединения эмоционального и рационального подходов в дата-журналистике реализовал столичный еженедельник «Большой город». На основании исследования базы гиперлокального контента — блогов москвичей, 126 тысяч чекинов горожан о новых заведениях отдыха по районам столицы — было получено 62 тысячи (!) профайлов. Проект отражает в онлайн-режиме достаточно полную общую картину досуга москвичей, показывает уровень активности жизни города и района; в итоге у аудитории появляется реальная возможность на основе информации от таких же рядовых горожан сформировать свое представление о досуге в городе — и эффективно использовать свое свободное время. Таким образом, получение знаний о действительности с вполне прагматичными целями в итоге ведет к повышению социальной активности горожан. Тему журналистам подсказала аудитория, коммуникация реализуется по субъект-субъектной модели. В итоге формирование оптимального, соответствующего потребностям жителей пространства городских районов, столицы в целом подтверждает уникальность не только модели познания, которую формирует дата-журналистика, но и потенциала форматов позитивных изменений действительности.

⁹ Степанов В. Н. Этика массовой коммуникации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: мат-лы межвуз. научно-практич. конф. СПб, 2006. С. 290–296.

В проекте «Московских новостей» «Из Москвы! Россия большая, куда Вам переехать?» авторы создали карту-схему страны с «архетипами» наиболее интересных городов и сел, где зафиксировали предпочтения россиян по выбору нового места жительства на основе 30 наборов данных, 50 локаций. В сходном по теме проекте «Аргументов и фактов» «Где в России жить хорошо?», основанном на официальных данных Росстата, аудитория становится обязательным соавтором: заполняя анкету, читатель получает основанный на анализе его предпочтений конкретный ответ с адресами нового места жительства и работы. При этом расширение и возможности получения и формирования нового знания аудиторией определяют существенную цель журналистов — расширение обитаемого экономического пространства страны.

Отметим, что все проекты дата-журналистики реализуются исключительно благодаря участию аудитории, то есть равноправная модель коммуникации, заинтересованный диалог обязательны, а именно формат диалога является определяющим для формирования нового знания; классический концепт получения «готовой» информации, «готового» знания оказывается неэффективным (и просто невостребованным в Интернете).

Субъектность в дата-журналистике расширяется не только благодаря просьюмерам: в профессиональном создании дата-коммуникации необходимо участие коллектива авторов, куда на равных основаниях входят журналист, программист, дизайнер. Они должны выработать стратегии и тактики реализации проекта совместно, поскольку дата-сообщение представляет собой синергетическое единство мультимедийного текста (в широком понимании), визуального решения, статистических и иных фактографических данных, отобранных по различным фильтрам для того, чтобы максимально точно, доступно и эффективно донести идею проекта до аудитории, заинтересовать ее новым знанием и включить в коммуникацию. Таким образом, круг субъектов, определяющих социальное познание в новейшей журналистике, становится

новым для практики и теории, новое смысловое наполнение получает и «когнитивная готовность» (по А. А. Тертычному¹⁰) акторов.

Особенности контента метаданных формируются на всех этапах технологического цикла его создания. Основные этапы коммуникативного процесса использования метаданных в журналистике: исследование действительности, нахождение темы, информации, анализ с помощью программ MySQL, Python и т. п., визуализация и оригинальная подача статистических данных в форме журналистского сюжета (или в качестве равноправной составляющей сюжета). Журналисту необходимо быть исследователем, аналитиком, обладать достаточно развитым образным мышлением, быть уверенным пользователем технических инструментов, понимающим возможности визуализации данных (в частности Google Docs, IBM ManyEyes, Wordle, Excel и т. д.). То есть профессионал для успешной работы в дата-журналистике должен использовать два типа мышления — формально-логический и ассоциативно-образный. Исследование контента дата-журналистики как результата изложения полученных субъектами (профессиональными авторами и просьюмерами) знаний о действительности, позволяет зафиксировать, что в итоговом представлении материала происходит синтез форматов информации, которые ранее служили базовыми для различных жанровых направлений: информационного, аналитического, художественно-публицистического.

Вновь подчеркнем, что для аудитории журналистика метаданных — это возможность получения опирающейся на реальные факты наглядной информации, лично ориентированной, которая требует самостоятельной оценки и анализа, дает возможность включения в коммуникацию, несмотря на завершенность работы журналистом, то есть требует постоянной социально-познавательной активности.

Важнейшими пунктами реализации проектов журналистики метаданных являются потенциальная интерактивность и персо-

¹⁰ Тертычный А. А. Социальное познание в журналистике. М., 2009. С. 41.

нальная включенность аудитории. Более того, только благодаря интерактивному участию аудитории модель коммуникации метаданных можно считать реализованной, проект развивается. Отметим, что интерактивность для потребления информации в Интернете является априорным и желательным, но не обязательным условием, формат же материалов журналистики метаданных позволяет впервые зафиксировать обязательное наличие интерактивного адресата информации в качестве субъекта познания.

Поскольку дата-журналистика предполагает синергетические форматы и методы изложения полученных знаний о действительности всеми субъектами, метод работы с «большими данными» может быть использован как метаметод и метаоснова с социально-познавательных позиций для всех форматов / жанров журналистской коммуникации, поскольку особенностью сообщения метаданных оказывается синергетическое объединение в итоговом материале принципиально разных форматов информации. Таким образом, данный формат определяет дальнейшие принципиальные изменения методологии социального познания в журналистике.

Представление подобного «синергетического» медиаконтента в Интернете дает возможность развивать новый формат потребления медиаинформации, углубляет установку на формирование у аудитории не мнения, но знания. Парадоксально, но, таким образом, интернет-коммуникация обуславливает необходимость новых параметров познания реальной жизни у всех участников.

Журналистика метаданных позволяет, возможно, впервые зафиксировать формирование подходов к журналистике новейшего периода не столько как к прикладному научному знанию, но как к науке, которая обладает собственными методами, представляет выводы, которые возможно верифицировать, и результаты, которые можно повторить.

И. П. Яковлев

Санкт-Петербургский гос. ун-т

СПЕКТРАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР «ПРАВДЫ ЖИЗНИ»

В статье обсуждается проблема «правды жизни» в СМИ как упорядоченного плюрализма фактов и мнений в диалектическом спектре, отражающем противоречивость социальной жизни. Нарушения спектральности ведут к односторонности и эклектизму. Ключом к отражению «правды жизни» служит положение о конкретности истины и поиск золотой середины. Предлагается усиливать внимание к спектральности в медиасфере.

К л ю ч е в ы е с л о в а : «правда жизни» в СМИ, противоречивость и спектральность, конкретность истины, односторонность и эклектизм, золотая середина.

I. P. Yakovlev

St Petersburg State University

SPECTRAL CHARACTER OF THE “LIFE TRUTH”

The article discusses the issue concerning the “life truth” in the mass media as organized pluralism of facts and opinions in the dialectical spectrum. The breach of the spectrum leads to one-sidedness and eclecticism. The truth should be the concrete truth. It is the key of the right reflection of “life truth”. The author proposes to strengthen attention to the spectrum of opinions in the mass media. It is necessary to search for gold middle.

Key words : “life truth”, oppositions, spectrum, concrete truth, one-sidedness, eclecticism, gold middle.

Фундаментальным свойством жизни является разнообразие ее форм, видов, единичных элементов. Деятельность современных СМИ в отражении реальности базируется на принципе плюрализма. Поэтому «правда жизни» в журналистике должна быть

плюралистичной по определению. Очевидно, что любые проявления односторонности ведут к искривлению реальности в пользу определенных сил — бизнеса, бюрократии, политических партий и т. д.

Но проблема истинности информации заключается в том, что плюрализм в материальной или социальной реальности не хаотичен, а обладает организованностью в соответствии с определенными принципами и законами. Уловить их — задача науки и теории журналистики как отрасли научного знания.

Естественные науки в ходе наблюдений и экспериментов улавливают закономерности мира, не зависящего от нашего сознания, в отличие от гуманитарно-общественных наук. Так, например, солнечный свет представляет собой плюрализм разных цветов, но организованных в спектр по длине световых волн. Аналогично со звуками. Поэтому «правда жизни света и звука» в физике спектральна. Так природа света захотела, а человеку осталось только правильно понимать и использовать свойства света.

Возможен ли аналогичный спектральный плюрализм в общественном знании и журналистике? Представляется, что некоторые мнения, оценки, позиции людей не просто различны и многообразны, но и упорядочены, организованы в спектр. Это связано с фундаментальным свойством противоречивости социально-экономических явлений и духовной жизни. Каждому явлению и мнению противостоит противоположное, и они вместе с оттенками образуют спектр. Спектральна, например, политическая организация общества — от тоталитарных и авторитарных до демократических и анархических форм.

Многообразие СМИ организовано в систему на основе принципа взаимодополнительности аудиовизуальных, печатных и сетевых средств массовой информации. Это принцип, на основе которого существуют СМИ как система, а не как эклектическое разнообразие. Поэтому потребитель системы информации должен пользоваться всеми средствами массовой информации, а не уходить в Интернет. И реальность потребления спектральной «правды жизни» подтверждает это требование.

Согласно данным Всемирной газетной и новостной ассоциации (WAN-IFRA), большинство жителей нашей планеты по-прежнему получают новости из выпусков телевидения и газет. Как источник информации телевидение используют 60% населения планеты, газеты — 30%, социальные сети — 29%, радио — 19% (сумма не равняется 100%, поскольку люди обычно узнают новости из нескольких источников). В то же время более половины участников социальных сетей жалуются на невысокую достоверность распространяемых в них сведений. Традиционные СМИ также не застрахованы от искажения информации, но, как показывает практика, делают это гораздо реже. Поэтому потребитель все больше ориентируется на некий баланс информации между традиционными СМИ и новыми медиа, позволяющий получить оптимальный результат.

Требование отражать спектр разных фактов и мнений относится также к отдельному СМИ и журналисту. Сегодня невооруженным глазом можно видеть нарушение принципа плюрализма вследствие смещения, уклона в отдельную линию спектра, например, в критику власти или ее поддержки. Это касается также и политических взглядов самих журналистов, от правых либерально-демократических до разной степени левизны социал-демократических и коммунистических.

Следовательно, чтобы понять «правду жизни», читателю необходимо знакомиться со всем спектром позиций СМИ и мнений журналистов. Но в реальности для большинства это трудно сделать из-за дефицита времени даже при всем желании; чаще всего нет и установки на спектральность. А кроме этого у читателей есть свои позиции, консонансные с определенными линиями духовно-идеологического спектра СМИ. И они также обречены на односторонние уклоны.

Поэтому большинство «писателей» и «читателей» обречены жить в искривленном пространстве, находясь под влиянием сил материально-экономического и духовно-идеологического тяготения. Оторваться от них, как правило, невозможно, как нельзя без ракеты улететь с Земли или из Солнечной системы. В результате «правда жизни» в обществе, в отличие от природы, состоит

из «кривых правд». Только суммируя или интегрируя их, можно получить настоящую правду. Но как интегрировать? Простое механическое перечисление и суммирование разных точек зрения дает эклектическую картину жизни, в которой читатель выбирает близкую ему линию, игнорируя или отвергая другие. Интегрирование же предполагает выбор наиболее правильной в данной конкретной ситуации.

Методологические ключи можно найти в структурализме и диалектическом методе.

Ценность структурализма состоит в том, что он показывает противоречивость всех процессов, лежащих в основе жизни. Но ограниченность его в том, что он огрубляет их до трех линий социокультурного спектра — бинарных оппозиций и аномальной двойственности простой середины. Предлагаемый нами подход опирается на структурализм, но углубляет его.

Противоречие (бинарная оппозиция) — это ядро диалектики. Его суть в том, что все существующее (материальное и духовное) раздваивается на противоположные стороны и свойства, находящиеся в состоянии единства и борьбы. Электрон ведет себя то как частица, то как волна. Одному и тому же явлению люди могут давать положительные и отрицательные оценки. Противоположные тенденции в реальной жизни и сознании содержат в себе позитивные и негативные свойства.

Негативные свойства проявляются вследствие нарушения границ меры в единстве и борьбе. Нарушение единства ведет к аномальной двойственности, когда считается верным и одно, и противоположное ему другое. Это хорошо выявил и показал структурализм. Но вот о другом нарушении речи не было. А это нарушение меры в борьбе противоположностей, когда победа одной противоположности абсолютизируется и ведет к подавлению другой. В политике, например, это проявляется в победе тоталитаризма или анархии над демократией. В коммуникациях это ведет к подавлению оппонента или односторонней пропаганде и манипулированию людьми. В мышлении это проявляется в догматизме, когда правильной считается только одна из противоположных позиций, а другая — ошибочной и враждебной, ко-

торую надо подавить или уничтожить. В этом большая опасность догматического мышления, что проявляется сегодня, например, в экстремизме и национализме. Это относится и к смещению внимания журналистов преимущественно к чрезвычайным обстоятельствам или «жизни замечательных людей».

Вместо «трех линий спектра» (у структуралистов) необходимо видеть пять: две оппозиции, аномальную (двойственную, соглашательскую) середину и две противоположные крайности. А где же искать истину? Ее нет в противоположностях, тем более в крайностях. Выше было сказано, что ее нет и в середине. Ключом к открытию истины служит положение о том, что истина всегда конкретна. То есть в определенных условиях она ближе к одной оппозиции, а в других — к другой. Поэтому к пяти линиям спектра можно добавить еще две — это «золотые середины».

Например, в политике и управлении при определенных условиях возможно усиление централизма, а в других — демократизма. Но ни в одном, ни в другом случае их нельзя доводить до крайности. Это требование «золотой середины» некоего оптимального соотношения противоположностей, когда побеждает одна из них, но без сильного подавления другой. В жизни общества, организаций, в коммуникациях нельзя установить константу на все времена и для любых обстоятельств. Постоянен только принцип поиска «золотой середины» и запрет на простую (аномальную) середину и крайности за границами меры.

Поиск «золотых середин» — это путь к социальной гармонии как общесистемному свойству, отражающему соразмерность противоположных процессов и тенденций. Социальная гармония связана с консонансами и диссонансами во взглядах и позициях.

В межличностных коммуникациях консонансы — это согласие в значениях, оценках, коннотациях между двумя коммуникаторами, а диссонансы — разногласия, которые могут быть связаны с противоположными мнениями, оценками по одному и тому же вопросу. В обществе консонансы и диссонансы выстраиваются в спектр, где есть место консонансам между группами людей с одинаковыми позициями и диссонансам различной степени. Например, согласие и разногласия в политических взглядах между

людьми и партиями левых, центристских или правых ориентаций. Если две линии спектров расположить друг против друга, консонансы будут выражаться горизонтальными линиями, а диссонансы — диагональными. Угол наклона будет говорить о степени разногласий.

Гармоничные (наилучшие) коммуникации будут между людьми, занимающими позиции, близкие к «золотым серединам». В этом случае они могут не только соглашаться друг с другом, но и плодотворно обсуждать различные нюансы. Наихудшими коммуникации будут у людей, занимающих жестко противоположные догматические позиции, — здесь будут обвинения и клеймения друг друга вместо плодотворной дискуссии. Второй вид «плохих» коммуникаций — это соглашательские позиции у людей без четких позиций или сознательно их скрывающих.

В разные периоды времени и в различных обстоятельствах происходят сгущения около оппозиций или посередине. При смене обстоятельств эти сгущения колеблются от одного полюса к другому, создавая коммуникационные волны. Так коммунистическая идеология уступила в 1991 г. свой левый полюс другой идеологии — рыночно (буржуазно)-демократической. В современном российском обществе возникло новое информационно-коммуникативное пространство, отражающее коммуникации между собственниками и наемными работниками, менеджерами и подчиненными, носителями разных форм культуры, социально благополучными и незащищенными слоями, политическими партиями и т. д. Средства массовой информации информируют и обсуждают весь этот комплекс проблем, хотя не всем им уделяется равное внимание.

Все проблемы и мнения журналистам надо учитывать потому, что все они выражают интересы разных людей, групп, партий. Но поиск единственно верных решений — это дело научного диалектического анализа и синтеза, соотносимого с беспристрастной оценкой реальных фактов.

Одним из последних примеров такого поиска может служить мнение журналиста *Л. Радзиховского* «Столб или ствол» в «Российской газете» от 17 декабря 2013 г. Обсуждая доклад *В. Путина*

Федеральному Собранию 12 декабря, он размышляет о предлагаемых мерах Президента РФ по разрешению противоречия между Сциллой (государственной властью) и Харибдой (гражданским обществом): «Как же пройти между Сциллой и Харибдой? Снимать скрепы постепенно, по мере развития гражданской активности. Снятие некоторых скреп — позитивный опыт (того же “земского” самоуправления) — снятие следующих скреп. И так, шаг за шагом можно заменять снизу вверх элементы Административной Системы. Реформы сверху и под контролем, для того чтобы Столб Вертикали постепенно превратился в Ствол Гражданского общества, от которого отходят различные ветки. Все эти планы — административная утопия и риторика? Или единственный практически возможный путь эволюции?». Естественно, в обществе есть спектр мнений по этому вопросу.

Журналистам следует учиться не только иметь свою позицию и выражать свое мнение, но и искать наиболее правильное и критически относиться не только к властям, но и к самим себе. Для этого необходимо владеть общенаучными методами системного, циклического, спектрально-диалектического познания. В идеале всей медиасфере надо быть спектральной, чтобы все конкретные СМИ отражали и выражали все линии социального спектра, то есть объективные противоречивые тенденции и субъективные оппозиции. Было бы крайне полезно иметь такие СМИ, в которых можно было бы найти не просто один или разные взгляды, но весь спектр точек зрения по определенному вопросу и экспертное мнение по оказанию помощи людям в поиске наиболее правильной позиции. Это касается и учебников по журналистике, истории, политологии, экономике, культуре для того, чтобы учиться спектральной «правде жизни» и избегать догматической однолинейности и эклектического плюрализма.

Век информации

Серияльное издание

Издатель Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
С.-Петерб. гос. ун-та

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА: К ПРАВДЕ ЖИЗНИ

Материалы семинара форума
«Дни философии в Петербурге-2013»

Редакторы-составители *И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко*

Корректоры: *А. С. Поличева, О. С. Путинцева*

Макет и оформление обложки: *П. Ч. Хан*

Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 25.02.2014. Формат 60x84/16.

Гарнитура CharterГТС. Печ. л. 18.

Тираж 100 экз. Заказ 13.

Отпечатано в Редакционно-издательском отделе
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.