

Д. Р. Михайлова

Нижегородский государственный университет им. Лобачевского

К ВОПРОСУ ВОЗМОЖНОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ АВТОРСКОЙ ПОЗИЦИИ ЖУРНАЛИСТА КАК СЛАГАЕМОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ НОВЫХ МЕДИА

Статья посвящена анализу творческой составляющей профессиональной культуры журналистики. Автор рассматривает ключевые особенности современной медиасистемы и делает выводы о необходимости изучения авторской позиции журналиста как одного из слагаемых современной профессиональной культуры, так как в осмыслении роли данного компонента в постоянно изменяющейся системе профессиональных журналистских качеств заинтересованы как практикующие журналисты, так и система новых медиа.

Ключевые слова: профессиональная культура журналиста, социальный институт, авторская позиция журналиста, современная медиасистема, коммуникационный процесс, творчество.

The article deals with the analysis of the creative component of the professional journalistic culture. The Author considers the key features of the modern media-system and makes conclusions about the need for studying of journalistic author's position as one of the parts of the modern professional journalistic culture, because practicing journalists and the new media system are interested in comprehension of this component's role in the permanently changing system of journalistic qualities.

Key words: professional journalistic culture, social institution, journalistic author's position, modern media system, communicative process, creativity.

ЖУРНАЛИСТИКА — это сложная сфера деятельности, настолько прочно включенная в общественные отношения, что ее регулирование не может осуществляться не в соответствии с законами и правилами функционирования социального института и на основе знаний об имеющихся у нее социальных ролях.

Очевидным представляется тот факт, что столь многогранная сфера деятельности, как журналистика, должна регулироваться правовыми нормами, а журналисты, как основные представители сложной социальной сферы, должны в процессе работы этими нормами руководствоваться.

В то же время, по мнению современного исследователя журналистики С. Пасти, одних лишь правовых норм недостаточно для того, чтобы наладить регулирование журналистики как непростой социальной сферы деятельности.

С. Пасти отмечает: «В медиасфере правовые механизмы действуют совместно с этическими нормами, предписанными как этическими кодексами, принятыми на федеральном и региональном уровнях, так и внутренними правилами, введенными самими редакциями» [1. С. 19]. В подтверждение своих слов исследователь говорит о Московской Хартии журналистов, подписанной в феврале 1994 года 27 столичными журналистами в связи с необходимостью саморегуляции профессионального сообщества на базе этических ограничений.

С.Г. Корконосенко, рассуждая о принципах поведения журналиста, делает предположение о том, что «регулирующее воздействие на журналистскую практику исходит не только извне (со стороны правовой системы, собственников СМИ, политической и нравственной среды) и даже не только от творческих союзов и корпораций (через механизмы самоуправления). Может быть, решающее значение имеют те социально-профессиональные установки, которыми руководствуются работающие в прессе люди» [2. С. 250–251]. Исследователь делает следующее заключение: «Профессиональное самосознание журналиста — это как бы конечная фаза философских, теоретических, производственных дискуссий о назначении и критериях оценки качества редакционного труда» [Там же].

По мнению С.Г. Корконосенко, у каждого журналиста еще до момента начала участия в каждодневной практике складывается не только «образ профессии», но и «образ себя в профессии».

Развитое профессиональное самосознание журналиста, по мнению исследователя, приводит к формированию значимых принципов, которыми в процессе своей профессиональной деятельности руководствуется журналист и которые можно назвать компонентами профессиональной культуры журналиста. Среди данных принципов С.Г. Корконосенко выделяет правдивость, гуманизм и народность.

Очевидным представляется факт того, что профессиональная культура журналиста — это непростая

разветвленная система норм и правил, функционирование которой должно осуществляться на основе восприятия журналистики как социального института.

В то же время очевидным является и то, что профессиональная культура журналиста — это не фиксированный набор требований и норм. Так, в советском прошлом слагаемые профессиональной культуры журналиста определялись преимущественно идеологическим подходом, очевидно, что для журналистики последних десятилетий данный подход не является определяющим, что требует и принципиально иного исследовательского подхода в изучении слагаемых профессиональной журналистской культуры.

Стандартизация в данном вопросе невозможна в том числе и по причине сильных обстоятельств, связанных с природой журналистской деятельности.

Во-первых, журналистика — это та сфера деятельности, в основе которой лежит коммуникационный процесс.

При этом очевидно, что чем сложнее коммуникационный процесс, чем большее количество участников в нем задействовано, тем сложнее заниматься его регулированием на основе определенных правовых и этических правил и норм.

Во-вторых, как и любая деятельность, подразумевающая создание текста, журналистика может быть охарактеризована как творческая сфера деятельности. Очевидно, что для создания текста требуются интеллектуальные и творческие усилия представителей журналистской профессии. Именно поэтому и основой любого текста, и движущей силой в процессе его создания является авторская позиция журналиста.

Соответственно, как и любая другая сфера деятельности, которую относят к разряду творческих, журналистика подразумевает создание продукта, особенности которого во многом зависят от личности, индивидуальных установок, отношения к творческому процессу автора — создателя литературного произведения. Даже в том случае, когда речь идет не об индивидуальной, а о групповой работе, несомненно, личности участников — создателей литературного произведения играют значимую роль в процессе не только выбора героев, но и сюжетных линий и художественно-выразительных средств материала, а в некоторых случаях и выводов, которые будет содержать журналистский текст.

Положенный в основу коммуникационный процесс и причастность к творческой сфере деятельности — это сущностные характеристики журналистики, корректировка которых способна привести к изменению структуры журналистики как социального института. Именно по этой причине, по нашему мнению, данные характеристики необходимо учитывать при анализе в том числе и слагаемых профессиональной журналистской культуры.

Особенно важным внимание к влиянию индивидуально-личностных предпосылок формирования авторской позиции в журналистском материале представляется в контексте изучения отечественной жур-

налистской традиции. Во-первых, в отечественной журналистской практике существенный промежуток времени журналистика представляла собой проект личности. Среди личностей, проект которых представляла собой журналистика, были и Екатерина II, и Пушкин, и Толстой, и Кольцов, и Симонов, и Ленин.

Во-вторых, по мнению исследователя журналистики С.Г. Корконосенко, выделяющего и подробно описывающего четыре функции журналистики — производственно-экономическую, регулирующую, информационно-коммуникационную и духовно-идеологическую, «в отечественной теории долгое время относительно слабо была освоена производственно-экономическая роль журналистики». В результате, по мнению теоретика журналистики, «для общества в целом оказалась закрытой специфическая область предпринимательства, каковой журналистика являлась во многих странах» [2. С. 155].

Именно поэтому отечественная журналистская традиция отличается от зарубежного аналога, где над авторскими оценками и комментариями всегда прева-лировала четкая система фактов, а производственно-экономическая роль, безусловно, была более значимой, чем аналогичная роль, но в отечественных реалиях.

Более того, уже постсоветские российские исследователи журналистики склонны рассуждать о процессе творческой индивидуализации журналиста, не только не исключая возможность таковой, но и детально описывая ее механизм.

Так, Иосиф Дзялошинский считает, что профессионализм журналиста — это двухуровневый процесс, при котором на начальном этапе своей профессиональной деятельности журналист овладевает профессиональным опытом, включается в систему профессиональной деятельности и систему отношений профессиональной группы, а на втором этапе, когда основы профессии уже усвоены, наступает процесс индивидуализации — сознательный выбор журналистом пути своего профессионального развития, усложнение профессиональных задач, т.е. процесс творческой индивидуализации [3].

Таким образом, становится очевидно, что значимой и актуальной задачей является определение роли авторской журналистской позиции не только как бес-сменного атрибута любой творческой профессии, но и в качестве слагаемого профессиональной журналистской культуры.

Однако не только невозможно, но и не представляется логичным рассматривать слагаемые профессиональной журналистской культуры и авторскую позицию журналиста, как один из компонентов профессиональной журналистской культуры, в отрыве от анализа особенностей современной медиа-системы.

Сегодня важным свойством современной медиасистемы является переход от традиционных медиа к новым, что в свою очередь следует считать ответом на запросы развивающегося информационного общества. Можно предположить, что изменения в структуре со-

временных медиа, характеризующиеся взаимодействием традиционных и новых медиа, влекут за собой изменения в структуре профессиональных качеств, необходимых для работы в журналистике.

Рассмотрим особенности современной медиасистемы подробнее.

Главной отличительной особенностью новых медиа от традиционных, являющейся сущностной, следует обозначить оперативность, т.е. скорость процесса передачи информации.

Работа в современных условиях требует от журналиста большей оперативности, более умелого владения коммуникационными технологиями, а также более искусного владения возможностями современной техники. Все это необходимо представителям новых медиа для того, чтобы организовать оперативное информирование аудитории, и представляется не только возможным, но и необходимым при современном уровне развития информационных технологий.

С одной стороны, очевидно, что в условиях большей оперативности от журналиста больше не требуется быть максимально восприимчивым к собеседнику, проникать в особенности его психологии, так как в результате повышения оперативности восприятия информации у журналиста увеличивается объем работы, а значит и количество респондентов.

Сегодня все реже журналистам приходится организовывать личные встречи с героями материалов, все чаще журналистам приходится общаться с источниками информации по телефону, порой одного звонка достаточно для того, чтобы получить нужную цифру или цитату, однако таких звонков в течение дня у журналистов может быть больше нескольких десятков.

Также один из главных факторов, определяющих набор профессиональных качеств журналиста в современных условиях, — необязательность ранее непереносимого требования причастности журналиста к одному традиционному СМИ.

Сегодня журналисты все чаще являются «фрилансерами» — специалистами, готовящими материалы для нескольких СМИ одновременно, но не являющимися штатными сотрудниками ни одного из них.

На первый взгляд может показаться, что и оперативность, и отсутствие причастности журналиста к одному СМИ — это особенности современной медиасистемы, которые не позволяют говорить об авторской позиции как об одном из самых значимых компонентов профессиональной современной журналистской культуры. Работа в условиях повышенной оперативности не позволяет журналисту получить достаточно информации для того, чтобы взвешенно, убедительно и аргументированно выражать в тексте авторскую позицию, а отсутствие причастности к одному СМИ не позволяет журналисту стать транслятором профессионального и этического редакционных кодексов.

Однако таким является лишь первое представление о специфике анализируемой реальности. Не стоит забывать о том, что в эпоху развития современных

технологий, когда скорость передачи информации стремительно растет, все большее значение приобретает уникальность контента, а также уникальность способов предоставления информации аудитории. Уникальный контент ценится не только потому, что растет количество СМИ, имеющих возможность оперативно передавать сообщения по собственным каналам, но и потому что особенностью современной медиасистемы является еще и растущая доступность информации по отношению к ее потребителям.

Сегодня аудитория получает доступ к информации не только в СМИ, но и в разного рода социальных сетях. Именно по этой причине борьба за уникальный контент существует не только между разными СМИ, но и между СМИ и социальными сетями, что лишь усиливает значимость уникальной информации.

Очевидно, что под уникальной информацией не могут подразумеваться лишь добытые индивидуальным путем факты. Именно по этой причине следует говорить о том, что система новых медиа формирует запрос на специалистов, в основе творчества которых лежит выражение собственной авторской позиции, так как только это способствует созданию уникального медийного контента, а значит, лишь это способно позволить современному журналистскому институту функционировать в том числе и в рамках предпринимательской сферы деятельности.

В то же время отсутствие причастности журналиста к определенной редакции является причиной пробуждения в специалисте сферы масс-медиа стремления к повышению значимости своего журналистского имени на рынке, ведь чем популярнее журналист, чем известнее его имя для аудитории, тем большее количество новых медиа захотят сотрудничать с данным автором.

При этом для того, чтобы система новых медиа могла работать эффективно, при построении журналистского материала на основе выражения авторской позиции теория журналистики требует осмысления авторской позиции журналиста как компонента профессиональной культуры.

Таким образом, выражение авторской позиции в условиях трансформации системы масс-медиа, ознаменованной переходом от традиционных к новым медиа, является значимым компонентом профессиональной культуры, в развитии и становлении которого заинтересованы как журналисты, так и развивающаяся система новых медиа.

Следует сделать вывод о том, что неоспоримость наличия авторской позиции журналиста в числе составляемых профессиональной культуры подтверждается не только благодаря анализу состава сущностных основ журналистики, в который входят включенность в процесс коммуникации и наличие творческой составляющей, и присутствию специфической отечественной журналистской традиции, но также связано с современными журналистскими отечественными реалиями, в которых большую значимость приобретает процесс полу-

чения уникального контента в условиях перманентного роста требуемой скорости получения и передачи информации и обязательного соблюдения всех правовых норм, которыми регулируется журналистика.

В это же время природа профессиональной журналистской культуры в качестве нефиксированного набора норм и требований не может не вызывать практического интереса к очень тщательному анализу способов выражения авторской позиции, ее роли в структуре слагаемых профессиональной журналистской культу-

ры, а также ее значения в системе естественного функционирования новых медиа.

Литература

1. Пасты С. Журналист в контексте перемен. СПб., 2004.
2. Корконосенко С.Г. Введение в журналистику. М., 2011.
3. Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. М., 1996.

УДК 801.7

О.И. Северская

Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН

СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ В ЗЕРКАЛЕ РУССКОЙ ПРЕССЫ 2000-Х

Статья посвящена трактовке современными журналистами понятия «ценности» на основе контент-анализа употребления в СМИ 2000-х годов таких выражений, как «система ценностей», «морально-нравственные ценности», «духовные (религиозные) ценности», «культурные ценности». Анализ позволяет автору сформировать языковую картину представленного в СМИ ценностно-ориентированного среза общества, проанализировать соотношение социального и индивидуального.

Ключевые слова: современные массмедиа, язык СМИ, контент-анализ, языковая картина мира, ценности.

The article is devoted to the interpretation of modern journalists meaning of "value" based on the content analysis of modern media usage of expressions such as "values", "moral values", "spiritual (religious) values", "cultural values". The analysis allows the author to create the linguistic world-image presented in the media value-oriented slice of society, to analyze the correlation of social and individual.

Keywords: modern mass media, medialogistics, content analysis, linguistic world-image, values.

ЦЕННОСТЯМИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ принято называть и то, что имеет известную стоимость в денежном эквиваленте, и то, что ценно в переносном смысле, т.е. значимо: предметы и явления культуры, морали, нравственности и т.п.¹ О ценностях второго рода журналисты пишут довольно часто, материал Национального корпуса русского языка² позволяет оценить отраженную в современных СМИ систему

представлений о том, что сегодня для общества особенно ценно и важно.

Контент-анализ³ зарегистрированных в Корпусе употреблений выражений с опорным элементом *ценность* позволяет выявить центры притяжения внимания журналистов.

На первом месте оказывается *система ценностей* (256 словоупотреблений). При этом в самом общем случае понятие никак не конкретизируется, как, например, в рассуждениях о том, что Чацкий сегодня вне игры: «В наше время, когда сменились *социальные и нравственные ориентиры и система ценностей*, на первый план вышел Фамусов, в котором энергия государственника бьет ключом» (Труд-7, 2000.11.22), или о конфликте между *homo soveticus* и *homo sapiens*: «Число последних увеличивается, и у них совершенно другая *система ценностей*» (КП, 2001.02.15). Чаще всего контекстными синонимами оказываются *система ценностей и мораль, нравственность, культура, психология, мировоззрение*, а также «*правила оценок*» и *образцы для подражания*.

Но есть и примеры более точных определений, о которых говорит использование выражения в сочинительных и подчинительных конструкциях и с разнообразными эпитетами. *Система ценностей* может быть исторической и национальной: «Надо отстаивать базовые *исторические национальные ценности*, на основе которых можно объединить Россию. <...> Необходима одна *система ценностей*, в которой воспитывается че-

¹ Здесь и далее толкования слов приводятся по «Большому толковому словарю русского языка» С.А. Кузнецова [1].

² Далее — НКРЯ, адрес в интернете: www.ruscorgo.ru. Исследование проведено на материале газетного подкорпуса.

³ Статистическое исследование текстовых массивов с дальнейшей содержательной интерпретацией полученных числовых данных.