



ТОЛЬЯТТИНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Г.В. Чевозерова

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Учебное пособие

Часть 1

МЕТАЖУРНАЛИСТИКА

Министерство образования и науки Российской Федерации
Тольяттинский государственный университет
Гуманитарно-педагогический институт
Кафедра «Журналистика»

Г.В. Чевозерова

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Учебное пособие

В двух частях

Часть 1

Метажурналистика

*Дипломант I Южного межрегионального конкурса
«Университетская книга» (2011 г.)
в номинации «Лучшее учебное издание
по гуманитарным и социальным наукам»*

2-е издание, стереотипное

Тольятти
Издательство ТГУ
2013

УДК 070
ББК 76.0
Ч-348

Рецензенты:

д-р филол. наук, профессор, завкафедрой истории журналистики
Уральского государственного университета им. А.М. Горького
М.М. Ковалева;
канд. филол. наук, доцент Тольяттинского государственного
университета *Л.В. Иванова*.

Ч-348 Чевозерова, Г.В. Основы теории журналистики. В 2 ч.
Ч. 1. Метажурналистика : учеб. пособие / Г.В. Чевозерова. —
2-е изд., стер. — Тольятти : Изд-во ТГУ, 2013. — 136 с. : пер.

С курса «Основы теории журналистики» начинается обучение на факультетах журналистики. В первой части учебного пособия дается понятие о наиболее общих закономерностях функционирования профессии, закладывается фундамент для дальнейшего освоения мастерства. Приводится онтологическое обоснование сущности основных понятий и профессиональных процессов, связанных с журналистикой как сферой массово-информационной деятельности, раскрываются функциональные возможности и природное предназначение профессии.

Пособие адресовано студентам, обучающимся по направлению подготовки «Журналистика» на степени «бакалавр» и «магистр» (все формы обучения).

Предыдущее издание первой части пособия вышло в 2011 году.

УДК 070
ББК 76.0

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом
Тольяттинского государственного университета.

ISBN 978-5-8259-0753-6

© Чевозерова Г.В., 2011
© ГОУ ВПО «Тольяттинский
государственный университет», 2011

ОБЩАЯ СТРУКТУРА КУРСА «ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ» (вместо предисловия)

Прежде чем начать разговор о структуре курса «Основы теории журналистики», нужно определить его место в общей журналистской теории. Можно сказать, что «Основы теории журналистики» являются фундаментом всей науки о журналистике, поэтому в предлагаемой таблице мы поместим изучаемый курс снизу как фундамент, на котором затем будет возводиться здание всего профессионального образования.

Вспомогательные дисциплины (фотодело, радио- и телемонтаж)
Техника и технология производства СМИ. Издательское дело
Специальные дисциплины и курсы по выбору (журналистское мастерство, политический анализ, молодежная пресса и т. п.)
Дисциплины по специализации: печать, радио, телевидение, Интернет
Социология журналистики
Психология журналистики
Экономика и менеджмент СМИ
Этика журналистского творчества
Правовые основы СМИ
История журналистики (отечественная, зарубежная)
Основы журналистской деятельности
Система СМИ
Введение в специальность
Основы теории журналистики: - метажурналистика; - онтологические принципы журналистики; - гносеологические основы журналистики

Курс «Основы теории журналистики» в недавнем прошлом представлялся в научной литературе как «Введение в теорию журналистики», что звучало довольно загадочно. Мысль о том, что любое дело начинается с какой-то теории, каких-то знаний о нем, привычна. Но то, что теорию еще надо предварять введением, которое по объему представляет собой не десяток страниц, как в любой книге, а большой самостоятельный курс с отдельным учебным пособием, — вот это нетрадиционно. Дело в том, что здесь мы имеем дело с теорией теории. А наивысшей степени теоретического обобщения, как известно, обладает такая наука, как философия. Это ее называют теорией теории. В данном же случае речь идет о наивысшей степени обобщения в журналистской теории, которую, следовательно, можно назвать философией журналистики.

Основы теории журналистики (философия журналистики) — это наука о наиболее общих закономерностях журналистского профессионального бытия. Она не столько отвечает на вопросы, как конкретно создать то или иное журналистское произведение, сколько объясняет, зачем вообще его создавать. Она дает представление о том, что такое журналистская деятельность в целом, как она функционирует, какие социальные функции реализует, какие цели при этом преследует, каковы основные принципы ее деятельности и т. д.

Все это совершенно необходимо понимать, потому что просто бессмысленно постигать секреты профессионального мастерства без общего целостного представления о том, что есть сама эта профессия, каковы ее место и роль в жизни общества. Надо хорошо представлять себе, каков может быть результат журналистского труда и из чего он складывается.

Прежде чем говорить о результате конкретно журналистского труда, уместно привести некую общую формулу получения результатов любой деятельности:

$$R = I + E + M,$$

где R — результат, который планируется получить; I — знание о том, что нужно сделать для получения этого результата (информационная составляющая результата, отвечающая на вопрос: «что делать?»); E — способ получения результата и способности,

которые понадобятся для этого (энергетическая составляющая результата, отвечающая на вопрос: «как делать?»); М – наличие ресурсов, необходимых для получения результата (материальная составляющая результата, отвечающая на вопрос, что надо иметь, чтобы получить искомый результат. В науке в качестве такой материальной основы для получения результата выступает фактологическая основа и, естественно, все, что обеспечивает ее получение).

Согласно данной формуле основы теории журналистики (философию журналистики) мы будем рассматривать как результат, для получения которого нам понадобится описать три его составляющие, что и будет сделано в трёх соответствующих разделах курса. Названы они по аналогии с разделами курса философии – метафилософия, онтология и гносеология – соответственно метажурналистика, онтологические принципы журналистики и гносеологические основы журналистики.

Информационную составляющую понятия «основы теории журналистики», отвечающую на вопрос «что надо делать?», мы назовем метажурналистикой. Приставка «мета» переводится с греческого как то, «что следует за». В данном случае она будет обозначать наивысший из возможных уровней теоретического обобщения науки о журналистике. Таким образом, **метажурналистика** будет заниматься выяснением сути основных категорий и понятий журналистики и общих возможностей профессии.

Первое, о чем мы будем говорить в этом разделе, это **информация**. Начиная со второй половины XX века благодаря открытиям кибернетиков информацию стали относить к разряду философских категорий и рассматривать ее как способ характеристики любого предмета или явления, а также как способ характеристики его взаимодействия с другими предметами и явлениями. Были обозначены основные природные функции информации, которые свойственны всем ее видам.

Одной из разновидностей родового понятия «информация» является **массовая информация**. Это понятие считается основным для журналистики. Описание специфических черт, отличающих массовую информацию от других видов информации, позволит охарактеризовать суть данного явления.

Далее станет возможным говорить о природных, онтологически обоснованных **функциях журналистики**, которые она может реализовывать в обществе как массово-информационная деятельность.

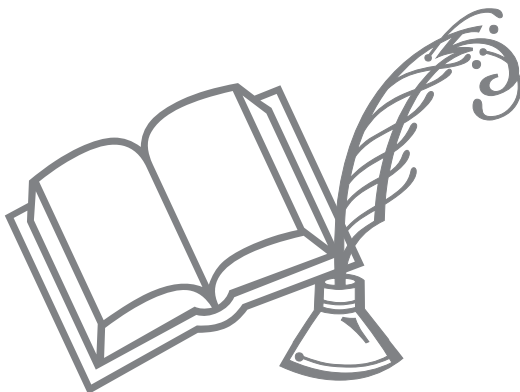
Объект, предмет и функции журналистики определяют ее место и роль в социальной системе и позволяют сделать вывод о миссии профессии.

Остальные разделы курса «Основы теории журналистики» (философия журналистики) будут рассмотрены во второй части учебного пособия.

В данном учебном пособии в главах после каждого подраздела приводится список основной и дополнительной рекомендуемой по данной теме литературы, предлагаются практические задания, вопросы для самоконтроля и список терминов, значение которых необходимо усвоить.

Глава 1

ПРИРОДА ЖУРНАЛИСТИКИ КАК МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



1.1. Информация как философская категория

Главное, с чем имеет дело журналист в своей профессиональной деятельности, — информация. Журналист собирает ее, получает, осмысливает, накапливает, систематизирует, создает сам, распространяет. Он выступает как организатор определенных информационных процессов, имеющих большое значение в жизни общества. Понятно, что при таких обстоятельствах ему необходимо глубоко понимать сущность данного феномена, с которым он сталкивается каждый день.

Толковые словари предлагают объяснение понятий в объеме, достаточном для обыденного, непрофессионального общения людей. Так, из словаря С.И. Ожегова¹ мы можем узнать, что **информация** — это сведения об окружающем мире, кем-либо воспринимаемые (теоретическое толкование). А также сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-нибудь (коммуникативный — устанавливающий связи — аспект понятия). Такое определение ключевого для журналиста понятия рождает больше вопросов, чем ответов. Что именно можно считать информацией: сведения, которые передают, или те, которые кем-то восприняты? Равны ли между собой передаваемые и воспринятые сообщения? А если их вообще не передают, то информации нет?

Эти вопросы заставляют нас обратиться к наукам, где информация как таковая является предметом их специального исследования.

Первоначальное понятие информации как сведений сохранялось почти два тысячелетия вплоть до середины XX века. Более широкое толкование оно приобрело благодаря развитию кибернетики, изучающей процессы информационного обмена.

Основатель кибернетики Норберт Винер понимал информацию как «обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств»². Этому процессу он придавал

¹ Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1988. С. 205.

² Винер Н. Человек управляющий. СПб., 2001. С. 14.

особое значение, подчеркивая, что «действенно жить — это значит жить, располагая правильной информацией»³.

Неудивительно, что при такой чрезвычайной важности информации для жизни человека и социума это понятие стало общим для всех частных наук, изучающих мир, а информационный подход, включающий в себя совокупность идей и комплекс математических средств их хранения и передачи, превратился в общенаучное средство исследования. Выяснением природы информации, ее гносеологического и методологического значения занимаются, наряду с философами математики и физики (Винер, Хинчин, Колмогоров, Бриллюэн), специалисты в области теории связи и коммуникации (Шеннон, Черри, Харкевич), биологи и психологи (Эшби, Маккаллок, Миллер, Джордж), логики и лингвисты (Карнап, Бар-Хиллел, Кемени, Харрах). Но главное — информация стала претендовать на статус не просто научной, а философской категории.

Категория — это «предельно общее понятие. Образуется как последний результат отвлечения (абстрагирования) от предметов, их особенных признаков. Для него уже не существует более общего, родового понятия, оно обладает минимальным содержанием, то есть фиксирует минимум признаков, охватываемых предметом. Однако это такое содержание, которое отражает фундаментальные, наиболее существенные связи и отношения объективной действительности и познания»⁴. Абстрагируемся, например, от всяких отличий между столь, казалось бы, несопоставимыми понятиями, как «стол» и «человек», и обнаружим общее в них. Это общее будет заключаться в том, что и то и другое вещественно, материально и представляет собой некую совокупность сведений о себе — информацию. Как видим, и материя, и информация могут быть использованы для характеристики любого объекта мироздания, что и делает возможным отнести их к числу самых общих описывающих мир философских категорий. Статус философской категории имеют такие понятия, как материя, время,

³ Винер Н. Человек управляющий. СПб., 2001. С. 14

⁴ Новейший философский словарь. Минск, 2003. С. 481.

пространство, движение и теперь, благодаря кибернетикам, еще и информация.

Правда, в философии несколько десятилетий идет спор между двумя концепциями представлений об информации: **атрибутивной и функциональной**. Сторонники атрибутивной концепции (Р.Ф. Аблеев, Б.В. Ахлибинский, Л.Б. Баженов, Б.В. Бирюков, К.Е. Морозов, И.Б. Новик, Л.А. Петрушенко, А.Д. Урсул и др.) утверждают, что информацией обладают все материальные системы, она — атрибут материи, свойственна объектам как неживой, так и живой природы. Абсолютный характер присутствия информации во всем и позволяет ей иметь статус философской категории наряду с другими абсолютными понятиями: материей, пространством, временем, движением.

Кроме того, атрибутивисты подчеркивают независимость информации от процесса ее использования, то есть она есть у объекта даже в том случае, если он не взаимодействует с другими объектами. Можно сказать, что она содержится в нем как **потенциальная**. Такая статическая информация описывает внутреннюю организацию объекта, степень его упорядоченности и называется **структурной информацией** (рис. 1).

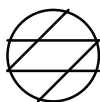


Рис. 1. Структурная информация об объекте

В структурной информации любого объекта неживой природы, например, минерала или угля, содержатся сведения, отражающие процесс его появления на свет и происходившие в нем изменения. Под **отражением** философы понимают свойство материи запечатлеть, накапливать и сохранять в своей структуре следы воздействия других систем. Минерал и кусок угля, безусловно, сохраняют в своей структуре следы различных взаимодействий, в которые им довелось вступать с иными объектами природы. Именно поэтому можно считать, что способностью к отражению обладают все виды материи: и живая, и неживая. При этом отражение в неживой природе не носит характера самостоятельной активности, то есть не возникает по инициативе самих объектов взаимодействия, но от этого оно не перестает

быть таковым. А раз есть отражение, есть и информация как его результат. И именно таким образом накапливаемые отражения позволяют воссоздать и объяснить эволюцию жизни.

Представители функциональной концепции (В.В. Вержбицкий, Г.Г. Вдовиченко, И.И. Гришкин, Д.И. Дубровский, Н.И. Жуков, А.М. Коршунов, М.И. Сетров, Г.И. Царегородцев и др.) считают, что информация возникает лишь при передаче ее другому воспринимающему субъекту. Нет восприятия – нет процесса отражения, нет и информации. А поскольку субъектами восприятия могут быть только биологические существа, то информация и информационные процессы, по мнению функционалистов, свойственны только живой природе. Информация выступает характеристикой взаимодействия передающего объекта и воспринимающего субъекта (рис. 2). И если в предмете происходят изменения, отражающие воздействие другого предмета, то можно сказать, что второй предмет становится носителем информации о первом предмете. Информация при этом превращается из **потенциальной**, внутрискруктурной, в **активную** или усвоенную.

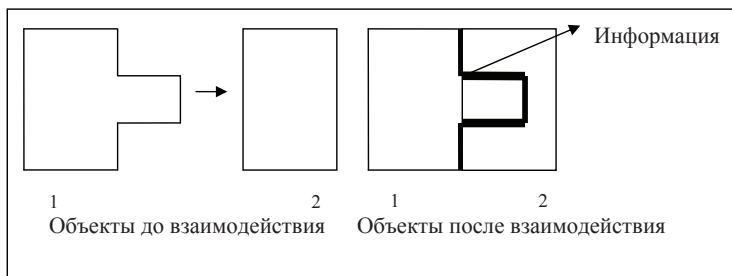


Рис. 2. Процесс отражения и получения информации при взаимодействии объектов

Как видим, **информация** – это отпечаток действительности, следы отражения при взаимодействии объектов. При этом очевидно, что в процессе отражения к ранее имеющейся структурной информации объекта 1 добавились сведения о его взаимодействии с субъектом 2 (динамическая информация). Динамическая информация описывает внешние взаимоотношения объекта с различными познающими его субъектами, и потому называется **относительной информацией** (рис. 3).

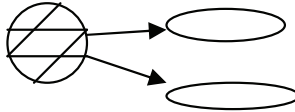


Рис. 3. Относительная информация

На наш взгляд, насколько описанные концепции информации (атрибутивная и функциональная) противоположны, настолько и совместимы, ведь с точки зрения системного подхода любое явление должно быть рассмотрено как изнутри, так и снаружи.

О.И. Семенков также высказывает мысль о том, что данные концепции отражают разные аспекты целостного понятия «информация» (статический и динамический, или структурный и относительный) и потому их можно рассматривать в единстве⁵.

Итак, характеристика любого объекта живой и неживой природы требует полной информации о нем, которую можно изобразить в следующем виде:

И (полная) = И (структурная) + И (относительная).

Полная информация об объекте представляет собой сумму структурной и относительной информации, процесс перехода информации потенциальной (до ее передачи) в активную (усвоенную). А по определению Р.Ф. Абдеева, информация рассматривается «как мера упорядоченности структур и их взаимодействия, является объективной характеристикой на всех стадиях организации материи»⁶.

На основе данного определения информации уместно сделать очень важные выводы и для журналистов. Можно сформулировать требование к журналисту собирать о предмете его исследования как структурную, так и относительную информацию. Отсюда же вытекает и требование, предъявляемое к журналистскому тексту: обеспечить единство его внутренней структуры (содержания и формы) и его внешнего взаимодействия с аудиторией. Из этого следует и много других законов журналистской деятельности, о которых пойдет речь далее.

⁵ Новейший философский словарь. Минск, 2003. С. 432.

⁶ Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994. С. 162.

Представим, например, подробнее конкретное взаимодействие какого-либо объекта бытия и журналиста, отражающего его в своем сознании и доносящего затем эти сведения до аудитории (рис. 4).

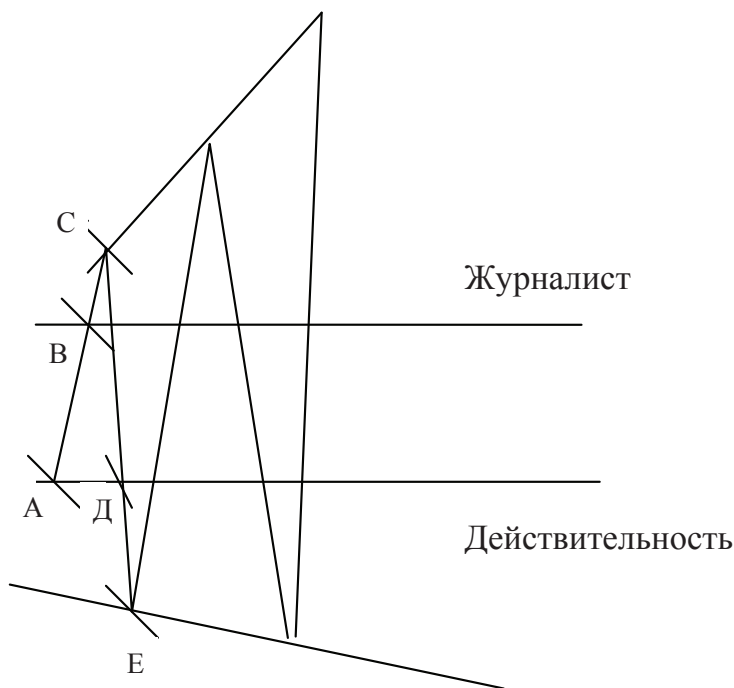


Рис. 4. Прогрессивное взаимодействие журналиста и аудитории

В этом процессе происходит двойное отражение: сначала журналист отражает объект бытия, а затем аудитория отражает сообщенные ей журналистом результаты его отражения объекта бытия. Исходя из деления информации на внутреннюю структурную и внешнюю относительную отрезок АВ на рис. 4 будет соответствовать структурной информации об объекте действительности, а отрезок ВС - это результат внешнего взаимодействия объекта с внешним миром, в том числе и с журналистом, то есть это относительная информация об объекте. В точке А вся информация находилась в потенциальном состоянии, а в точке С она стала активной (воспринятой и осмысленной журналистом). Далее отрезок СД показывает процесс отражения в тексте

сведений, находящихся в сознании журналиста. Это структурная информация журналиста, которая также пребывает в потенциальном виде до тех пор, пока текст никто не воспринимал. Отрезок ДЕ изображает процесс усвоения текста аудиторией, к которой адресовал его журналист. Это относительная информация журналиста, вступившего в процесс взаимодействия с аудиторией. В точке Е информация становится активной (полученной и усвоенной аудиторией). Таким образом, исходя из сущности понятия «информация» можно сформулировать 4 условия работы для журналиста, при которых будет обеспечено успешное усвоение информации аудиторией:

- 1) как можно более полный сбор информации о внутренней структуре и внешних связях объекта изучения;
- 2) как можно более адекватное усвоение журналистом (то есть отражение в своем сознании) полученной информации;
- 3) адекватное отражение в тексте усвоенных сведений;
- 4) учет особенностей аудитории при написании текста, позволяющий обеспечить ей наиболее адекватное восприятие текста.

Учитывая, что журналист периодически общается со своей аудиторией, мы изобразили этот процесс как повторяющийся. Если все указанные требования к передаче аудитории полученных журналистом сведений неуклонно и тщательно выполняются, то объем знаний журналиста и его аудитории будет расти с каждым разом. Две расходящиеся линии на рис. 5 изображают развитие журналиста (верхняя линия) и аудитории (нижняя линия) в процессе их взаимодействия. В результате мы имеем прогрессивное развитие взаимодействующих систем, отраженное на рис. 5 в виде расходящейся спирали.

В случаях отсутствия какого-либо этапа работы или навыков в их осуществлении можно получить нежелательные формы взаимодействия журналиста и аудитории.

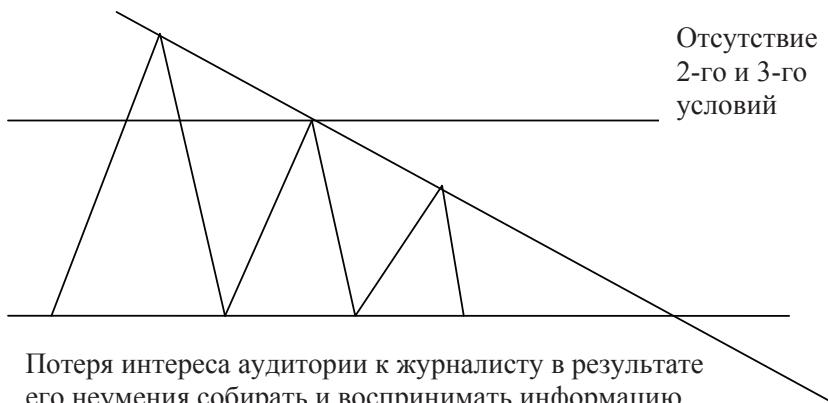
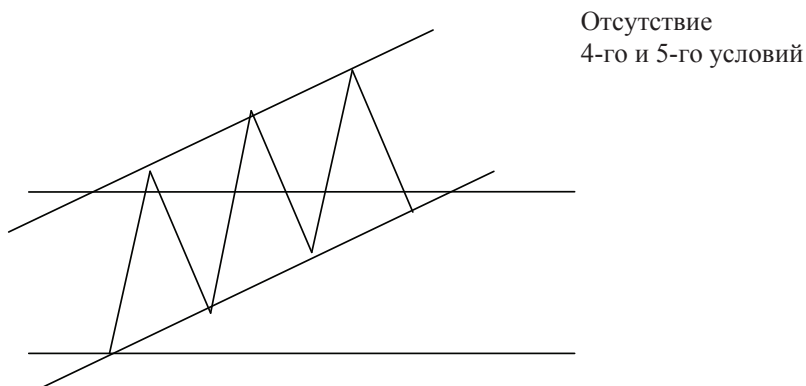


Рис. 5. Потеря интереса аудитории к текстам журналиста



Отрыв журналиста от аудитории в результате его неумения адекватно отразить в тексте полученную и осмысленную им информацию и учесть при этом особенности аудитории

Рис. 6. Отрыв журналиста от аудитории

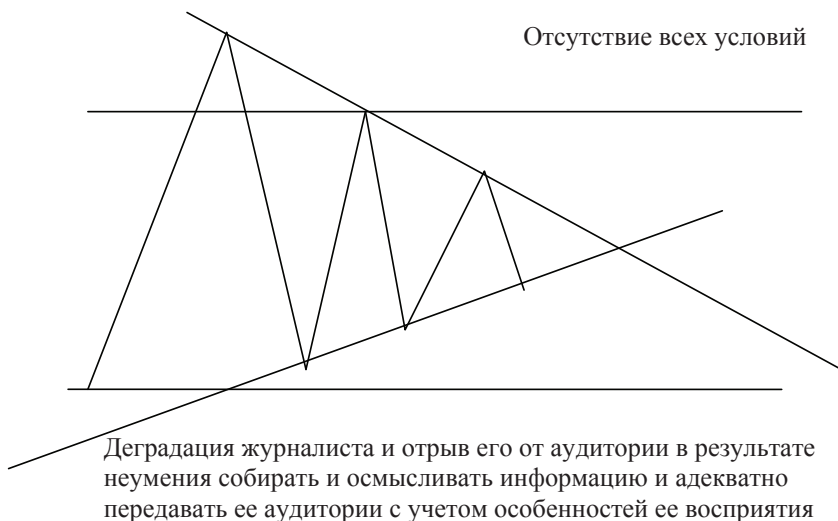


Рис. 7. Полная потеря контакта с аудиторией

Вернемся от профессионального разговора о работе журналиста с информацией к разговору об информации как философской категории. Выделив две составляющие информации, кибернетики получили возможность абстрагироваться от ее конкретного содержания в каждом случае и обозначить всеобщие свойства информации. Стало ясно, что в силу своих статических и динамических свойств она выступает *способом формирования нового содержания воспринимающей ее системы и потому выполняет по отношению к ней образовательную, управленческую и организаторскую функции*. Она становится источником развития системы. Именно эти три фундаментальные функции информации и рассматривают кибернетики.

1. Первую они называют *информационной* или *образовательной*, то есть связанной «с реализацией в системе определенной совокупности процессов отражения внешнего мира и внутренней среды системы путем сбора, накопления и переработки соответствующих сигналов»⁷. Такое восприятие и накапливание сведений и выполняет функция познания.

Важно, однако, понимать, что познание мира через его информационное отражение неизбежно имеет определенные

⁷ Новейший философский словарь. Минск, 2003. С. 431–432.

погрешности. Это происходит из-за двойственной природы информации. С одной стороны, наличие у любого предмета потенциальной информации обеспечивает ей такое качество, как объективность. С другой – относительная информация, образующаяся при восприятии кем-нибудь (субъектом) информации о предмете, явно носит черты субъективности.

Это происходит потому, что информация как результат отражения особенностей объекта в особенностях воспринимающего субъекта содержит в себе следующие сведения:

- о качествах передающего сведения объекта;
- о качествах воспринимающего субъекта, характеризующих его способности к восприятию данного вида сведений;
- о качествах каналов, по которым передаются сведения, или условиях передачи сведений.

Понятно, что сведения, имеющиеся у объекта до их передачи (потенциальная информация), будут отличаться от сведений, реально воспринятых субъектом (активная информация). А, значит, информация как результат отражения будет не совсем идентична сущности отражаемого объекта. В.Д. Попов подчеркивает: «Информация потенциально бытийственна, объективна, экзистенциальна как отражение факта, функционально-субъектна»⁸. Таким образом, любая информация имеет **объективно-субъективный характер**.

Именно это обстоятельство и не позволяет говорить о результатах любого познания как об абсолютной истине. Познание – вечный процесс поиска истины, в котором объективно существующая картина мира преобразуется в сознании человека в объективно-субъективную информационную картину мира. Таким образом, именно информация как результат отражения делает познание мира возможным, хотя и не абсолютно истинным. Отсюда, кстати, берет начало требование, предъявляемое к журналисту, быть терпимым к чужому мнению, ибо никто не может сказать о себе, что он – истина в последней инстанции.

Очевидно, что именно способность воспринимающего информацию субъекта к адекватному отражению бытия (к получению и усвоению информации) характеризует и уровень

⁸ Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика. М., 2007. С. 28.

развития этого субъекта. Чем выше способность, тем выше и уровень развития.

Приведем в доказательство этого тезиса таблицу, предлагаемую Р.Ф. Абдеевым, в которой он показывает соответствие форм отражения уровню развития субъектов (или систем)⁹.

Категория	Область проявления		
	В неживой природе	В живой природе	В человеческом обществе
<i>Формы отражения:</i>			
– элементарное	+	+	+
– опережающее	–	+	+
– сознание, предвидение, научное прогнозирование	–	–	+
<i>Разновидности информации:</i>			
– структурная (связанная)	+	+	+
– оперативная (динамическая)	–	+	+
<i>Функциональные связи:</i>			
– гомеостазис	–	+	+
– саморазвитие	–	+	+
<i>Интенсификация информационных процессов</i>	–	–	+

Под элементарным отражением (см. табл.) понимается реакция воспринимающего субъекта на непосредственное физическое воздействие. Способностью к такой реакции обладает даже неживая природа: пни камешек – он и полетит. Тем более отреагирует на такое воздействие и животное, и человек.

⁹ Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994. С. 152.

Опережающее отражение означает способность объекта реагировать на воздействие до момента его наступления. Если вы замахнетесь для удара, камень не тронется с места, а кошка убежит или приготовится к нападению. То же сделает и человек. Но способностью к предвидению воздействия, научному прогнозированию обладает только человек.

Что же касается разновидностей информации, то информация о внутренней структуре имеется у всех видов материи, а вот способностью к ее активной передаче и восприятию владеют только более развитые биологические системы, включая человека.

Получая информацию, разные системы по-разному способны ее использовать. Неживая природа не может использовать информацию даже в целях самосохранения (осуществления **гомеостаза**). С появлением жизни возникло целенаправленное применение информации для сохранения системы и ее развития. Такая способность есть у всей живой природы. Однако только человек умеет интенсифицировать информационные процессы, то есть получать и обрабатывать столько информации, сколько ему необходимо в каждом конкретном случае, и тем самым обеспечить себе устойчивое существование и развитие. Именно поэтому человек и является сегодня самой высокоорганизованной из известных систем (только у него наблюдаются плюсы во всех графах таблицы).

Таким образом, **чем более развита у субъекта способность к восприятию информации, тем более высоким уровнем организации он и будет обладать.**

Причем ускорение и улучшение качества процесса приема-передачи и обработки информации в процессах жизнедеятельности позволяет успешнее бороться с **энтропией** (беспорядком, хаосом), повышать живучесть, приближая достижение цели. Информация превращается в неистощимый стратегический ресурс человечества, постоянно возрастающий по объему и доступности.

Более того, ее значение возрастает, если, по предложению Л.В. Мрочко, связывать информацию не только с отражением реально существующего мира, но и с прогнозированием будущего. Исследователь обращает внимание на то, что «существуют и активные отражающие системы, способные из первичной информации генерировать новую информацию, которая хотя

и не имеет своих первоисточников, своих исходных моментов, уже не является по существу отражением, поскольку соответствующих ей объектов в природе может и не существовать, да и собственно отражения как такового здесь уже нет. Поэтому... информацию следует связывать и с отражением (первичные информационные структуры), и с генерацией (вторичные информационные структуры)»¹⁰. Именно *генерация как процесс получения принципиально новых сведений, не имеющих еще в реальной действительности, сообщает информации способность выступать средством формирования будущего содержания, средством развития систем.*

Выводы о том, что информация является, по выражению Э. Шрейдингера, пищей для развития систем, особенно важны для журналиста, основная работа которого представляет собой процесс восприятия и передачи информации. От качества «пищи», которую он предлагает чаще чем кто бы то ни было своей аудитории, будет зависеть ни много ни мало ее жизнь и уровень ее развития. Это положение непременно должно отразиться в обозначении миссии журналистики, которую мы формулируем несколько позже.

2. Вторую функцию информации называют *управленческой*, т. е. учитывающей «процессы функционирования системы, направления ее движения под влиянием полученной информации и степень достижения своих целей»¹¹.

Н. Винер определял информацию через процессы взаимодействия организма со средой. Мы получаем от среды информацию — некую совокупность сведений. Эти сведения порождают в нас изменения, благодаря которым мы лучше уживаемся со средой. Таким образом, наши изменения не произвольны, а именно такие, какие обусловлены информацией, полученной от среды. Это значит, что *информация — средство изменения воспринимающего ее субъекта. Или, можно сказать, средство управления.*

Очевидно также и то, что управление прежде всего существует как естественный, а не искусственно организованный процесс,

¹⁰ Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации. М., 2006. С. 21–22.

¹¹ Новейший философский словарь. Минск, 2003. С. 431–432.

основанный на так называемых обратных связях, без которых управление как таковое просто невозможно. По сути дела, мы имеем простейший замкнутый контур с обратной связью на уровне обычного регулятора, с реакцией лишь на текущие воздействия.

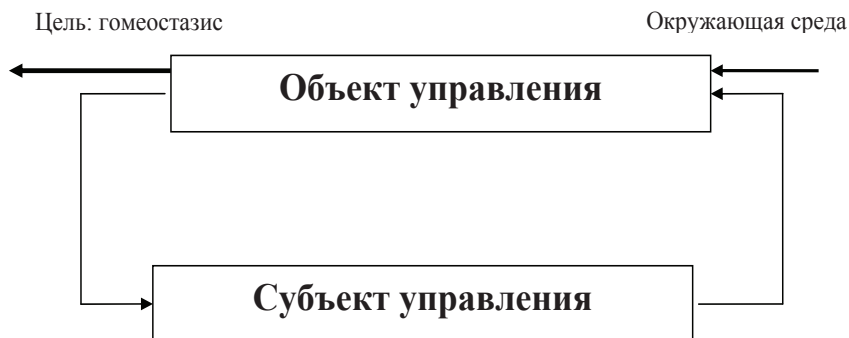


Рис. 8. Механизм управления для поддержания гомеостаза системы

Окружающая среда воздействует на систему, вызывая в ней отклонения от нормального функционирования. Золотое правило саморегуляции в формулировке П.К. Анохина гласит: «Само отклонение от нормы служит стимулом возвращения к норме»¹². Такое отклонение от нормы может быть вызвано и внутренними процессами, происходящими в системе. В открытых системах источником отклонений могут стать внутренние и внешние противоречия в единстве.

Пошатнувшееся равновесие системы требует решений и действий, восстанавливающих нормальное функционирование. Такие решения и действия могут приниматься всякий раз при возникновении отклонений, и благодаря им поддерживается гомеостазис системы.

Простейший пример такого поведения: падает температура воздуха — люди надевают теплую одежду. И совершенно невозможно представить себе процесс наоборот: люди надевают теплую одежду — температура воздуха падает. В естественных процессах управления все изменения диктуются средой,

¹² Анохин П.К. Психическая форма отражения действительности // Ленинская теория отражения и действительность. София, 1969. С. 109.

а не субъектом управления, как это, к сожалению, нередко бывает в искусственном иерархическом социальном управлении. При нарушении фундаментального принципа естественного управления, согласно которому решение принимается обязательно на основе обратных связей, управление не только не способствует сохранению и развитию системы, но и разрушает ее, вмешиваясь в естественные механизмы регуляции.

Поскольку журналистика представляет собой систему передачи информации с обратными связями, важно соблюдать в ней фундаментальный принцип естественного управления. Аудитория, на которую воздействует среда, сообщает журналисту (как субъекту управления) сведения о своих потребностях и интересах, которые он и стремится удовлетворить своей деятельностью.

На практике же мы нередко наблюдаем обратную картину: учредители изданий и журналисты не пытаются выяснить, что интересно и нужно их аудитории, а решают за нее, что ей следует читать, пытаясь таким образом управлять общественным мнением. А потом удивляются, почему их издания не продаются и закрываются по причине отсутствия финансирования. Ответ простой: искусственное иерархическое управление, не основанное на обратных связях, не может обеспечить жизнеспособность системы.

Мы рассмотрели самый простейший механизм управления, способный реализовать минимальную цель – выживание. А для достижения более сложной цели – устойчивого существования – механизм управления усложняется, хотя и он функционирует на основе того же принципа обратных связей.

Если замечено, что отклонения какого-либо типа возникают регулярно, то может быть выработана некая программа устранения отклонений этого типа. Она может представлять собой и превентивные (предупредительные) меры (результат опережающего отражения), что и позволяет системе не просто поддерживать свой гомеостазис, но и существовать вполне устойчиво. Такое управление видится как простейший контур циркулирующей информации: сигнал об отклонении – принятие решения с использованием типовых программ – осуществление действия по устранению отклонений.

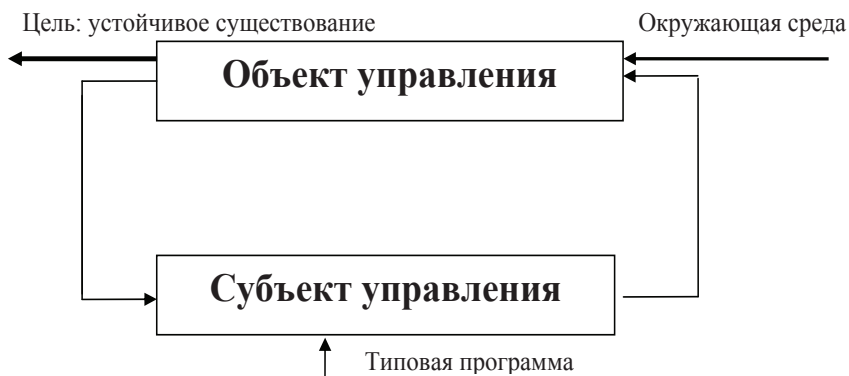


Рис. 9. Механизм управления с целью поддержания устойчивого существования с использованием типовых программ

Постепенно система накапливает большое количество информации о разнообразных отклонениях, формируется информационный банк данных, **тезаурус** (полный, систематизированный набор данных в какой-либо области знаний), научные теории. Эти теоретические знания используются для принятия таких решений, которые не только могут гарантировать устойчивое существование, но и обеспечить устойчивое развитие системы.

В отличие от предыдущих механизмов управления для достижения столь сложной цели, как устойчивое развитие, необходим постоянный поток информации от объекта управления о тех проблемах (отклонениях), которые возникают у него под воздействием окружающей среды. Такой поток должен иметь хорошо организованную систему его приема и регистрации. Эта система позволяет отсортировать в так называемом семантическом фильтре информацию по ее смысловому значению и отправить ее для принятия решений. Информация о наиболее простых отклонениях может быть направлена сразу к субъекту управления, который руководствуется при принятии решений типовыми программами и своим эмпирическим опытом. Информация о более сложных проблемах отправляется сначала для теоретического осмысления специалистами, обладающими знаниями в различных областях науки, а затем уже к субъекту управления для принятия окончательного решения. Субъект управления после принятия решения направляет информацию исполнителям, которые в соответствии с ней и осуществляют

действия для решения проблем, изначально обозначенных объектом управления.



Рис. 10. Механизм управления с двумя контурами регуляции, обеспечивающий устойчивое развитие системы

Приведенное нами описание природного происхождения и эволюции механизмов управления предложено Р.Ф. Абдевым. Он же дает определение механизма управления: «Механизм управления есть закономерно возникшая в процессе эволюции специфически организованная форма движения материи, заключающаяся в целенаправленном, многоцикличном преобразовании информации в двух взаимосвязанных, замкнутых обратными связями (ОС) контурах и функционально реализующая как сохранение устойчивости управляемого объекта, системы (1-й контур ОС), так и развитие, дальнейшее повышение уровня ее организации (или создание новых структур) путем

отбора и накопления информации (во 2-м контуре ОС)»¹³. Другими словами, информация реализует свою управленческую функцию, циркулируя в любых природных и искусственно созданных механизмах управления.

Из описанных механизмов управления видно, какую роль и место занимает информация в жизни каждого человека и общества в целом. Организм может сохранять свою упорядоченность только путем постоянного извлечения из окружающей среды информации. «Человек, — пишет В. Самохвалова, — может быть представлен как сложный информационный процесс, постоянно уравнивающий внутреннюю среду организма и внешнюю среду его окружения путем обмена информацией»¹⁴.

3. Третья функция информации — *организаторская*, обеспечивающая «устройство и степень совершенства самой системы управления в терминах ее надежности, живучести, полноты реализуемых функций, совершенства структуры и эффективности затрат на осуществление процессов управления в системе»¹⁵. Организация и регулирование самой системы управления происходит также благодаря циркулирующим по тем же двухконтурным схемам информационным потокам. Только эти потоки имеют целью наведение порядка в самом механизме управления.

Итак, воссоединив три фундаментальные функции информации, можно сделать вывод о том, что *информация обеспечивает системам такие качества, как выживаемость, устойчивость и развитие*. Для формирования оптимального поведения в среде обитания система должна постоянно приспосабливаться к непрерывно изменяющимся внешним условиям, изучая эту среду путем сбора и обработки как внешней, так и своей внутренней информации. В результате изучения в системе возникают представления о динамической информационной модели внешнего мира, она успешно определяет свое место и роль в нем.

¹³ Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994. С. 47.

¹⁴ Современная картина мира. Формирование новой парадигмы. М., 1997. С. 41.

¹⁵ Новейший философский словарь. Минск, 2003. С. 432.

Журналистика как система, работающая с информацией и находящаяся в системе обратных связей со своей аудиторией, аналогичным образом определяет свое место и роль в более широкой по сравнению с ней системе — человеческом сообществе. И именно в зависимости от этой роли в информационном процессе получает свое онтологическое (природное) определение. **Журналистика — одна из форм оперативного отражения реальной действительности в периодически распространяемой информации, целью которой является обеспечение общества в целом и человека в частности сведениями, необходимыми для их функционирования и устойчивого развития.**

Действительно, журналистика с помощью всей совокупности своих действий отражает реальную действительность и рисует общую картину мира со всеми закономерностями ее функционирования и развития. Журналистика также описывает картину общественного бытия и его развития в системе мироздания. Она создает и галерею персональных образов, реализующих себя в общественном пространстве. Созданные ею картины позволяют аудитории выбрать оптимальные способы взаимодействия с описанной средой, а значит, обеспечить себе жизнеспособность и развитие. Такова **миссия журналистики.**

Естественно, что эту миссию профессионалы могут выполнить только тогда, когда отраженные ими картины адекватны (соответствуют) действительности и понятны аудитории. *Подлинно журналистские тексты (массовая информация) диктуются только самой природой вещей и никем иным, они онтологичны по происхождению и по сути.*

Их онтологичность обусловлена уже объектом и предметом журналистики. **Объектом журналистики**, то есть тем, «на что направлена активность» профессионалов пера, выступает все мироздание «как самостоятельный центр бытийной активности»¹⁶. **Предметом** ее знания является мироздание как целостный объект (нечто всеобщее) и любой его частный объект (что-то конкретное), позиционированные в поле массового внимания и понимания, а также связи между объектами, включенными в это поле.

¹⁶ Словарь философских терминов. М., 2010. С. 385.

Журналистика в силу своего предмета и миссии берет на себя ответственную роль ориентира своей аудитории по ее же запросам в современной действительности. Но и в силу своей информационной природы (познавательной, управляющей и организующей) она не может не вносить существенную лепту *в выбор направлений и путей эволюции* как личностных, так и общественных. А.Д. Урсул, рассуждая о такой перспективе развития, как формирование ноосферы, подчеркивает сущностную способность информации быть *ценностным* ориентиром на этом пути¹⁷. Таким образом, ценности, обсуждаемые в журналистских произведениях, равно как и не обсуждаемые, замалчиваемые, есть не что иное, как выбор эволюционного пути. И, конечно, велика ответственность журналистики за то, чтобы этот выбор был сделан человечеством в соответствии с критериями прогресса.

Поскольку мы ведем речь не о естественной эволюции, а о процессе сознательного выбора, то неизбежно сталкиваемся с понятиями «управление» и «самоуправление». Р.Ф. Абдеев особо подчеркивает сходство в процессах управления различных систем. В живой и неживой природе, считает он, «первостепенное внимание следует уделять выявлению отклонений параметров системы от нормы, дав полную свободу разнообразию флуктуаций (колебаний — пояс. автора), а в социальной сфере — **плюрализму** (разнообразию — выдел. автора) мнений, с тем чтобы обеспечить широту выборки для отбора наилучшего варианта при принятии решений»¹⁸.

Это утверждение можно возвести в статус профессионального кредо журналистов. Журналисты должны предоставить отражение как можно более полной картины общественной жизни и жизни личности, держать руку на пульсе этой жизни, своевременно оповещая о сбоях ее ритма (отклонениях от устойчивого развития), разворачивать широкие общественные дискуссии по поводу возникающих проблем с целью выработки оптимальных решений, обеспечивающих обществу и человеку жизнеспособность и развитие. Следовательно, журналистика, формирующая и направляющая информационные потоки, предстает как организатор самого

¹⁷ Урсул А.Д. Путь в ноосферу. Концепция выживания и устойчивого развития цивилизации. М., 1993. С. 53.

¹⁸ Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994. С. 58.

оперативного и массового механизма управления и самоуправления общественным и личностным развитием.

При этом она не выступает субъектом иерархического управления, самостоятельно принимающим управленческие решения. Ее дело заключается в организации публичного циркулирования информации между объектом (аудиторией) и субъектом управления (властью) как в первом, так и во втором контуре управления, в эмпирической и теоретической сферах. Организация оперативного качественного информационного круговорота обеспечивает эффективную регулирующую и самоорганизующуюся деятельность и позволяет обществу устойчиво развиваться.

Такова возможная позитивная реализация миссии журналистики. Но в равной мере возможна и реализация ее контрсмислов. В условиях неравновесных систем, к каким чаще всего и относят социальные системы, при неадекватном информационном отражении действительности можно получить, по выражению Л.Г. Свитич¹⁹, «катастрофические эффекты» для цивилизации.

Как видим, по мере развития и углубления познания обнаруживается необходимость постижения системно-динамического характера всей складывающейся картины мира. Что взять за основу создания такой картины? Какую философскую категорию? То, что информация – категория философская, мы уже обсудили. Она – неотъемлемый атрибут материи и движения. Помня, что движение – способ существования материи, можно утверждать, что информация реализует этот способ, являя собой меру изменений, которыми сопровождаются все протекающие в мире процессы.

Информация даже шире каждой из философских категорий, потому что она является не только объективной естественно-научной характеристикой всех материальных объектов, но и характеристикой их взаимодействия на всех уровнях организации материи. Информация являет собой меру изменений, происходящих в мире. Именно это и позволяет взять ее за основу целостной динамической естественно-научной картины мира и осуществить интеграцию различных научных концепций в единую **информационную картину мира**.

¹⁹ Свитич Л.Г. Феномен журнализма. М., 2000. С. 68.

Таковую и представил Р.Ф. Абдеев²⁰. Он показал эволюцию видов информации: от характеризующей неживую природу (геогенез) к информации о биологической природе (биогенез и психогенез) и до социальной информации, производимой человеческим сообществом (ноогенез), а также перспективы информационного и, следовательно, цивилизационного развития в направлении ноосферы.

Идея развития на основе отражения и упорядочивания функциональных связей как всеобщего принципа, продемонстрированная в информационной картине мира, не только доказывает общность происхождения всех живых организмов на Земле, но и определяет закономерность их появления и развития.

Информационная картина мира позволяет представить как историческую эволюцию материальных процессов, так и процесс постепенного усложнения материальных систем.

Она также указывает на перспективы развития человечества, связанные с освоением и управлением космосом, — на необходимость формирования **ноосферы** как единого пространства разума и окружающей среды. Для этого, по мнению академика А.Д. Сахарова²¹, надо решить следующие земные проблемы:

1. Отказаться от бесконечной гонки вооружения и термоядерной войны.

2. Остановить экологический беспредел и предотвратить назревающие экологические катастрофы.

Пути решения этих задач академик видит:

- в объединении человечества, конвергенции, то есть взаимопроникновении и координировании действий различных общественных устройств ради жизни на Земле;

- в массовой информатизации — обеспечении доступа к различной жизненно важной информации для всего общества.

Очевидно, что роль журналистики как массово-информационной деятельности в таких процессах трудно преувеличить.

²⁰ Абдеев Р.Ф. *Философия информационной цивилизации*. М., 1994. С. 184–185.

²¹ Сахаров А. *Конвергенция, мирное сосуществование // 50/50. Опыт словаря нового мышления* : сб. ст. М., 1989. С.14–15.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. – М. : Владос, 1994. – 336 с. – С. 34–47 (гл. 1 п. 1.1–1.4). С. 149–194 (гл. 5).
2. Мрочко, Л.В. Теория и практика массовой информации : учеб. пособие / Л.В. Мрочко. – М. : Флинта : МПСИ, 2006. – С. 11–52.
3. Сахаров, А. Конвергенция, мирное сосуществование // 50/50. Опыт словаря нового мышления : сб. ст. / под общ. ред. Ю. Афанасьева и М. Ферро. – М. : Прогресс-Пайо, 1989. – 560 с. – С. 13–17.

Дополнительная

4. Винер, Н. Человек управляющий / Н. Винер. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с. – С. 11–44.
5. Новейший философский словарь / под ред. А.А. Грицанова. – 3-е изд., доп. и испр. – Минск : Книжный дом, 2003. – С. 431–434.
6. Ожегов, С.И. Словарь русского языка. / под ред. Н.Ю. Шведовой, 20-е изд. стер. – М. : Рус. язык, 1988. – 750 с.
7. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. – М. : Икар, 2000. – С. 10–69.
8. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / редактор-координатор – академик РАН Г.В. Осипов. – М. : ИНФРА-М-НОРМА, 1998. – 112 с.
9. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 4-е изд. – М. : Политическая литература, 1980. – 444 с.
10. Философский энциклопедический словарь / под ред. Е.Ф. Губского, Г.В. Кораблевой, В.А. Лутченко. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 570 с. – С. 266.
11. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / Л.Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2004. – 397 с. – С. 8–26 (гл. 1).

Практическое задание

Проанализируйте текст, в котором разбирается проблемная ситуация, и опишите использование в процессе поиска решений механизма управления № 3, схема и действие которого приводятся в тексте подраздела.

Вопросы для самоконтроля

1. Почему информацию называют философской категорией?
2. Разъясните суть понятия «философия информационной цивилизации».

3. Объясните суть спора между представителями атрибутивной и функциональной концепций информации.
4. Какая информация называется потенциальной, а какая активной?
5. Какая информация называется структурной, а какая относительной?
6. Что такое полная информация? Сравните обыденное и научное определения понятия «информация».
7. Опишите циклический процесс информационного взаимодействия журналиста и аудитории: из каких этапов он состоит, какие требования к нему предъявляются на каждом этапе, каковы возможные последствия несоблюдения этих требований.
8. Назовите природные функции информации.
9. Почему говорят, что информация является источником развития любой системы?
10. Почему и каким образом информация используется в процессах управления?
11. Как развивались механизмы управления? Как они функционируют в журналистике?
12. Дайте определение понятию «журналистика». Почему журналистика называется массово-информационной деятельностью?
13. Что такое информационная карта мира? Почему в ее основе лежит информация?
14. Каковы основные перспективы развития человечества и связанные с ними проблемы? Какие способы решения этих проблем предложил А.Д. Сахаров? Какова роль в этом процессе журналистики?

Терминология

Категория, философская категория, отражение, информация, потенциальная информация, активная информация, структурная информация, относительная информация, полная информация, функции информации, гомеостазис, генезис, тезаурус, энтропия, ноосфера, плюрализм, превентивный, журналистика, миссия журналистики, объект журналистики, предмет журналистики.

1.2. Массовая информация как категория журналистики

Философское обоснование миссии журналистики, сформулированное нами выше, дает основание для дальнейших рассуждений. Какое место в общем информационном потоке занимает журналистика как вид массово-информационной деятельности?

Обратимся вновь к информационной карте мира, к той ее части, которая отображает потоки социальной информации.

В современной науке появились новые отрасли, предметом изучения которых является феномен социальной информации. Автор учебника «Социальная информатиология» доктор философских наук В.Д. Попов, проанализировав существенные черты социальной информации, дает ей следующее определение: «Информация в широком смысле – результат отражения в различных формах фактов общественного бытия и общественного сознания. В более узком (функциональном, социальном) плане информация – это передача, циркулирование отраженного и взаимоотраженного многообразия жизни социума»²².

В.М. Березин также подчеркивает, и с этим трудно не согласиться, что «социальная информация относится к функциональному виду информации, то есть такой информации, которая присуща только живым системам, прежде всего – человеку. В этом виде информации, кроме изучаемой математическими теориями количественной меры информации, в последние десятилетия выявлены и свойства ее качественной меры, например, семантические и прагматические свойства»²³.

Исследователь утверждает, что социальная информация, как и любая другая, включает структурный (семантический – смыслодержущий) и относительный (прагматический – определяющий успех восприятия информации) аспекты. Но при этом имеет и свое видовое отличие, которое заключается в наличии осознанных целей эволюции – формировании ноосферы.

²² Попов В.Д. Информационная политика. М., 2003. С. 35.

²³ Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С. 68.

В связи с этим резко возрастает скорость и объем циркулирующей информации, что приводит к ее естественному разделению по целям использования и функциям.

Социальная информация, производимая сообществом, распадается на два потока:

- *специальную*, сопровождающую созидательную деятельность (техническую, технологическую, научную и т.п.);
- *массовую*, обеспечивающую общение людей.

Е.П. Прохоров указывает, что водораздел между массовой информацией и какой-либо иной проходит там, где «начинается различие массового и специального сознания»²⁴.

Таким образом, массовая информация связывается исследователями с таким видом человеческой активности, как общение. Л.В. Мрочко рассматривает **общение** как «специфический для людей способ взаимных информационных отношений, способ бытия человека в его взаимосвязи с другими людьми, осуществляемой в процессе и по поводу их совместной деятельности»²⁵. В зависимости от числа участников общение может быть личностным (сам с собой), межличностным (друг с другом) и массовым (групповым). Последнее имеет различные формы, определяемые каналом передачи информации. Каналом, который способен объединить в процессе общения наибольшее количество людей, являются средства массовой информации. Постоянное циркулирование сообщений по этому каналу организует журналистика. Осуществляя массово-информационные процессы, она предстает как **массово-информационная деятельность**.

Именно журналистика как массово-информационная деятельность порождает тот специальный вид информации, за которым закрепилось название **массовая информация**. Разумеется, она обладает всеми специфическими свойствами своего родового понятия «информация», а также видового понятия «социальная информация» и такой его разновидности как массовая информация. Но, кроме того, массовая информация, распространяемая через СМИ, имеет и свои особенности, обусловленные

²⁴ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 8.

²⁵ Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации. М., 2006. С. 41.

ее предметом, субъектами общения, каналами передачи и ролью в общеэволюционном процессе.

С.Г. Корконосенко отмечает, что массовая информация выполняет именно функцию *общения*, то есть совместного действия людей по выработке определенной информации, а не функцию коммуникации, которая предполагает передачу информации от одного объекта к другому как однонаправленного монолога²⁶.

Исключительность функциональной роли массовой информации обозначает М.В. Шкондин: «Если наука создает научную картину мира, искусство — художественную, то журналистика как тип творчества производит, создает такой информационный продукт, как целостная картина текущей действительности, и никто, кроме нее, эту важную для общества работу не выполняет»²⁷.

Целостное представление о массовой информации, воплощенной в журналистский текст, как и об информации вообще, складывается при рассмотрении этого понятия изнутри (структурный аспект) и снаружи (относительный аспект). Изнутри — это совокупность свойств, взаимодействие которых формируют отличительное качество данного понятия. Снаружи — это внешнее проявление этого отличительного качества, то есть совокупность свойств, проявляемых текстом (массовой информацией) при взаимодействии с аудиторией, его воспринимающей. Органический сплав внутренних и внешних качеств текста определяет его функциональные возможности и эффективность их реализации. Е.П. Прохоров называет эти качества «коренными свойствами»²⁸ массовой информации. Он формулирует их, руководствуясь логикой действия журналиста: сначала происходит сбор и осмысление информации журналистом — этот этап выражается в **семантической (смысловой, содержательной) стороне текста**. Далее ведется работа по написанию текста, формированию его внутренней структуры — это **синтаксическая сторона текста**. И затем происходит восприятие написанного аудиторией — **прагматическая сторона текста**. На наш взгляд, первые два этапа

²⁶ Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 4.

²⁷ Шкондин М.В. Средства массовой информации как коммуникативная и информационно-производящая система. М., 2002. С. 8.

²⁸ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 30–34.

процесса создания текста, семантический и синтаксический, и формируют структурный аспект понятия «массовая информация», а третий этап, прагматический, представляет собой его относительный аспект.

Анализируя *структурный* аспект массовой информации, мы фактически формулируем *требования к содержательной (семантической) и формальной (синтаксической) стороне журналистского текста*. Как любая информация, этот текст должен отражать сведения о предмете своего анализа, его внутренние и внешние характеристики. Отразить — значит описать предмет, то есть в тексте непременно должна быть описательная (*дескриптивная* — термин, употребляемый Е.П. Прохоровым) информация. Ее требуется ровно столько, чтобы рассматриваемый предмет ясно предстал перед читателем и точно соответствовал действительности. Только в этом случае информация сможет стать источником познания и выполнить свою познавательную функцию.

Поскольку любая информация, с точки зрения кибернетиков, непременно выполняет управленческую функцию, логично предположить, что и массовая в этом смысле не исключение. Чтобы выполнить эту функцию, она должна определить все отклонения от нормального существования предмета, для чего ей придется представить в тексте свое видение нормы (идеала) и оценить, насколько описанное реальное далеко от идеального. Другими словами, в тексте обязательно в том или ином виде возникает образ идеального или *прескриптивная* информация, а также оценочная (*валюативная*) информация. Чем более объективно обоснованным будет идеал и аргументированной оценка, тем более убедительным окажется текст и, следовательно, более существенно его управленческое воздействие.

Информация, и массовая в том числе, также выполняет организаторскую функцию. Это значит, что в тексте должны содержаться предложения о мерах (мероприятиях), которые следует принять, чтобы привести описанную реальность в нормативное или идеальное состояние. Такую информацию называют *нормативной*.

Единство трех фундаментальных функций информации, познавательной, управленческой и организаторской, должно быть свойственно любому тексту, претендующему на массовое восприятие. В научной литературе, в частности у Е.П. Прохорова,

высказывается мысль о том, что в журналистских текстах различного предназначения может быть различное присутствие и сочетание упомянутых видов информации. Мы готовы согласиться, что пропорциональное присутствие разновидностей информации действительно характеризует те или иные отличительные особенности текстов. Но хотелось бы подчеркнуть, что полноценная реализация всех возможностей массовой информации возможна лишь при непременном наличии в тексте всех четырех видов информации. При этом пропорции их, разумеется, могут определяться конкретными целевыми установками текста. Полное же отсутствие хотя бы одного вида информации ограничивает эффективность реализации природных свойств массовой информации.

Легко заметить, что даже самые краткие рекламные тексты наиболее эффективны, если они содержат в себе информацию о том, что собой представляет рекламируемый продукт, насколько он сопоставим с идеальным вариантом, где и как его найти и купить. Стоит упустить один из названных компонентов — и реклама вряд ли сформирует побудительный мотив у потребителя. То же самое справедливо и по отношению к любым журналистским текстам. Таким образом, можно сделать вывод о том, что *семантическая сторона журналистских текстов определяется не произвольно и не по воле автора, она вытекает из онтологических функций информации (познавательной, управленческой и организаторской) и характеризует структурные особенности журналистских текстов.*

Аналогично произвольными являются и требования, предъявляемые к *синтаксической* стороне текста. Его форма построения должна адекватно отражать существенные взаимосвязи между элементами и подсистемами текста. Элементами текста представляются факты (материальные объекты) и выводы (идеальные объекты). *Фактом* принято называть информацию о том, что имело место в действительности (реальная материя) и может быть проверено и подтверждено. *Выводы* — это умозаключения, мнения (идеальная материя).

Органические взаимосвязи этих элементов проявляются в единстве идеального и материального: факты должны формировать выводы, а выводы, естественно, должны быть сопоставимы и соизмеримы с фактами. Формируются и подсистемы

текста — некие совокупности фактов, из которых вытекает соответствующий их совокупному содержанию вывод. Соответствие в каждом конкретном случае определяется отдельно. Иногда из единственного факта вполне убедительно вытекает соответствующий ему вывод. Иной раз для подтверждения некоего умозаключения требуется целая совокупность фактов. В любом случае все, что подтверждает, доказывает сформулированный вывод, называется *аргументом*. Аргументы чаще всего и представляют собой подсистемы текстов — совокупность его элементов. Причем, эта совокупность может включать в себя как факты, так и мнения (которые по сути своей являются идеальной материей; их можно назвать более частными выводами, приведенными как доказательство более общих выводов). Следовательно, каждый вывод должен быть подтвержден совокупностью фактов и мнений.

И наконец, развитие мыслительного процесса в тексте обеспечивается логической взаимосвязью выводов. Подчеркнем особо: между собой связываются выводы, а не факты. Факты в обязательном порядке взаимодействуют лишь с выводами. Конечно, факты могут иметь некую связь во времени и пространстве (это будет несущественная связь), но могут и не иметь ее вовсе. В этом случае они оказываются взаимосвязанными лишь через свою причастность к общему для них выводу (существенная связь). Схематически логическую структуру текста можно представить, например, следующим образом (рис. 11).

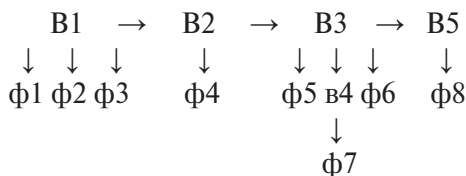


Рис. 11. Логическая структура текста

На данной условной схеме (рис. 11) видно, что выводы 1, 2, 3, 5 связаны между собой последовательно и выражают логическое раскрытие темы. Вывод 4 в эту цепочку не включен, он вместе с фактами 5 и 6 входит в состав аргументов к выводу 3. В свою очередь, вывод 4 также имеет фактическую аргументацию (факт 7). Вывод 1 в качестве аргумента имеет совокупность фактов 1, 2 и 3.

Вывод 2 аргументирован единственным фактом 4. Вывод 3 в качестве аргументации имеет совокупность фактов 5 и 6, вывод 4 подтверждается фактом 7. Вывод 5 обоснован фактом 8. Логическая схема может включать любую другую конфигурацию.

Нам представляется полезным для гармоничной взаимосвязи выводов и полноценной их аргументации перед непосредственным написанием текста пронумеровать все имеющиеся у журналиста факты и продумать, какие выводы из них могут вытекать. Затем пронумеровать наметившиеся выводы и продумать их логическую взаимосвязь. Тогда автор изначально довольно точно сможет представить себе свой будущий текст и во время написания сможет сосредоточить внимание на литературной композиции и языке, что тоже входит в понятие синтаксической структуры текста. Если же одновременно решать две задачи: что именно и в какой логической последовательности изложить, а также какие слова при этом использовать, то можно обе задачи выполнить плохо.

Схематические построения позволяют добиться логической выдержанности и убедительной аргументированности текста, при этом не только не исключая творческую спонтанность и непредсказуемость вдохновения и таланта, но и создавая для них особенно благоприятные условия.

Таким образом, добросовестно выполненные требования относительно семантической и синтаксической сторон текста обеспечат массовой информации такое потенциальное качество, которое создаст предпосылки для его успешной реализации при взаимодействии с аудиторией. Определив отличительные черты внутренней характеристики массовой информации, мы переходим к выявлению внешних характеристик этого категорийного для журналистики понятия. Речь пойдет о требованиях, предъявляемых к *прагматической* стороне текста.

С.Г. Корконосенко устанавливает ряд этих требований, опираясь на причастность массовой информации к социальной. Это, по его мнению, новизна, достоверность, своевременность, соответствие запросам потребителей. И в целом «она эффективна тогда, когда отражает тенденции общественного прогресса

и способствует ему»²⁹. Применительно к собственно журналистской информации он делает акцент на ее духовно-практической природе. Именно эта природа определяет непреходящую идейную насыщенность текстов, их актуальность, доступность, документализм, оперативность, краткость, аналитичность и творческую неповторимость. Обобщая, Корконосенко пишет: «Журналистская информация соединяет в себе документальную обоснованность сведений, их осмысление с позиций социальных интересов и свидетельства личного восприятия автором наблюдаемых событий»³⁰.

Возражать против предложенных оценок не приходится: все справедливо. Однако обоснование для выделения именно этих качеств понятием некоей духовно-практической природы журналистики, которая сама нуждается в определении, выглядит, на наш взгляд, недостаточным.

Для определения сущностных характеристик категорийного для журналистики понятия «массовая информация» мы предлагаем исходить из онтологических характеристик самой журналистики: определения ее миссии как вида деятельности (внешняя сущность) и ее предмета (внутренняя сущность). Это будут самые общие свойства массовой информации, которые затем более детально раскроются при изучении совокупности функций журналистики и ее онтологических принципов.

Итак, учитывая то, что предметом внимания журналистики является по сути дела все мироздание (в целом и в его конкретно-объектных проявлениях), мы можем говорить о *принципиальной неограниченности тематики* массовой информации. Но при этом, как было указано в определении предмета журналистики, информация о чём бы то ни было должна быть зачем-либо *нужна*, причем, нужна именно *конкретному потребителю и понятна* ему.

Исходя из определения миссии журналистики, мы можем говорить об *оперативном* отражении действительности как сущностной черте журналистики, а значит, и массовой информации. А также о том, что массовая информация должна обеспечить аудитории такие знания о действительности, чтобы она оказалась

²⁹ Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 80.

³⁰ Там же. С. 85.

способной к выживанию и развитию. У Е.П. Прохорова есть точный термин, определяющий такое состояние аудитории, – информированность. «**Информированность** – это такое состояние сознания, при котором каждый его субъект-носитель – классовый, этнический, региональный, возрастной и т.д. – располагает всей «необходимой и достаточной» информацией, позволяющей ему верно ориентироваться в действительности и принимать правильные и соответствующие его истинным потребностям решения во всех областях жизни, в которые он включен и в которых имеет право выбора»³¹.

Чтобы обеспечить информированность аудитории, массовая информация должна обладать такими качествами, как *объективность* (точно отражать действительность) и *общепользность* (полезная для всех, никому не вредная).

Разберем подробнее каждое из перечисленных качеств и убедимся, что в работах других исследователей журналистики о них так или иначе обязательно идет речь. Нам лишь хотелось дать системное онтологическое обоснование прагматической сущности категорийного понятия.

Сущностные качества массовой информации, проявляемые при ее взаимодействии с аудиторией:

1. *Неограниченность тематики.* Е.П. Прохоров говорит о широком круге экономических, социальных, духовных интересов массы. С.Г. Корконосенко считает, что если ограничиться констатацией тематической пестроты, то исчезнет критерий смысловой значимости материалов, поэтому особенности прессовых сообщений надо искать в других измерениях. Мы не намерены ограничиваться только указанием на разнообразие тем, но считаем необходимым подчеркнуть, что нет и не может быть такого предмета, явления, процесса, по поводу которого нельзя было бы сделать подлинно журналистский материал. Это говорит о том, что любой интерес аудитории может быть удовлетворен. Такое принципиальное понимание журналистской универсальности обуславливает весьма обширную потребность в ней. Даже специальная информация при условии ее соответствующей обработки и подачи может быть представлена массовому вниманию.

³¹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 34.

2. *Направленность на массовую аудиторию.* Потребление информации – процесс индивидуальный. А журналистский текст предназначен для широкого круга людей, рассредоточенных в пространстве. И в этом нет противоречия, потому что каждый индивид живет в обществе и получает массовую информацию именно как член сообщества. Недаром С.Г. Корконосенко называет журналистскую информацию «самой социальной». Единство индивидуального потребления и общего предназначения и есть особенное свойство массовой информации. Оно предполагает отражение действительности, при котором из общего потока сведений и их осмысления отбираются такие, которые, по выражению Б. Пастернака, «насколько типичны, настолько и индивидуальны». Они предназначены всем и каждому одновременно. Хотя, безусловно, каждый конкретный материал написан для конкретной аудитории и должен учитывать ее особенности для того, чтобы быть адекватно воспринятым, информативным (по Е.П. Прохорову).

Существует и еще один аспект, характеризующий эту самую направленность информации на аудиторию. Информация поступает к потребителю по массовым каналам, периодически и легкодоступна для получения: ее легко найти, и она сравнительно недорого стоит.

И наконец, сама массовая аудитория в любой момент может выступить как источник (автор) массовой информации.

3. *Декодируемость.* Иначе говоря, текст должен быть понятен аудитории. В научной литературе нередко можно встретить такое утверждение: журналист должен говорить на языке своей аудитории. Это значит, что аудитория может различаться: по возрасту, полу, месту проживания, образованию, роду занятий, интересам, социальному статусу, политическим убеждениям, что, безусловно, будет отражаться и в языке, которым она изъясняется. Пенсионер не поймет молодежного сленга. Чувственная женская натура не станет читать сухих мужских, слишком технологизированных текстов. Статья для кандидата наук окажется непонятной школьнику. Российский читатель имеет свои национальные ассоциативные ряды и эмоциональный опыт: например, понятие «свинья» у нас употребляется как символ неопрятности, в то время как в других странах она является

священным животным. Журналисту, таким образом, приходится владеть всеми языками, на которых говорит его аудитория, и потому его произведения называются популярными.

4. *Релевантность*. «Информация являет собой свойство, обратное неопределенности, — пишет В.М. Березин. — Любую возможность, которая могла бы ее уменьшить, современные философы называют релевантной информацией. Носителями ее могут быть сообщения, люди, организации. Большая роль принадлежит здесь средствам массовой информации»³².

Этот термин уже непосредственно для журналистики использует Е.П. Прохоров. Он считает, что свойством релевантности обладают те массовые произведения, которые соответствуют потребностям и интересам аудитории. Одновременно должно быть и интересно, и полезно. При этом поиском материала для чтения руководит, конечно, интерес. С него все начинается. Банальный заголовок, серое оформление, скучный первый абзац — и можно считать, что знакомство со всем текстом целиком вряд ли состоится, несмотря на то, что текст мог бы очень пригодиться читателю. Интерес также может быть потерян не сразу, а в процессе чтения, что тоже не позволит читателю получить полезную информацию. Поэтому важно следить за тем, чтобы интерес не угасал до самого конца текста. Однако если при этом реальная польза, удовлетворение каких-либо потребностей читателя так и не произойдет, то вряд ли из голого интереса он будет постоянно читать данное издание, ведь, кроме развлечения, у него есть и другие задачи в жизни. Сочетание же двух компонентов в понятии «релевантность» позволяет формировать стойкую привязанность читателя к изданию, помогающему ему ориентироваться в современной действительности, выживать и развиваться.

5. *Оперативность*. Разумеется, для реализации миссии журналистики требуется своевременная информация. Оперативное отражение действительности, прежде всего, означает быстрое писание. Сообщение не успевает стать общеизвестным и предстает как новость. Новость всегда интересна для аудитории. Под новостью А. Моль подразумевает непредсказуемость сообщений. Осуществлять связь — это значит что-то передавать;

³² Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С. 69.

это «что-то» представляет собой сложность последовательности элементов; информация есть мера сложности структур, степень непредсказуемости, новизны смыслов, предлагаемых воспринимающему³³. Новостная сущность журналистики автоматически влечет за собой ее ритмичность, периодичность.

Важна будет и актуальная информация. В этом термине, кроме новостного момента, просматривается еще и особенная острота отраженной ситуации. Именно острота позволяет актуализировать даже старую информацию. В этом смысле актуальным будет новое переосмысление старых событий. И тогда под оперативностью можно понимать не только быстрое писание, но и как можно более раннее распознавание проблем, как можно более современное их осмысление.

б. Объективность. Это то качество, которое другие исследователи обозначают такими понятиями, как точность, достоверность, документализм, правдивость и т.д. В.М. Березин использует термин негэнтропии информации — «избавление от искажений ее, говоря языком техники, шумов, от хаотического отражения действительности...»³⁴.

Конечно, и мы имеем в виду под объективностью адекватное отражение действительности, точное, достоверное, проверенное. Но, кроме того, нам хотелось бы отметить, что в понятие «объективность» входит и другое условие — отсутствие субъективной селекции информации. Ведь можно привести в статье только правдивые факты, но при этом осуществить такой их отбор, что от объективной картины не останется и следа.

Понятие объективности также требует и обоснованной оценки фактов, четкого разграничения существенных и второстепенных фактов.

7. Общепользность. Это качество массовой информации означает, что она не должна отстаивать частные интересы вопреки общей пользе. Е.П. Прохоров также говорит о том, что массовая информация проявляет «стремление к созданию единой позиции массы по касающимся ее вопросам, интеграции ее

³³ Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. М., 1966. С. 14–15.

³⁴ Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С. 68.

в социальную общность и выработке единой активной позиции по этому кругу вопросов с приближением к общечеловеческим суждениям, нормам»³⁵.

Характерен следующий исторический пример. В эпоху рыночного развития СМИ в США при появлении электронных СМИ появляется Федеральная комиссия по коммуникации. Ей дается право ни много ни мало отнимать у вещателя лицензию в случае, когда вещание ведется не в интересах общей пользы. Правда, фактически такого ни разу не произошло, но важно то, что эфир уже тогда объявляется не зоной свободной конкуренции, а общественным достоянием и вводится обязательное для всех требование выдавать только общепользную информацию. Позже это требование перерастает в цельную концепцию социальной ответственности, которая наиболее полно формулируется в отчете 1946 года (!), подготовленном общей комиссией по свободе печати³⁶. Эти формулировки легли в основу Международного кодекса профессиональной этики, принятого ЮНЕСКО.

Рассмотрев все отличительные признаки массовой информации, дадим определение этому понятию. **Массовой информацией называется оперативное, актуальное, объективное отражение действительности в любых тематических аспектах, востребованное и адекватно воспринятое массовой аудиторией для ее частной и общей пользы.**

Подводя итоги рассуждений об информации как философской категории и массовой информации как категории журналистики, следует подчеркнуть, что до сих пор мы анализировали онтологические смыслы этих понятий, общие для всех и всегда, не носящие на себе влияния конкретно-исторических сообществ и процессов их жизнедеятельности. Таким образом, мы вычленили максимально возможные потенции журналистики как массово-информационной деятельности, ее философскую сущность. Эта сущность в полной мере проявляется через функции, реализуемые в общественной среде. К рассмотрению функций журналистики с тех же онтологических позиций (вне конкретно-исторических контекстов) нам вскоре и предстоит перейти.

³⁵ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 30.

³⁶ Hutchins R. Commission on the Freedom of the Press // A Free & Responsible Press. — Chicago, 1947.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 73–86 (Журналистика как средство информации).
2. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – Вып. 1. – С. 13–21.
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – 2-е изд., испр., доп. – М. : РИП-холдинг, 1998. – С. 22–44 (гл. 2).

Дополнительная

4. Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации : монография / В.М. Березин. – М. : РУДН, 2002. – 183 с. – С. 67–77 (гл. 3).
5. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. – М. : Факультет журналистики МГУ : Икар, 2000. – С. 69–101.
6. Шкондин, М.В. Средства массовой информации как коммуникативная и информационно-производящая система / М.В. Шкондин. – М., 2002. – С. 8.

Практическое задание

Выполните **разбор информационной заметки** с точки зрения требований, предъявляемых к массовой информации **по следующей схеме**:

- какой теме посвящен данный текст;
- на какую аудиторию рассчитан текст (по возрасту, полу, образованию, роду занятий и интересам);
- интересен ли данный текст;
- полезен ли текст (какие потребности он способен удовлетворить);
- оцените оперативность и актуальность текста;
- насколько текст декодируемый;
- является ли текст общепользовательным;
- по каким признакам можно судить об объективности информации в тексте;
- какие виды информации имеются в тексте;
- оцените гармоничность сочетания в тексте фактов и выводов;
- опишите особенности композиции текста;

- какие выразительные средства русского языка использованы в тексте.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое социальная информация?
2. Какое место в социальной информации занимает массовая информация и для чего она служит?
3. Что представляет собой структурный аспект массовой информации?
4. Что такое семантическая сторона текста?
5. Какие виды информации могут быть в тексте?
6. Какой текст называется информативным?
7. Какой текст называется информационно насыщенным?
8. Что такое синтаксическая сторона текста?
9. Что такое структурные элементы и подсистемы текста: факт, вывод, аргумент?
10. Каковы правила сочетания структурных элементов текста?
11. Что такое прагматическая сторона текста?
12. Назовите основные признаки информации, благодаря которым реализуется ее успешное восприятие аудиторией.
13. Какую аудиторию можно назвать информированной?
14. Что такое массовая информация?

Терминология

Социальная информация, массовая информация, семантическая сторона текста, дескриптивная информация, прескриптивная информация, валюативная информация, нормативная информация, синтаксическая сторона текста, прагматическая сторона текста, факт, вывод, аргумент, небанальный текст, актуальный текст, декодируемый текст, релевантный текст, информационная насыщенность текста, информативность текста, информированность аудитории.

1.3. Информационная политика как целенаправленные информационные потоки

Известно, что информация в своей активной, усвоенной форме способна производить изменения в воспринимающем ее объекте. Информационные потоки и изменения, ими порождаемые, могут быть хаотичными или же упорядоченными. В таком случае особенно важно понимать, какой порядок имеет место быть

в информационном процессе? Кто его программирует и выстраивает? Каким образом это делается? Ответ на эти вопросы приведет нас к выяснению сути понятия **информационная политика**.

По мнению А.С. Панарина, **политика** – это «вид человеческой практики, посредством которой люди воздействуют на окружающую среду, свою судьбу и меняют свой статус в обществе...; это действия, направленные на изменения судьбы»³⁷. Информация же, как уже сказано, тоже может изменять воспринимающую ее систему. Логично предположить, что если передача информации осуществляется как политическое действие, то есть с какой-то целью и ради достижения планируемых изменений у воспринимающей ее аудитории, то можно говорить, что таким образом осуществляется информационная политика. **Информационная политика – это производство потоков информации, направленных на достижение заранее определенных целей.**

Какие же цели и направления изменений можно осуществлять с помощью информации? Очевидно, что, прежде всего, те, которые вытекают из сущности самого этого феномена. Информация в широком понимании термина есть отраженное многообразие мира. Чем выше отражательные способности воспринимающей системы, тем выше уровень ее организации, больше гарантий физического сохранения, устойчивого существования и развития. Именно благодаря сознанию, которое успешно усваивает информацию об окружающем мире, человек стал самой развитой из биологических систем, а сообщество людей – самой развитой биосоциальной популяцией. Логично предположить, что если задаться целью с помощью целенаправленных информационных потоков *обеспечить человека и общество как можно более точными сведениями об окружающей действительности, то можно реально помочь людям успешно существовать и функционировать, развиваться духовно и физически. Вот эту цель и можно обозначить как наипервейшую онтологическую цель информационной политики в любых информационных процессах, особенно, в массовых.*

³⁷ Панарин А.С. Политология. М., 1997. С. 25.

Разумеется, так формулируется прогрессивная цель. Но она может оказаться и реакционной, то есть направленной на разрушение. Тогда чем больше дезинформирован человек в отношении окружающей его действительности, тем меньше шансов у него выжить, не говоря уже о развитии. Если ученые, например, сообщат ложные сведения относительно состояния ресурсов планеты и изменений ее климатических условий, то правительства изберут ложные пути развития своих государств и человечество непременно придет к катастрофе. То же произойдет, если правители не воспримут данные научных исследований и будут осуществлять свою политику без учета реального состояния среды, скрывая от населения подлинное положение вещей. Не обладая необходимой информацией, рядовые граждане также не сумеют вовремя принять необходимые меры по самозащите и защите окружающей среды. Недаром говорится: информирован — значит вооружен.

Однако человек живет не просто на планете Земля, а где-то в конкретном ее уголке и в конкретное время. Отсюда вытекает и другая цель прогрессивной информационной политики — *помочь человеку сориентироваться в конкретно-исторической обстановке. Для этого необходимо как можно более адекватно отражать в непрерывном информационном потоке характерные черты бытия конкретной эпохи на конкретной территории.* По сравнению с первой — вечной и общечеловеческой целью — вторая выступает как исторически преходящая и конкретно-национальная или государственная, если иметь в виду конкретный тип политического устройства, в котором проживает личность.

Эти две цели не могут достигаться информационной политикой последовательно, одна за другой. Вся простота и сложность заключается в одновременном осуществлении обеих целей. Они существуют взаимосвязано, выступают как целое и частное, которые просто не могут быть одно без другого. Так и человек живет одновременно и как биосоциальное существо на планете Земля, взаимодействуя со всей окружающей средой, включая Космос, и как, например, россиянин в конкретно-исторической ситуации своей современной ему страны. Он заинтересован выжить на этой планете, но не иначе как реализовав свои способности в своей стране и в данное время.

Определив сущность понятия «информационная политика» и ее основные онтологические цели, необходимо выяснить, кто может быть субъектом, который эту политику формирует и реализует. Этой способностью обладает любой элемент общественной системы: человек, группа, социальный институт, поскольку все они взаимосвязаны и осуществляют обмен информацией в процессе своей жизнедеятельности. Но некоторым из них свойственна особая коммуникативная активность в силу их природной миссии и функций. Среди таковых — журналистика. Как массово-информационная деятельность она постоянно осуществляет информационную политику и, судя по ее природной миссии, как раз и должна способствовать достижению двух вышеотмеченных максимально обобщенных целей. Она, по словам Е.П. Прохорова, выступает как фактор социального управления, потому что «благодаря информации у её «потребителя» создается такая картина мира, которая, будучи структурно развернутым образом действительности (внутренней моделью внешнего мира, включая представления о желаемом будущем и путях его достижения), регулирует отношение носителей этой модели с реальной действительностью»³⁸.

Кроме того, Е.П. Прохоров подчеркивает, что журналистика может осуществлять свою деятельность с иными целями и даже вообще без ясно осознанной цели, но управляющее воздействие все равно будет происходить в силу внутренних закономерностей информационной деятельности. В этом и просматривается онтологически обусловленная суть этой деятельности.

Таким образом, любое СМИ в любом случае осуществляет ту или иную информационную политику, определенную или неопределенную, четко продуманную или совсем неосознаваемую его руководством и участниками процесса. Субъектами информационной политики в журналистике являются все лица, причастные к выпуску средств массовой информации. Естественно, что каждый участник имеет различные возможности проявлять свою волю в формировании информационной политики издания и соответственно несет разную степень ответственности за реализуемые цели этой политики. Но прежде чем вести речь о субъектах информационной политики СМИ, необходимо определить

³⁸ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 40–41.

не только цели, но и задачи информационной политики, реализации которых позволит достичь обозначенных целей.

Конечно, человек может самостоятельно организовывать свое информационное потребление, усваивать те или иные знания о мире с целью достижения необходимой для жизни информированности, то есть формировать свой интеллект, который определит затем его поступки. В таком случае он является политиком для самого себя.

Но поскольку индивид живет не сам по себе, а как гражданин конкретной страны, то помимо него самого его информационное потребление будет определять еще какая-то конкретная социально-политическая система, заинтересованная в том, чтобы он совершал поступки, соответствующие ее целям. Все меры воздействия, кроме физического насилия, предполагают наличие у человека хотя бы минимальных знаний о мире и о политике, то есть о том, как производятся действия, изменяющие судьбу. Таким образом, между целями системы и поведением индивида лежит промежуточная инстанция в виде политического сознания (массового и индивидуального).

Политическое сознание представляет собой некую совокупность сведений о том, как в современном мире можно производить те или иные изменения в соответствии с личными и общественными целями и потребностями. Информационная политика любого субъекта системы направлена на формирование массового и индивидуального политического сознания. Без успешного решения этой задачи невозможно достичь каких бы ни было информационных целей.

А.К. Уледов выделяет различные уровни сознания: теоретическое и обыденное³⁹. Обыденное сознание отражает практическое повседневное бытие людей. Теоретическое сознание дает представление о наилучших, идеальных формах общественного бытия. И, конечно, важно, чтобы обыденное знание обогащалось теоретическими сведениями, которые способствуют прогрессивному развитию общественной жизни.

В качестве такого теоретического знания о моделях общественного устройства выступает, например, **политическая философия (или философия политики)**. Она соотносит теоретические модели с реальным образом жизни нации, со всеми процессами,

³⁹ Уледов А.К. Структура общественного сознания. – М., 1968. С. 60-126.

происходящими в обществе, и на основе этого соотнесения обосновывает необходимость определенных действий, тех или иных перемен в жизни общества. Недаром говорят: блажен тот народ, где царствуют философы и философствуют цари. Это значит, что в таком обществе все управленческие решения принимаются на основе глубоких теоретических разработок, а теоретические разработки базируются на конкретном историческом опыте и им же проверяются на истинность.

Другая наука — **политическая социология** — выделяет в политическом сознании два уровня: идеологический и массовый. Все реже можно наблюдать единое массовое сознание, сформированное на основе единой официальной идеологии; все больше массовое политическое сознание представляет собой довольно разнообразную мозаику, сложенную из индивидуальных взглядов людей, настроений и чувств. Политическая социология фиксирует эту картину. Она описывает имеющиеся в наличии типы политического сознания (консервативного, либерального, реформистского, революционного).

Как формируется это сознание, рассматривает еще одна наука — **политическая психология**. Политическая психология обращает внимание на процесс формирования установок, стереотипов, ориентаций, интересов и ценностей.

Существует много других наук и отраслей знаний, которые так или иначе участвуют в формировании политического сознания. Но это знание — теоретическое, а следовательно, весьма сложное для освоения широким массовым сознанием. И вот здесь свою существенную лепту в обогащение обыденного знания теоретическим может внести журналистика. Она делает научную теорию доступной и прагматически ценной для широких масс и решает задачу формирования политического сознания как продуктивного союза теории и практики. Журналист, обладая теоретической базой фундаментальных наук, может каждый конкретный случай из жизненной практики представить как определенную тенденцию, типовое явление и прогнозировать его развитие. Изучение теоретических основ формирования политического сознания и конкретно-исторической практики позволяет журналисту эффективнее помогать гражданам выстраивать свое политическое сознание и, опираясь на него,

эффективнее достигать высоких целей информационной политики, направленной на устойчивое развитие общества.

Теоретическим познанием журналист занимается, изучая соответствующие науки. А вот как изучать конкретно-историческую практику, если она — бесконечная река? Погрузившись в нее, можно увлечься и забыть, ради чего ты отправился в столь увлекательное плавание. Вот поэтому при всей привлекательности исторической и современной статистики необходимо постигать концентрированную сущность происходящего здесь и сейчас. Эта сущность как первооснова всего происходящего создает ощущение единства и взаимосвязи протекающих процессов, определяет специфичность исторического момента и национального колорита. И, в конце концов, она сама предстает как некая самостоятельная концентрированная фигура конкретно-исторической практики, воплощенная в каждом фрагменте современного бытия той или иной страны. Специалисты называют ее **менталитетом, ментальностью** или еще шире — **национальным характером**.

«Факты общественного бытия заложены, наряду с прочим, в социальных генах, менталитете народа, в его национальном характере и глубинной идеологии, — пишет доктор философских наук, автор многочисленных трудов по журналистике как политической науке профессор В.Д. Попов. — Они обеспечивают преемственность поколений на бытийственном уровне и на уровне общественного сознания. В них лежат истоки народной и государственной идеологии (или общенациональной идеи)»⁴⁰.

Очевидно, что для журналиста, который хочет разобраться в современной действительности, быть полезным, понятным и правильно понятым соотечественниками, нет иной альтернативы как постижение национального характера своего народа и его национальной идеи.

Но для начала надо разобраться в сути названных понятий. Понятие ментальности пришло из французской исторической психологии середины прошлого века. Под ним понимали наличие у людей того или иного общества, принадлежащих к одной культуре, определенного общего умственного инструментария, который дает им возможность по-своему воспринимать

⁴⁰ Попов В.Д. Социальная информатиология и журналистика. М., 2007. С. 72.

и осознавать свое природное и социальное окружение и самих себя. **Менталитет**, таким образом, это и определенное содержание политического сознания (сами установки), и одновременно стиль мышления. В.Ф. Шаповалов раскрывает содержание понятия «установка»: «Установка означает выбор тех или иных предпочтений, ценностей. Она предполагает определение того, что принимается за норму, а что, наоборот, рассматривается как отклонение от нормы. Установка во многом определяет оценку своих и чужих поступков... Установка также предполагает определенный набор моделей поведения в их соотношении с ценностной шкалой»⁴¹.

Некоторые исследователи не разделяют понятия менталитет и ментальность и пользуются ими как синонимами. Другие считают важным подчеркнуть их различие. Так, например, В.Д. Попов указывает, что менталитет — это «глубинная психология» (или психология подсознания и бессознательного), то есть «потенциальная, спящая до поры до времени информация»; а **ментальность** — «функция менталитета», «вершинная психология» (или психология сознания).⁴²

Ментальность В.Ф. Шаповалов определяет как «присущие данному обществу и его представителям устойчивые способы мышления, находящиеся в тесной связи и взаимной зависимости со столь же устойчивыми способами чувствования. Устойчивые способы мышления и чувствования в своей совокупности образуют то, что мы будем называть характером или устойчивыми психологическими чертами данной общности людей. Разумеется, речь пойдет, прежде всего, об общероссийском **национальном характере**... Способы ментальности и чувствования оказываются не чем иным, как глубинными *инвариантами* жизни определенного сообщества людей, взятого в длительной исторической перспективе»⁴³. (Инвариант — то, что в процессе изменения остается относительно неизменным, инвариантным, то есть проявляющимся во многих разных вариантах).

⁴¹ Шаповалов В.Ф. Россияведение. М., 2001. С. 42–43.

⁴² Попов В.Д. Социальная информатиология и журналистика. М., 2007. С. 63.

⁴³ Шаповалов В.Ф. Россияведение. М., 2001. С. 42–43.

Итак, национальный характер проявляется в каждом действии каждого жителя страны, причем, как доказывает В.Ф. Шаповалов, независимо от его этнической принадлежности, то есть фактически характер лежит в основе всего происходящего. Отсюда очень важно определить, какими чертами обладает национальный характер россиянина.

Наиболее яркое представление о нем дает Николай Бердяев в удивительно современной, хотя и написанной почти 100 лет назад, статье «Душа России»: «Подойти к разгадке тайны, сокрытой в душе России, можно, сразу же приняв антиномичность России, жуткую ее противоречивость»⁴⁴. Ученый говорит о поразительной способности русской души соединять в себе противоположности. С одной стороны, Россия – самая безгосударственная страна в мире, самая анархическая. С другой – самая бюрократическая страна, где все превращается в орудие политики. Россия – самая нешовинистическая и одновременно самая националистическая страна, где самомнение русских есть обратная сторона их смирения. Развитое личностное религиозное начало противостоит атеистическому государству. Это страна безграничной свободы духа и неслыханно жуткой покорности, лишенная сознания прав личности, не защищающая ее достоинство.

Возможно, именно из-за противоречивости характера и проистекают представления о бесконечной широте русской души, которая вмещает в себя абсолютно все: от одной крайности до другой. Интересное размышление по этому поводу ведет академик Д.С. Лихачев: «О чем же свидетельствует эта широта и поляризованность русского человека? Прежде всего, о громадном разнообразии возможностей, скрытых в русском характере, об открытости выбора, неожиданности нового, о возможности бунта против бунта, организованности против неорганизованности, о внезапных проявлениях хорошего против дурного, о внутренней свободе русского человека, в котором сквозь завесу дурного может неожиданно вспыхнуть самое лучшее, чистое, совестливое»⁴⁵.

⁴⁴ Бердяев Н. Судьба России. М., 2000. С. 273.

⁴⁵ Лихачев Д. Русское искусство от древности до авангарда. М., 1992. С. 26.

Что же и каким образом возбуждает к жизни, активизирует лучшие качества российского человека? Разумеется, цель, высокая и актуальная, содержащая в себе общезначимый образец, идеал бытия. В качестве таковой может выступать единая **национальная идея**. Исследователь этого феномена И.Б. Чубайс весьма выразительно пишет о необходимости ее наличия: «Если из-под многоэтажного дома вытащить фундамент — дом рухнет. Но если из страны убрать Бога и национальную идею, страна окажется в критическом состоянии»⁴⁶.

Под национальной идеей И.Б. Чубайс понимает «существующие объективно, сохраняемые многими поколениями и характерные для данного народа глубинные правила и традиции, которые порождают ряд иных особенностей и характеристик»⁴⁷. Таким образом, идею нельзя выдумать, ее надо обнаружить в реальной жизни народа и провозгласить как общегосударственный, общезначимый образец бытия, к которому следует стремиться. И тогда она становится мобилизующей силой.

На Руси известны три национальные объединительные идеи. Первая была провозглашена во времена борьбы с татаро-монгольским игом как идея объединения в борьбе за святую веру. Она так и формулировалась: «Святая Русь». И, действительно, объединила и подняла разрозненные русские княжества против иноземных захватчиков. Под флагом идеи «Москва — Третий Рим. Четвертого не дано» произошло образование единой Российской империи во времена Ивана Грозного. Постепенно происходило замещение идеала Святой Руси на «Великую Россию». По мнению В.Ф. Шаповалова, этот идейный стержень, ориентирующий страну на самостоятельную историческую роль, не утратил своего значения со времен послепетровской Руси и поныне⁴⁸.

Однако реально страна в течение 70 лет, начиная с 1917 года, жила под лозунгом «Коммунизм — светлое будущее человечества» и создавала «единый могучий Советский Союз». Исчерпанность этой идеи стала очевидной в конце 80-х годов прошлого столетия. И вот уже несколько десятилетий в стране существует

⁴⁶ Отечествоведение. М., 2004. С. 226.

⁴⁷ Там же. С. 219–220.

⁴⁸ Шаповалов В.Ф. Россиеведение. М., 2001. С. 69.

идейный вакуум. «Ситуация вынужденного отказа от старых норм, принципов и ценностей общественной жизни и отсутствие приемлемых новых правил и есть ситуация утраты старой идентичности, ситуация идейно-идентификационного кризиса»⁴⁹, — резюмирует И.Б. Чубайс.

В такие времена, естественно, проявляются как раз не лучшие черты национального характера. Ссылаясь на многих исследователей современного российского менталитета, В.Д. Попов в качестве доминант сегодняшнего психологического состояния российского общества выделяет потерю смысла жизни, неуверенность в завтрашнем дне, страх за экономическое выживание и за сохранение жизни, открытую и скрытую агрессию, депрессию, апатию, самоуничтожение, утрату державности, обломовщину. И одновременно противоречивое российское сознание демонстрирует в реальности выносливость к страданию, искание социальной справедливости, христианское терпение, искание Бога, правды, совесть, порядочность, потребность в наведении порядка⁵⁰. Или, по известному выражению И. Ильина, в России совершается незримое духовное возрождение в зримом распаде.

Сегодня многие уже ощутили необходимость в наличии большой государственной идеи. Б.Н. Ельцин в июне 1996 года призвал найти новую идею для страны. «Российская газета» объявила читательский конкурс «Идея для России». Но весной 1998 года было заявлено, что результаты конкурса подводиться не будут. И даже в период острых предвыборных баталий политические лидеры не блеснули проницательным умом и не предложили идеи, которые покорили бы их избирателей и повели бы за собой из серого духовного хаоса к просветлению. Стало ясно, что административным путем такую проблему не решают.

«Следует с самого начала развеять одно недоразумение, связанное с привычкой власти «заказывать идеологию», — пишет А.С. Панарин. — Идеологии не рождаются в кабинетах, они — продукт «плазменных» энергий человеческого духа, пробуждающегося в ответ на грозные вызовы истории. «Большая идея» — это всегда ответ осажденного роковыми силами, но несломленного

⁴⁹ Отецествоведение. М., 2004. С. 223.

⁵⁰ Шаповалов В.Ф. Россиеведение. М., 2001. С. 322.

субъекта, сохранившего ориентацию на идеал. Она появляется тогда, когда различные материальные ресурсы иссякли и люди ищут опору в ресурсах духовных — там, где, действительно, заключен источник всех чудес и парадоксов человеческой истории.

Власти предрержащие — заказчики на «Большую идею» — не подозревают, с какими энергиями им предстоит столкнуться. «Большая идея» — это ответ человеческого духа на условия и обстоятельства, оскорбляющие наши чувства высшей правды и высшей справедливости. Отсюда нам и открываются будущие стороны «Большой идеи»⁵¹.

Попробуем рассуждать о возможной сути новой национальной идеи с указанных позиций, учитывая главные исторически сложившиеся российские ценности, которые совокупно выделены в исследованиях И.Б. Чубайса: «православие, собирание земель и общинный коллективизм»⁵². Что сегодня оскорбляет наши чувства высшей правды и справедливости?

Вспомним кадр из фильма Станислава Говорухина «Россия, которую мы потеряли». Бабушка идет по рынку, где цены на продукты таковы, что она не может купить ничего. За кадром звучит вывод автора: не может быть будущего у страны, которая во имя этого будущего отдала на заклятие своих стариков-родителей. Наше общество сегодня так и поступило, чем закрыло себе перспективы развития. Поэтому, думается, новая большая идея обязательно должна быть связана с традиционным для Руси принципом общинности, который обеспечивает взаимопомощь и взаимозащиту.

Сегодня перестроечные реформы в направлении рыночной экономики и демократического управления в исполнении российской номенклатуры сильно дискредитировали себя. По мнению А.С. Панарина, с которым трудно не согласиться, эти политико-экономические преобразования и не проходили под каким-либо духовным лозунгом, они обходились организационными структурными преобразованиями, предоставив духовной стороне жизни приспособляться под экономический эксперимент. Все это привело к полному цинизму и бездуховности самих политиков, пренебрегающих не только национальными идеалами, но и какими-либо идеалами вообще.

⁵¹ Панарин А.С. Политология. М., 1997. С. 352–404.

⁵² Отецествоведение. М., 2004. С. 250.

Очевидно, что новая национальная идея должна способствовать преодолению кризиса власти. В ней должно реализоваться исконно русское стремление к справедливости, выраженное в подлинно демократических принципах «честной игры», то есть настоящей соревновательности в различных областях деятельности, прежде всего в хозяйственной, беззастенчиво монополизированной сегодняшней номенклатурой. Только тогда и можно будет всерьез рассчитывать, что деятельность народа, направленная на обустройство своей жизни и внутренней жизни страны, будет успешной.

Православие с его особым акцентом на духовность и нравственность как основа национального характера не может не формировать внутреннего протеста людей против этической вседозволенности и эстетического нигилизма современной российской жизни. Социокультурная направленность новой национальной идеи естественным образом должна опираться на традицию и религию. Иначе идея окажется ментально несовместимой с национальным характером и просто будет не признана и не принята им.

Национальная идея, базирующаяся на лучших чертах национального российского характера, способна возбудить патриотизм, а уж более могучей силы для преобразований, чем любовь к своей Родине, невозможно и придумать.

Не следует забывать, предупреждает А.С. Панарин⁵³, что новая идея формулируется в период, когда человечество завершает свой очередной этап развития и переходит в следующий — постиндустриальный. Есть два сценария этого перехода. Первый отстаивают западные страны — продолжение развития потребительской цивилизации. Он предполагает, что постиндустриальная эпоха станет продолжением индустриальной, только на более рафинированной технологической основе. Другой вариант допускает поворот гуманитарного типа, касающийся не столько средств производства, сколько самих человеческих ценностей, смыслов жизни, приоритетов, идеалов.

Западный вариант явно подразумевает добровольный геополитический передел мира, то есть некоторые наиболее слабые страны должны будут охотно поделить своими ресурсами

⁵³ Панарин А.С. Политология. М., 1997. С. 352-404.

с более развитыми в технологическом отношении государствами, отдав в более сильные руки свое существование, проголосовав за продолжение развития потребительской цивилизации. И сильные державы будут тянуть всю планету до тех пор, пока не изобретут новый, более справедливый проект для человечества.

Второй вариант предусматривает тотальное преобразование ценностного типа, включая новые принципы жизнестроения, новые цели, открывающие перспективу для всех, а не только сильных западных держав. Должна произойти смена «морали успеха». Новая культура станет видеть во взаимоотношениях между природой, космосом и земной цивилизацией принцип эквивалентного обмена, принцип ответственного потребления.

Думается, что новая большая идея России должна представлять собой альтернативный западному образец постиндустриального развития. Условия для рождения такой идеи именно в России как раз созрели. В качестве эффективного механизма выработки и утверждения новой идеи, по мнению И.Б. Чубайса, может выступать «гражданская дискуссия»⁵⁴.

И здесь самое время вернуться к теме нашего разговора — информационной политике, одной из целей которой мы назвали *необходимость как можно более адекватно отражать в непрерывном информационном потоке характерные черты бытия данной эпохи на данной территории, чтобы помочь человеку сориентироваться в конкретно-исторической обстановке*. Никакой другой социальный институт не может этого сделать более масштабно и регулярно, чем журналистика. Тематика, связанная с поиском национальной идеи, явно согласуется с данной целью. А предложенная форма гражданской дискуссии представляется наиболее уместной, если иметь в виду, что гражданами в государстве являются все люди, в нем проживающие: политики, бизнесмены, ученые, общественные деятели, рядовые жители и, само собой, журналисты.

Журналистика как социальный институт осуществляет информационную политику, реализуя в ней вышеназванные цели и задачи главным образом через систему средств массовой информации. А каждое СМИ разрабатывает собственную

⁵⁴ Отечествоведение. М., 2004. С. 282.

информационную политику, под которой, согласно определению Е.П. Прохорова, понимается «идейно-творческая концепция ведущихся проблемно-тематических линий, направление данного СМИ, характер разработки которого определяется социальной позицией и воплощается в совокупности принятых форм реализации программы»⁵⁵.

Поскольку характер информационной политики определяется социальной позицией, то важно понять, чья это позиция. Если считать, что средство массовой информации выпускают журналисты, то их социальная позиция в идеале определяется миссией профессии и информационными целями из нее вытекающими, о которых шла речь выше. В этом случае логично предположить, что журналисты должны обладать знаниями о моделях устойчивого развития общества в условиях окружающей среды, то есть представлять себе научную картину мира и следить за динамикой ее развития.

Кроме того, для реализации конкретно-исторической цели информационной политики им необходимо обладать представлениями о реальной картине мира, чтобы оценить ее в сравнении с научно обоснованным образцом и иметь возможность сделать наиболее вероятностный социальный прогноз. И, разумеется, информация о реальной общественно-политической жизни своей страны особенно важна для аудитории, ожидающей от СМИ объективных сведений для того, чтобы самостоятельно сориентироваться в своих личных способах действия.

Это в идеале. В реальной же общественно-политической жизни журналисты, как и другие люди, тоже вынуждены выстраивать оптимальную линию своего поведения. Информационную политику СМИ они формируют под влиянием не только научных знаний о мире (если они вообще ими обладают), но и ряда факторов реальной действительности. Субъектами, которые более всего сегодня фактически влияют на процесс формирования информационной политики СМИ, являются *управляющие органы данной страны, региона, города*. Власти оказывают влияние через свою информационную политику, продуманную и организованную или спонтанную и хаотическую. Продуманная информационная политика государственных органов

⁵⁵ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 245.

власти в каждом тематическом направлении сформулирована в различных доктринах, концепциях, положениях, меморандумах, законах, планах и других документах, публично предъявляемых властью населению. Так, например, в интересующей нас информационной сфере деятельности в 2001 году в России принята «Доктрина информационной безопасности населения». Некоторые документы имеют длительный характер действия, другие же обновляются периодически, чаще всего ежегодно. Журналист, ведущий в редакции какое-либо тематическое направление, непременно должен ознакомиться с актуальными для данного периода государственными документами, регламентирующими данный вид или сферу деятельности. Эти документы позволяют понять, чему именно и почему в каждой из отраслей государство в данный момент уделяет особое внимание, чему дается «зеленый свет», оказывается всевозможная поддержка, на что официальные власти призывают направить свои усилия. Без знаний такого рода может оказаться, что журналист ломится в открытые двери или же стучится о стенку лбом, не подозревая, что двери рядом. Основное содержание деятельности государственных органов и формы взаимодействия с ними населения работники редакции должны представлять себе отчетливо, если они хотят действовать эффективно.

Это вовсе не значит, что деятельность государства – священная корова, которая при любых обстоятельствах должна оставаться вне критики. Не секрет, что она далеко не всегда бывает научно обоснованной и прогрессивной. Принятые законы приходится выполнять, даже если они плохие. Но при этом не запрещено публично обсуждать и обоснованно критиковать их недостатки. Такая инициатива может исходить от журналистов и аудитории издания. Правда, реализованной она окажется, если против того не станет возражать учредитель или собственник издания.

Учредители и собственники СМИ – субъекты, которые также весьма существенно влияют на информационную политику издания, потому что определяют его цели. Среди них могут быть самые разные организации, в том числе и государственные, а также частные лица с любой профессией. И поэтому профессиональная миссия журналистики чаще всего не является

для них ориентиром при выборе целей издания. Учредители и собственники, кроме того, могут иметь частные интересы, не во всем согласованные с общественными. Журналисты, как и главные редакторы, если они не являются учредителями и собственниками издания, могут позволить себе лишь ту свободу действия, о которой они договорились с учредителем и собственником и которую зафиксировали в уставе и учредительном договоре редакции.

Полностью игнорировать волю таких субъектов, как органы власти, учредители и собственники изданий, влияющие на информационную политику издания, разумеется, не удастся никакому СМИ. Но и считать себя всецело зависящими от них тоже не стоит. Во-первых, цели, сформированные на научной основе и реальных потребностях аудитории, журналист может обсуждать с учредителями, собственниками изданий и властью, ведь все они тоже живут в этой стране и уже в силу этого заинтересованы в ее процветании и собственном позитивном имидже в глазах населения. Нет никаких гарантий, что журналист будет услышан, равно как не может быть и полной уверенности, что этого не произойдет. Поэтому для профессионалов пера всегда конструктивен девиз: стучитесь и вам откроется. И, кроме того, субъекты, влияющие на информационную политику издания, далеко не всегда осуществляют тотальный контроль над деятельностью редакций. На чем-то они настаивают, а что-то оставляют на усмотрение авторов. И это свободное для реализации профессиональной миссии журналистов пространство порой оказывается весьма просторным и, увы, далеко не полностью освоенным.

Все-таки многое зависит от профессиональной подготовленности журналиста и его личной социальной позиции. Он тоже является субъектом, формирующим информационную политику своего издания, причем не только стратегическую, но и тактическую, вплоть до ежедневной. И ему просто невозможно продиктовать сверху буквально каждую строчку, особенно если у него есть собственные знания, творческие способности и активная социальная позиция. Об этом убедительно свидетельствует творчество лучших публицистов любого исторического периода нашей страны. Примеры высокой профессиональной

пробы не перевелись и сегодня. А вот стремление лично соответствовать высшим критериям каждый осуществляет по собственному усмотрению.

Желание проявить творческую индивидуальность, реализовать свое профессиональное предназначение в совокупности с правами работника редакции делает *журналиста* активным субъектом, участвующим в формировании информационной политики издания. Власть, учредители и собственники, как уже сказано, также активно реализуют свои права и возможности в формировании информационной политики изданий. А вот аудитория, для которой собственно и предназначен изготавливаемый информационный продукт, активным субъектом формирования информационной политики издания может стать лишь при условии, что ее захотят сделать таковым вышеназванные субъекты, изучив ее потребности и интересы и учитывая их при тематическом планировании. Такие желания у влиятельных субъектов может породить развитый экономический рынок СМИ и подлинная политическая демократия, при которых движущей силой всех процессов представляется именно аудитория с ее потребностями, общественным мнением и активной гражданской практикой.

В этом случае процесс управления носит действительно природный характер, то есть любые изменения диктуются не чьей-то субъективной волей, а потребностью преодолеть все отклонения от нормы, которые мешают людям жить и развиваться. Таким образом, можно сказать, что оптимальную информационную политику изданиям диктуют именно потребности и интересы аудитории. Или можно выразиться иначе: *аудитория* является главным субъектом, формирующим информационную политику издания, а также одним из основных признаков, определяющих тип издания. Это утверждение вполне согласуется с природной миссией журналистики, деятельность которой направлена на то, чтобы обеспечить аудиторию необходимой для жизни и развития информацией.

Особо следует подчеркнуть, что учитывать потребности и интересы аудитории нужно непременно в совокупности друг с другом. Если же редакция будет ориентироваться только на интересы аудитории, то издание неизбежно превратится в сенсационное,

цель которого ограничивается тем, чтобы любыми путями удивить, возбудить интерес, развлечь читателя. Пользы от такого чтения немного. Если же, наоборот, редакция будет стремиться удовлетворять только потребности аудитории, не пытаясь сделать свои сообщения интересными, то при всей полезности издание может оказаться трудным для восприятия широкой аудиторией.

Вероятно, чтобы учитывать информационные потребности и интересы аудитории, их надо изучать. И важно отметить, что аудитория и ее общественное мнение может быть весьма сильным союзником журналистов, осуществляющих информационную политику издания в соответствии со своей профессиональной миссией.

Итак, субъектами, формирующими информационную политику издания, являются: аудитория с ее интересами, потребностями и реальной практикой; государство, управляющее социальной средой, в которой аудитория живет и действует и в которой выпускаются СМИ; учредитель и издатель средства массовой информации с его целевыми установками; редакционный коллектив во главе с редактором и каждый конкретный журналист с его онтологически определенной профессиональной миссией, а также личной социальной и профессиональной позицией. Всем им предстоит сойтись на коммуникативной площадке конкретного издания и вести дискуссию, обсуждая проблемы современной жизни от частных и мелких до глобальных общественных с целью устойчиво жить и развиваться на планете Земля в стране, в которой им довелось проживать.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Бердяев, Н. Судьба России / Н. Бердяев. — М. : ЭКСМО-ПРЕСС ; Харьков : ФОЛИО, 2000. — 735 с. — С. 271–298 (Очерк «Душа России»).
2. Информационная политика : учебник / под общей ред. В.Д. Попова. — М. : РАГС, 2003. — 463 с. — С. 44–69.
3. Отечествоведение : учебник для старших классов / А.Н. Барулин [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — 336 с. — С. 218–298.
4. Панарин, А.С. Политология : учебник для вузов / А.С. Панарин. — М. : Проспект, 1997. — С. 352–404.
5. Попов, В.Д. Социальная информациология и журналистика / В.Д. Попов. — М. : РАГС, 2007. — 336 с. — С. 203–253, 295–329.

6. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 322 с. – С. 243–258 (гл. 8).
7. Шаповалов, В.Ф. Россияведение : учеб. пособие для вузов / В.Ф. Шаповалов. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 576 с. – С. 11–82.

Дополнительная

8. Гозман, Л.Я. Политическая психология / Л.Я. Гозман, Е.Б. Шестопал. – Ростов н/Д : Феникс, 1996. – С. 7–16, 124–155.
9. Панарин, А.С. Философия политики / А.С. Панарин. – М. : Новая школа, 1996. – 424 с. – С. 18–73, 371–395.

Практическое задание

Охарактеризовать информационную политику одного из городских информационных изданий с целью выяснения, интересам каких субъектов она соответствует (по нескольким номерам издания). Для выполнения задания необходимо сделать следующие действия:

1. Определить, на реализацию чьих интересов и потребностей ориентирован каждый текст номера.
2. Сделать обобщения по ряду номеров, определив, в каком процентном отношении представлены интересы и потребности разных субъектов.
3. Описать, какие рубрики преимущественно ориентированы на тех или иных субъектов.
4. На основании проведенных исследований сделать вывод о субъектах формирования информационной политики издания и их роли в этом процессе.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое «политика»?
2. Что такое «информационная политика»?
3. Каковы цели информационной политики с точки зрения онтологического подхода?
4. Как связаны между собой две онтологические цели информационной политики?
5. Каковы задачи, которые необходимо решить для достижения данных целей информационной политики?
6. Почему формирование общественного (политического) сознания является междисциплинарной задачей?

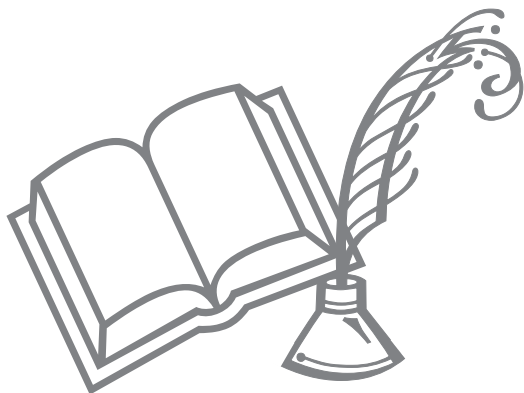
7. Что изучает философия политики?
8. Что изучает политическая психология?
9. Какую роль играет журналистика в формировании политического сознания?
10. Что такое концентрированные фигуры исторической практики?
11. Что такое «менталитет»? Каковы основные черты российского менталитета?
12. Что такое «национальные объединительные идеи»? Какие российские национальные идеи вам известны?
13. Как формируются такие идеи и как они реализуются на практике?
14. Основные требования, которые выдвигаются сегодня к новой российской национальной идее?
15. Кто является субъектами формирования информационной политики издания?
16. Как взаимодействуют между собой эти субъекты в процессе функционирования СМИ?

Терминология

Политика, информационная политика, цели информационной политики, задачи информационной политики, политическое сознание, менталитет, ментальность, ментальная установка, национальный характер, инвариант, национальная объединительная идея, субъекты информационной политики.

ГЛАВА 2

ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЕЁ КОНКРЕТНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РОЛИ



2.1. Методологические функции журналистики

Описав основную категорию журналистики — массовую информацию, мы вплотную подошли к разговору о функциях журналистики. Под **«функцией»** понимается «способ действия, способ проявления активности системы, общий тип решаемых этой системой задач»⁵⁶.

Массовая информация является основным элементом целостной системы журналистики. Как элемент системы она вступает во взаимодействие с другими элементами, обеспечивая тем самым процесс внутреннего функционирования этой системы. **Функционирование** как процесс означает согласованную работу внутрискруктурных элементов, позволяющих системе осуществлять свой гомеостазис, создавать свой продукт, действие которого уже будет реализоваться во внешнем взаимодействии системы с другими системами.

Так, функционирование человека как системы обеспечивают пищеварительная функция, функция нервной, сердечно-сосудистой и других систем. Не будь этих внутренних функций, не было бы и их основного продукта — человека, а, значит, мы не могли бы говорить о каких-либо социальных функциях человека при его взаимодействии с окружающим миром.

Главным продуктом журналистики является, как мы уже выяснили, массовая информация. Минимальной единицей измерения для понятия «массовая информация» как продукта функционирования системы «Журналистика» будет самый краткий вид сообщения — хроникальная информация. А процесс информирования, таким образом, будет минимальным действием в процессе функционирования журналистики.

Максимальные же усилия журналистики порождают аналитическую информацию, а процесс анализа будет максимальным действием в процессе функционирования журналистики как системы. Итак, мы можем сказать, что в процессе своего функционирования в системе журналистики реализуются действия различной интенсивности, которые можно рассматривать в диапазоне от информирования до анализирования. Поскольку

⁵⁶ Алексеев П.В., Панин А.В. Философия. М., 1996. С. 4.

по природе своей это действия, то есть способ проявления активности, то мы также можем назвать их функциями. Это будут внутренние функции системы журналистики, представляющие собой определенные методологически обоснованные действия, приводящие к созданию главного продукта журналиста – массовой информации. Именно благодаря их методологической обусловленности эти функции можно назвать **методологическими функциями** журналистики, которые, как описано выше, можно подразделить на **информационные** и **аналитические**.

Информирование представляет собой периодическую дискретную (разделенную на части) подачу кратких сообщений, отражающих реальные факты современной действительности. Такие сообщения содержат ответы на пять вопросов: что, где, когда и как произошло, кто в этом участвовал. Они, безусловно, должны обладать общими сущностными признаками массовой информации. Методики производства журналистских информационных произведений описаны в теории информационных жанров, и мы не будем здесь останавливаться на них подробно.

Методологическая аналитическая функция журналистики начинается с ответа на вопрос «почему?». Журналистский анализ действительности имеет свои характерные особенности, отличающие его от других видов анализа.

Философская энциклопедия под **методом** понимает «путь, исследование, способ достижения определенной цели, совокупность приемов и операций практического или теоретического освоения действительности»⁵⁷.

Метод журналистики наглядно (даже графически) представлен Е.П. Прохоровым. Это совокупность взаимоувязанных методологий социального познания, теории журналистики, методики сбора и интерпретации эмпирических данных, разработки выводов и рекомендаций⁵⁸.

Однако нам кажется необходимым представить не статическую структуру метода, а его динамическое логико-познавательное проявление. И, кроме того, обозначить его эвристическую

⁵⁷ Философский энциклопедический словарь. М., 2009. С. 266.

⁵⁸ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 263.

(созидательную, конструирующую) сущность, координирующие способности, интегрирующий (объединяющий) характер.

Для этого мы предлагаем использовать в качестве основы для определения метода журналистского анализа действительности метод изучения мира, используемый философией, поскольку философия и журналистика имеют общий предмет отражения — весь существующий мир. Однако цели у них различны. Философия идет последовательно от сбора эмпирических фактов к их обобщению до уровня наиболее общих закономерностей. Журналистика же строит свои выводы с опорой на общие законы бытия, используя теоретические обобщения различных наук для интерпретации фактов современной действительности на уровне, доступном для понимания массовой аудиторией. Из разницы целей вытекает и отличие метода журналистского анализа действительности от философского.

Представим журналистский аналитический метод следующей схемой (рис. 12).

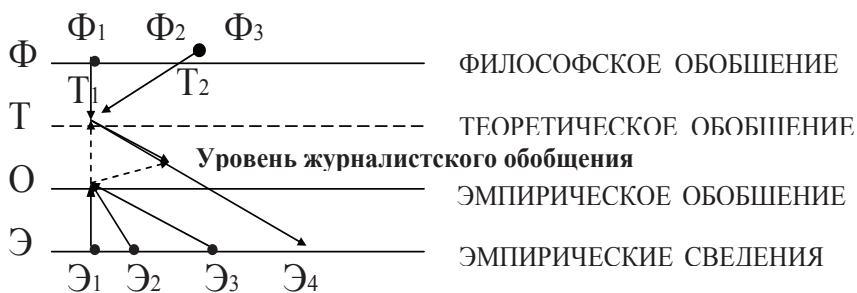


Рис. 12. Структура метода анализа в журналистике

Сначала журналист собирает эмпирические сведения (факты). Затем, рассмотрев их в совокупности, делает эмпирическое обобщение, то есть то, что принято называть обобщением на основе собственного жизненного опыта.

Однако этого недостаточно, чтобы полноценно проанализировать описываемые события и процессы. Необходимо обратиться к научным данным из той сферы деятельности, о которой пишет журналист. Допустим, речь идет об анализе какой-либо экологической ситуации. Значит, надо обратиться к экологии в том ее разделе, который рассматривает данные проблемы. Но выбор

самой экологической теории не должен быть случайным. Сегодня много существует околону научной, популярной литературы, использование которой не позволит сделать грамотные выводы. Поэтому важно при выборе теоретических концепций учитывать, насколько сами эти концепции опираются на основные философские принципы, отражающие наиболее общие закономерности бытия.

Это требует от журналиста способности к переработке и усвоению информации любого уровня, хотя бы в основных ее существенных чертах. Именно поэтому журналистская профессия считается универсальной и требует от профессионала стремления к формированию себя как активной универсальной личности.

Далее журналисту нужно совместить свои эмпирические обобщения по анализируемой ситуации с теоретическими обобщениями таким образом, чтобы полученные выводы и тексты были понятны массовой аудитории. Это и будет **уровнем журналистского обобщения**, популярным и глубоким, научно обоснованным. Мы считаем обязательным подчеркнуть, что метод журналиста должен базироваться на общефилософском методе постижения действительности (что и отражено в схеме), различаясь с ним лишь по уровню обобщения и изложения материала.

Приведем пример подобного конструирования суждения. Людей, вышедших с избирательного участка, спрашивают, за кого они проголосовали (эмпирические данные). Затем, произведя подсчет голосов, делают вывод о том, кто избран (эмпирическое обобщение). Далее объявляют, что победитель является представителем такого-то политического направления, что влечет за собой определенный тип управления (уровень политологической теории).

Потом используются философские законы развития, принципы детерминизма и актуальности. Согласно им изменения в системах происходят следующим образом: внутренняя сущность явления (называемая в философии Необходимостью) встречается с внешними обстоятельствами бытия (называемыми в философии Случайностью). И возникает Вероятность тех или иных изменений явления. Каждое из возможных изменений преодолевает Противоречия на пути своего развития до тех пор,

пока не произойдет качественный Скачок, то есть вероятностное изменение не станет реальным, то есть актуализируется.

Используя эту схему рассуждений как методическую, можно получить следующий текст.

Согласно проведенному нами опросу проголосовавших избирателей следовало ожидать, что победу на выборах Президента России в 2000 году одержит В.В. Путин. Через несколько часов после окончательного подсчета всех голосов миру было объявлено, что эти ожидания оправдались. Надо сказать, что в этом не было ничего удивительного. Кризис в России породил потребность в наведении порядка, что привело к власти Путина — человека с довольно ярко выраженными авторитарными принципами жесткого управления (Необходимость). При одних условиях (Случайность-1) эти задатки могут привести его к полной тоталитарности, аналогичной коммунизму, фашизму, национал-экстремизму (Вероятность-1). При других обстоятельствах (Случайность-2) этот же авторитаризм может вполне успешно развиваться на демократической основе (Вероятность-2). Было бы странным заранее отрицать возможность реализоваться в полной мере любому из двух обозначенных путей.

Конечно, у любого из этих направлений развития имеются противоречия на пути реализации целей. В одном случае идея тоталитаризма непременно будет воевать (Противоречие-1) с любыми другими идеями. В другом - демократические течения (консерваторы и либералы) неизбежно станут спорить (Противоречие-2) о способе достижения своих целей. Видимо, какое из противоречий окажется легче преодолимым, такое направление развития и реализуется на практике. Таким образом, выборы в России закончились, но выбор пути продолжается (Актуализации еще не произошло).

Этот наглядный пример реализации показывает, что созданный текст способствует приросту знаний у аудитории в том случае, если автору удастся создать его с использованием предложенной методической модели анализа действительности.

Новое знание может иметь вид социального прогноза либо позволяет оценивать реальное положение вещей и формировать рекомендации к изменению ситуации. Учитывая, что для рефлексивных систем знание является мотивом к действиям по изменению ситуации, можно предположить высокую эффективность

влияния таких текстов на аудиторию и высокую вероятность ответственности текста на поведение социальных институтов.

Кроме того, подобный анализ современной действительности позволяет своевременно формулировать проблемы для научных теоретических разработок, продиктованные самим ходом событий. Так, например, судя по текущим событиям, весьма актуальной оказывается теория становления и развития гражданского общества, без которой мы рискуем возвратиться на круги своя в тоталитарные кандалы.

Подобно тому как философия выполняет *эвристическую* функцию при познании действительности и тем самым прибавляет новое знание к ранее имеющемуся, журналистика тоже может стать началом новых размышлений и действий своей аудитории при условии грамотной реализации методик при создании аналитического текста. И тогда можно говорить о реализации журналистикой **конструирующей функции**, то есть функции, способствующей конструированию нового знания, побуждающего к новому действию.

Она может рассчитывать на это еще и потому, что, обращаясь к самым различным наукам в своей аналитической деятельности, координирует в своем методе исследования методы других наук. Достаточно сказать, что журналистика широко пользуется социологическим методом изучения действительности, ей знакомы психологические приемы анализа, она регулярно прибегает к статистическим характеристикам и т.д.

Разнообразие методов определяется бесконечной широтой самого предмета журналистики, которым является весь сущий мир. Кроме того, задача формирования общественного сознания есть тоже междисциплинарная задача, которая реализуется при участии различных научных дисциплин, соответственно имеющих свои методы познания и действия. Журналистика вынуждена координировать все многообразие используемых в ее деятельности методов и постоянно соотносить их с познавательными методами аудитории. Поэтому можно сказать, что она реализует **координирующую методологическую функцию**. И главная ее задача при этом состоит в оптимизации методологического отбора и диалектическом оперировании методами.

Журналистское исследование также выполняет **интегрирующую функцию**, поскольку любой предмет ее исследования должен рассматриваться с точки зрения его позиции в пространстве, то есть как часть некоего целого со всем комплексом этих взаимоотношений. Например, избранную фигуру Президента РФ рассматривают не саму по себе, а как часть определенного исторического процесса или носителя какой-либо идеологии на определенной территории земного шара в целом.

Реализуя философский принцип единства мира и мирового процесса, журналистикой выдвигается требование системного подхода к анализу происходящих в мире процессов и имеющих явлений, потому что иначе невозможно обеспечение целостности анализируемых систем. Кроме системного подхода, интегрирующая функция базируется на ряде других журналистских принципов: принципе объективности, национально-патриотическом принципе, принципах, характеризующих социальную позицию журналиста, принципе единства формы и содержания, принципе диалектической взаимосвязи свободы и ответственности. Суть этих принципов мы будем изучать в разделе онтологические принципы журналистики.

Существует также требование анализа любого объекта в его непрерывном развитии и изменении во времени, что делает необходимой реализацию **логико-гносеологической функции журналистики**. Мы не можем оставить без внимания самые незначительные изменения, отмахнуться от них как от досадных мелочей. Мы нуждаемся в наиболее полном и точном отражении развивающейся, непрерывно изменяющейся сущности объекта. Логико-гносеологическая функция базируется тоже на целом ряде журналистских принципов: принципе детерминизма, принципе актуальности, историческом принципе, которые будут изучены нами позже.

Конструирующая, координирующая, интегрирующая и логико-гносеологические функции присущи журналистике, так же как и философии, с той лишь разницей, которая отличает предметы этих наук. Это методологические функции, которые в реальном журналистском бытии приобретают иное терминологическое обозначение — аналитическая журналистика. Таким образом, можно представить следующую схему методологических функций журналистики (рис. 13).



Рис. 13. Методологические функции журналистики

Подводя итог разговору о внутренних функциях журналистики, информационной и аналитической, следует подчеркнуть, что мы определяем их как функции **методологические**, потому что они могут быть представлены в качестве метода реализации внешних функций журналистики как системы, речь о которых еще впереди. Иными словами, чтобы реализовать свою миссию и всю совокупность вытекающих из нее социальных функций, журналистика сначала должна осуществить методологические функции, информационные и аналитические, обеспечивающие ее внутреннее функционирование как самостоятельной целостной системы, создающей свой основной продукт – массовую информацию.

Рекомендуемая литература

1. Алексеев, П.В. *Философия : учебник для вузов* / П.В. Алексеев, А.В. Панин. – М. : ТЕИС, 1996. – 504 с. – С. 14–29.
2. Прохоров, Е.П. *Введение в теорию журналистики : учеб. пособие* / Е.П. Прохоров. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 322 с. – С. 240–249 (Гл. 8 п. 3 «Типы и методологические основы творчества»).

Практическое задание

Написать учебный журналистский текст, используя методологические приемы конструирующей функции, описанные в данном разделе.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое методологические функции журналистики? Почему они являются формой реализации социальных функций?
2. Какие два блока методологических функций можно выделить и почему?
3. Почему аналитические методологические функции можно представить в виде совокупности функций?
4. Какие функции входят в эту совокупность с точки зрения журналистского метода и с точки зрения журналистских принципов?
5. Расскажите о конструирующей функции.
6. Расскажите о координирующей функции.
7. Расскажите об интегрирующей функции.
8. Расскажите о логико-гносеологической функции.

Терминология

Функция, метод, методологические функции журналистики, информационная функция, аналитическая функция, координирующая функция, конструирующая функция, логико-гносеологическая функция, интегрирующая функция.

2.2. Система социальных функций журналистики

В определении совокупности **социальных** функций журналистики Е.П. Прохоров предлагает идти от социального предназначения журналистики «как системы задач по адекватному информационному обеспечению жизнедеятельности массовой аудитории и социальных институтов в соответствии с их информационными потребностями»⁵⁹. Он вычленяет следующий функциональный комплекс: коммуникативная, идеологическая, непосредственно-организаторская, культуроформирующая, рекламно-справочная и рекреативная. При этом автор рассматривает функции во взаимодействии, подчеркивая, что наиболее эффективными будут полифункциональные материалы, в которых представлены в равной мере все перечисленные функции⁶⁰.

Иное основание для установления ряда функций журналистики выдвигает С.Г. Корконосенко. Он предлагает рассматривать

⁵⁹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 45.

⁶⁰ Там же. С. 44–72.

функции, которые журналистика реализует в основных социальных сферах деятельности человека: экономике, политике, социальной сфере и духовно-идеологической. Причем содержание социальной сферы не конкретизируется и, по-видимому, поскольку перечень сфер деятельности дан как исчерпывающий, может быть вычленено по остаточному принципу: это то, что не экономика, не управление, не духовно-идеологическая сфера.

Журналистика действует в этих сферах и играет там соответствующие роли: производственно-экономическую, регулируемую, коммуникативную и духовно-идеологическую. Кроме того, С.Г. Корконосенко отмечает, что журналистика осуществляет свои роли по запросу той или иной группы людей (властных структур, корпораций, частных лиц, самих журналистов) и в зависимости от потребностей запрашивающего субъекта реализует различные функции (интегративные, познавательные, пропагандистские, агитационные, организаторские, ориентационные, устанавливающие связи, функции психологической разрядки, служебно-профессиональные и творческие). Именно на социально-ролевой деятельности журналистики и делает акцент исследователь. А реализация этих ролей и порождает конкретный тип журналистики⁶¹.

Л.Г. Свитич останавливается на функциях журналистики, обращая внимание на циклический характер ее функционирования, наличие в ее круговороте обратных связей и с учетом ориентира на два противоположных, но взаимосвязанных направления: потребности и интересы аудитории. Первое направление журналистики, связанное с удовлетворением потребностей аудитории (политических, экономических, социальных, духовных и биологических), названо общественным, так как обеспечивает объективную необходимость в оптимальном развитии. Второе, связанное с удовлетворением субъективных интересов аудитории, — аудиторным. Автор особо подчеркивает, что «уровень прогрессивности общества измеряется тем, насколько сбалансированы оба этих направления»⁶².

Другие исследователи функций журналистики идут от общеизвестной схемы коммуникативного процесса Лассуэла и описывают

⁶¹ Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 161–197.

⁶² Свитич Л.Г. Феномен журнализма. М., 2000. С. 107.

ее, внося каждый свои компоненты, указывая на обратные связи. Отсюда формулируются функции журналистики.

Во всех методиках определения функций, на наш взгляд, присутствует преимущественно социологический, а иногда психологический подход. Однако нам представляется необходимым рассмотреть реализацию функций журналистики с онтологических позиций, то есть с позиций, обеспечивающих ей как системе выживание и развитие в любые времена и на любых территориях, что называется при любых внешних условиях. Для этого следует разобраться в ее собственных природных законах функционирования и в природных же взаимосвязях ее как системы с более широкой системой – обществом. О внутреннем функционировании журналистики мы уже вели речь, что же касается внешнего взаимодействия, то в него вступают два феномена: массовая информация как результат адекватного отражения картины мира и сознание (сначала – индивидуальное, а потом и массовое) с его структурными особенностями и вытекающими из них способностями к познанию, то есть восприятию информации. Таким образом, в результате взаимодействия массовой информации и сознания общая объективная картина мира должна отразиться в индивидуальном и массовом сознании в виде мировоззренческой и мирозерцательной картины.

Картина мира в наиболее общем онтологическом варианте представлена в виде органической связи идеальной и реальной материи (рис. 14).



Рис. 14. Целостная картина мира

А картина сознания может быть рассмотрена в соответствии со структурой головного мозга как логическое (рациональное)

и чувственное (рис. 15). Отсюда известны и два способа восприятия мира на сознательном уровне: логический (рациональный, теоретический) и чувственный (эмпирический).



Рис. 15. Структура познавательной модели

Наложив картину сознания на картину мира, мы получим отражение картины мира в нашем сознании. И это отражение будет иметь онтологическую структуру, состоящую из четырех сфер: идеально-логической, материально-логической, идеально-чувственной и материально-чувственной (рис. 16).



Рис. 16. Структура отражения картины мира в сознании

Первая сфера представляет собой восприятие идеальной материи логическим уровнем сознания, что дает нам логическую картину идеального мира. Вторая сфера — это восприятие уже реальной материи тоже логическим уровнем сознания, что дает нам логическую картину реального мира. Две эти сферы в совокупности образуют логически осмысленную целостную (идеально-реальную) картину мира, то есть **мировоззрение**.

Третья сфера является отражением идеальной картины мира, но уже на чувственном уровне сознания, что формирует у человека чувственную картину идеального мира. Четвертая сфера возникает при отражении реальной картины мира на чувственном уровне сознания, что создает чувственную картину реального мира. Третья и четвертая сферы вместе порождают в сознании человека целостную (идеально-реальную) картину мира, созданную на основе чувственного восприятия, то есть **миросозерцания**.

Отсюда вытекают и два типа функций журналистики. **Мировоззренческие функции**, цель которых предоставить аудитории достаточное количество массовой информации, чтобы люди имели возможность сформировать для себя целостное рационально-логическое представление об идеальном и материальном мире. И **миросозерцательные функции**, цель которых предоставить аудитории достаточное количество массовой информации, чтобы у нее могло возникнуть целостное чувственное ощущение идеального и реального мира.

Мировоззренческие функции — это совокупность двух функций журналистики:

1. Картина мира на уровне идей (идеально-логическая сфера) — это, с одной стороны, внутреннее духовное состояние человека и общества в целом, с другой — это внешнее выражение внутреннего духовного состояния, проявляющееся вовне в виде определенных символов, которые в совокупности называют идеологией, то есть совокупностью идей. Таким образом, отражение духовных и идеологических процессов в массовой информации сообщает ей способность осуществлять *духовно-идеологическую* функцию в обществе. (Сущность этой, как и других функций, более основательно мы рассмотрим ниже, а пока только определим их совокупность).

2. Картина мира на уровне реальных материальных процессов (реально-логическая сфера) – это самая зримая реальность во всей ее целостности, которую мы определяем как существующую культуру в самом широком значении этого понятия. Отражение реальности как культуры в массовой информации и будет тем знанием о социальной действительности, которое поможет аудитории ориентироваться в ней. Так журналистика реализует свою *культурно-просветительскую* функцию, то есть проливает свет на реальную культуру и осмысливает, оценивает ее.

Миросозерцательные функции – это также совокупность двух функций журналистики:

1. Чувственная картина мира на идеальном уровне (идеально-чувственная сфера) – это внутренние психические процессы человека, которые проявляются вовне в виде эмоций, индивидуальных и коллективных. Эмоционально-психологическая картина мира, отраженная в массовой информации, позволяет реализовать журналистике ее *эмоционально-психологическую* функцию.

2. Реальная картина мира, данная нам не логически, а через ощущения, через опыт, представляет собой картину нашего быденного существования, то есть бытовую картину. Отражение в массовой информации реального опыта бытовой жизни человека и общества позволяет журналистике реализовать *социально-бытовую* функцию.

Название всех функций не случайно состоит из двух понятий: одно из них отражает внутренние процессы, происходящие в человеке и в обществе, другое – обозначает их внешнее проявление. Например: духовность и психика – это внутренние качества человека, а идеология и эмоции – это внешнее проявление этих внутренних качеств. Аналогично: культура – это внутреннее содержание реальной жизни общества, а просвещение есть процесс распространения этого содержания вовне. Индивидуальная организация жизни человека (быт) – это внутреннее содержание его бытования, а его общественная (социальная) жизнь – это внешнее проявление его бытия. Следовательно, каждая из 4 частей общей картины мира получает целостную характеристику в совокупности ее внутренних и внешних свойств.

Однако массовая информация сможет реализовать все эти функции при условии, что организована коммуникация, в задачи которой входит установка постоянной связи с аудиторией, в том числе и обратной, для регулярной передачи ей сообщений и получения откликов от нее. Иными словами, все социальные функции журналистики осуществляются лишь в коммуникативном процессе и потому можно говорить об их общей коммуникационной природе.

Некоторые исследователи выделяют коммуникативную функцию как самостоятельную функцию журналистики. С этим можно согласиться, ведь коммуникация как акт общения имеет целью взаимопонимание общающихся сторон, то есть это результативный процесс, а значит, можно говорить о его функциональности. Конкретная функциональность определяется именно предметом коммуникации, то есть взаимопонимание устанавливается не вообще как таковое, а по поводу конкретного предмета общения. А в качестве предмета, как сказано выше, выступают 4 сферы действительности, отражая которые журналистика и реализует соответствующие социальные функции. Таким образом, в каждой функции журналистики есть общая коммуникационная основа. Именно поэтому мы склонны говорить о ней не как о самостоятельной функции, а как о некой общей сущности всех функций.

У функций журналистики, на наш взгляд, есть и еще одна общая сущность — организаторская, которая выражается в том, что все функции производят какие-либо конкретные изменения в среде, с которой взаимодействует массовая информация.

Обычно исследователи, так же как и в случае с коммуникативной функцией, выделяют организаторскую функцию как самостоятельную. Мы же полагаем, что это опять-таки общее свойство всех функций, которое выражается в их способности оказывать влияние на сознание аудитории и ее поведение. При этом каждая функция реализует вполне конкретное организующее влияние в соответствии с предметом своего отражения: идеологическое, культурно-просветительское, эмоционально-психологическое, социально-бытовое.

Таким образом, коммуникационная сущность обеспечивает изначальную возможность реализации функций журналистики, а организаторская сущность — окончательную результативность.

Измененная в результате журналистского воздействия действительность дает новый повод для коммуникации, поэтому процесс реализации функций журналистики носит циклический характер, а учитывая динамику процессов – спиралевидный. Такова совокупность **социальных** функций журналистики, если рассматривать их на онтологическом уровне. Графически это можно изобразить следующим образом (рис. 17).



Рис. 17. Взаимосвязь онтологических социальных функций журналистики

В идеале любой журналистский материал должен стремиться к реализации всей совокупности социальных функций, хотя не исключено, что в каждом отдельном случае возможно превалирование тех или иных целей.

Социальные (внешние) функции журналистики, разумеется, могут осуществляться только при условии одновременной реализации методологических (внутренних) функций, поскольку нефункционирующий организм, не производящий основного продукта своей деятельности – массовой информации,

не в состоянии выполнять какие-либо действия во внешней среде. Это две стороны одной медали.

Онтологический уровень анализа позволяет определить функциональные действия журналистики в самом общем плане, вытекающие из ее сущностной природы как массово-информационной деятельности. Очевидно, что они в полном объеме могут быть реализованы в любой социетальной сфере деятельности, ведь, например, в экономике присутствует и своя идеология, и своя культура, и текущие процессы, есть и свой эмоциональный климат. Та же структура характерна и для политики. Таким образом, через описание онтологических функций мы характеризуем потенциальные возможности профессии.

Естественно, что степень и форма их реализации зависит от конкретно-исторических условий, от запросов производителей и потребителей массовой информации. Конкретная форма реализации функций журналистики рождается от пересечения онтологической сути ее функций с реальными запросами среды. Эта конкретная форма может быть названа социальной ролью журналистики.

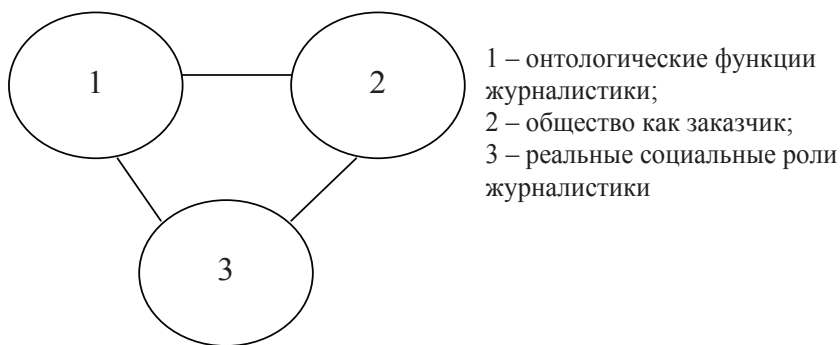


Рис. 18. Рождение социальных ролей журналистики

Как видно из схемы (рис. 18), реальная роль журналистики при всем желании ее заказчиков и участников никак не может полностью абстрагироваться от онтологических возможностей профессии, если только речь не идет о полной трансформации профессии в какой-либо другой вид деятельности. Именно поэтому мы считаем принципиально важным не ограничиваться исследованием только различных социальных ролей журналистики, нужно

знать и сохранять природную сущность профессии при любых ее конкретно-исторических изменениях.

Для того чтобы уметь это делать, необходимо подробно раскрыть сущность каждой из вышеперечисленных онтологических функций.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 161–197 (Функционирование журналистики).
2. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – М. : РИП-холдинг, 2002. – С. 44–73 (Глава 3. Функции журналистики).
3. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – Вып. 2. – С. 43–80.
4. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. – М. : Факультет журналистики МГУ : Икар, 2000. – С. 107–110.

Дополнительная

5. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с. – С. 204–231 (Функции журналистики).

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое социальные функции журналистики?
2. Изложите концепцию Е.П. Прохорова о системе функций журналистики.
3. Изложите концепцию С.Г. Корконосенко о системе функций журналистики.
4. Изложите концепцию Л.Г. Свитич о системе функций журналистики.
5. Изложите концепцию И.Д. Фомичевой о системе функций журналистики.
6. Изложите принцип онтологического подхода при определении функций журналистики.
7. Объясните систему социальных функций журналистики, выстроенную с помощью онтологического подхода к анализу проблемы.

8. Почему функции имеют двойное название?
9. Каждый ли материал должен реализовывать всю совокупность функций журналистики?
10. Что такое социальная роль журналистики и как она определяется?
11. Почему важно изучать не только социальные роли журналистики, но и ее онтологические функции?

Терминология

Социальные функции журналистики, социетальные сферы действительности, мировоззренческие функции журналистики, миросозерцательные функции журналистики, социальная роль журналистики.

2.3. Общая коммуникационная сущность функций журналистики

Е.П. Прохоров выделяет коммуникативную функцию журналистики как самостоятельную функцию и называет ее исходной, функцией общения, налаживания контакта, потому что если нет контакта, то нет и реализации каких-либо других функций. М.В. Шкондин называет ее общей функцией для всех средств информации, поясняя при этом, что «конечным результатом ее реализации является систематическое информационное взаимодействие, общение между участниками одного или нескольких видов социальной деятельности, ведущей к оптимизации общественных отношений в масштабе всего социума или отдельных социальных образований»⁶³. Из данного определения видно, что реализация коммуникативной функции журналистикой рассматривается как условие, без которого невозможно осуществить все остальные функции журналистики.

Мы объяснили выше, что не рассматриваем коммуникативную функцию как самостоятельную функцию журналистики, а выделяем лишь общую коммуникационную сущность всех функций журналистики, которая обеспечивает изначальную возможность их реализации. Что представляет собой эта

⁶³ Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М., 2002. С. 10.

сущность и как она способствует реализации всех функций, нам и предстоит разобраться.

Нам видится такая задача, как междисциплинарная, поскольку при организации коммуникации происходят процессы, изучаемые различными науками. В частности, автор монографии по социологии коммуникации В.П. Конецкая в качестве источников изучения процесса социальной коммуникации называет три тесно объединенные группы теорий: языковые, социальные и собственно коммуникативные⁶⁴. Очевидно, что каждая из них может быть представлена целым спектром наук. Не пытаясь произвести исчерпывающий анализ понятия «коммуникация», мы подчеркнем некоторые ее аспекты, которые считаем особенно профессионально важными для массовой коммуникации.

Так как журналист вступает в индивидуальные контакты с различными субъектами с целью получения информации, он непременно реализует индивидуальную коммуникацию. Особенности этого вида общения изучает психология. Она и дает нам необходимые представления о коммуникации.

Прежде всего, рассматривая образ жизни высших биологических существ – животных и человека, нужно отметить, что в нем выделяются две стороны: контакты с природой и контакты с живыми существами. Первый тип контакта называют **деятельностью**. Второй тип контактов характеризуется тем, что взаимодействующими сторонами являются живые существа, организмы, обменивающиеся информацией. Этот тип внутривидовых и межвидовых контактов называют общением или **коммуникацией**. Самые совершенные формы общения можно наблюдать у человека, который обладает речью. Общение с использованием речи называется **вербальным**, а без использования – **невербальным**. Первое, разумеется, основывается на втором.

Согласно классификации Р.С. Немова выделим три основных аспекта общения: *содержание, цели и средства*⁶⁵. *Содержание* – это информация, которая передается при общении от одного живого существа к другому. *Цель общения* – то, ради

⁶⁴ Конецкая В.П. Социология коммуникации. М., 1997. С. 11.

⁶⁵ Немов Р.С. Психология. М., 1995. Т. 1. С. 431–445.

чего у человека возникает данный вид активности. *Средства общения* – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, передаваемой в процессе общения.

В зависимости от содержания, целей и средств можно обозначить несколько видов общения. *По содержанию* общение может быть представлено как **материальное** (обмен предметами и продуктами деятельности), **когнитивное** (обмен знаниями), **кондиционное** (обмен психическими и физиологическими состояниями), **мотивационное** (обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями), **деятельностное** (обмен действиями, операциями, умениями, навыками). Все эти виды общения присутствуют в массовой коммуникации, которой занимается журналистика. Следовательно, можно сказать, что по содержанию массовая коммуникация включает в себя все виды содержательного обмена. Данное утверждение справедливо как для индивидуального общения журналиста в процессе подготовки текста, так и для массового, в которое он вступает с помощью текста. Это значит, что, выстраивая коммуникацию в тексте, обращенном к читателю, журналист предусматривает передачу *определенных знаний, психических и физических состояний, мотиваций, побуждений к тем или иным размышлениям и действиям.*

В зависимости *от целей* принято выделять общение **биологическое**, которое способствует поддержанию, сохранению и развитию организма. А также общение **социальное**, которое осуществляется ради установления и развития межличностных контактов, отношений, личностного роста индивида. Можно выделить столько разновидностей целевого общения, сколько существует биологических (витальных) и социальных потребностей (гносеологические, практические, оккизитивные, пугнические, гедонические, глорические, романтические, эстетические, коммуникативные). Массовая коммуникация апеллирует ко всем потребностям человека, участвует в их формировании и способствует их реализации. Таким образом, с точки зрения целевой классификации массовая коммуникация также выступает как интегрирующая. Это значит, что журналисту, вступающему в общение с массовой аудиторией через текст, *необходимо предусмотреть, на удовлетворение каких именно потребностей может быть направлен его текст.*

Чем больший спектр потребностей будет удовлетворен, тем с большей уверенностью можно назвать текст релевантным.

По средствам общения выделяют **непосредственное** и **опосредованное** общение. Естественно, что, изучая массовые коммуникационные процессы, мы будем вести речь об опосредованном общении, имея в виду читательскую аудиторию, и о непосредственном, когда речь идет о сборе материала для публикаций. Так, с точки зрения средств общения массовая коммуникация является универсальной. *Результаты непосредственной коммуникации журналист представляет в тексте со ссылками на источник получения информации, адресуя их вместе со своими умозаключениями широкой массовой аудитории.*

Коммуникативная потребность присутствует у людей наряду с другими видами потребности, но она не существует как самостоятельная форма активности, то есть общение ради общения. Она обязательно вплетается в индивидуальную или групповую практическую деятельность, которая не может ни возникнуть, ни осуществляться без интенсивного общения. Коммуникация — это условие для реализации любых других потребностей. Итогом общения обычно становится влияние людей друг на друга, которое необходимо как прелюдия для дальнейшего получения желаемого ими интеллектуального или материального продукта. И массовое общение, организуемое на страницах СМИ, можно рассматривать как первоначальное условие, порождающее дальнейшие действия аудитории СМИ. Каково условие, таково в значительной степени будет и действие. Именно поэтому СМИ как оперативную, периодическую коммуникацию с обратными связями всегда считали влиятельной силой в обществе.

Но массовая коммуникация играет значительную роль не только в общественных процессах, но и в развитии индивидуальной личности. Психологи отводят общению весьма важное место в развитии процессов самообразования, самовоспитания человека и сознательного управления самим общением. Развитие общения можно представить как постепенное накопление человеком культуры общения на основе рефлексии, обратной связи и саморегуляции. Психологически высоко развитый человек отличается от менее развитого не только выраженной потребностью в общении с разными людьми,

но также богатым содержанием, множественностью целей и широким выбором средств общения. Поэтому не будет преувеличением сказать, что массовая коммуникация играет особую роль в формировании психологически высокоразвитого человека.

Итак, результат общения в СМИ, о котором шла речь выше, может быть *персонально или общественно значимым*.

Феномен общения интересует не только психологов. Социологический словарь дает этому понятию следующее определение. **Коммуникация** – это:

- процесс передачи информации, включающий адресанта, каналы, кодирование, дешифровку, содержание, эффективность, контроль, ситуацию, намерения, адресата;
- акт общения между людьми посредством передачи символов, целью которого является взаимопонимание;
- обмен информацией любого вида между различными системами связи⁶⁶.

Как видно из определения, социологи делают явный акцент на процесс организации коммуникации, уделяя значительно меньше внимания ее содержанию и целям. И это обусловлено самим предметом социологии, которая изучает закономерности взаимодействия социальных структур.

Самая универсальная формула построения коммуникации сформулирована Лассуэлом еще в 1948 году.

По какому каналу?
Кто (Адресант) -----Кому (Адресату)
Что?
С каким эффектом?

При наличии в ней неременной обратной связи – от Адресанта к Адресату – эта схема актуальна и для современной массовой коммуникации. Адресантом выступает редакция, а Адресатом – аудитория. К каждому из этих 5 составляющих предъявляются определенные требования, выполнение которых обеспечивает успех коммуникации. В социологическом словаре есть еще 26 определений, связанных с понятием коммуникация.

⁶⁶ Социологический энциклопедический словарь. М., 1998. С. 133.

Большая часть из них характеризует формальную часть общения: коммуникативные барьеры, модели, процессы, сети, ситуации, стили, цепи, каналы, дистанции, контроль. Аналогично определены и виды коммуникаций: вертикальная, горизонтальная, дистанционная, взаимная, инструментальная, массовая, многоступенчатая, односторонняя, подсознательная, прямая, фиктивная, экспрессивная. И только одно определение обращено к выявлению мотивации общения – коммуникативные интенции. Все эти понятия рассматриваются и журналистом, организующим массовую коммуникацию. Так, например, ему важно учесть, какие барьеры на пути к восприятию его информации могут быть у его аудитории. Исключительно большое значение имеет контроль над результатами коммуникации и т.д.

Общим для психологического и социологического подходов в организации коммуникации для журналистов является необходимость применять и то и другое знание при организации массовой коммуникации.

Но самый глубинный подход к выявлению сути понятия «коммуникация», как нам кажется, традиционно наблюдается у философов. Философский словарь сообщает, что это слово произошло от латинского *communicare* – совещаться с кем-либо⁶⁷. Философы-идеалисты (от экзистанционализма Ясперса и до современного французского персонализма) трактуют коммуникацию как процесс, в котором «Я» действительно становится самим собой благодаря тому, что обнаруживает себя в другом. Сегодня мы называем этот процесс – самоидентификацией, то есть отнесением себя к тому или иному социальному слою, группе единомышленников.

Исторически учение о коммуникации сложилось в противовес доктрине общественного договора, восходящей к просветительству. Сторонники теории коммуникации подчеркивают, что общественный договор – это контракт, сделка, участники которой ограничены обоюдными обязательствами, они воспринимают и осознают друг друга лишь в свете этих обязательств, то есть абстрактно, безлично. Договор – это связь, покоящаяся на фактической разобщенности людей. Коммуникация же рассматривается как сознательно устанавливаемая глубокая и широкая

⁶⁷ Философский словарь. М., 1980. С. 161.

взаимозависимость: контакт вместо контракта. Средством установления контакта является *дискуссия*, в ходе которой люди, по мнению коммуникативистов, обнаруживают, что их разъединяют общепринятые нормы мышления и роднит то, в чем они различны и индивидуально неповторимы.

Вот такой интересный парадокс. И, действительно, людям незачем вступать в общение, если они являются сторонниками одних и тех же норм мышления. Но им чрезвычайно интересно общение как обмен индивидуальными особенностями. Что же касается не общения, а уже реальной деятельности, то люди, наоборот, предпочитают осуществлять ее, объединившись с единомышленниками, отдавая предпочтение типичному перед индивидуальным. Вот почему дискуссия (общение, коммуникация) – прелюдия к действию, условие осознанного действия, но не то же самое, что само действие. Чем больше индивидуальных точек зрения при общении, тем более высока вероятность эффективного осознанного коллективного действия, потому что партнеры для этого действия выбираются со сходными потребностями и взглядами.

Отсюда вытекает двоякая польза плюрализма массовой коммуникации. С одной стороны, разнообразные мнения интересны для общения. Они расширяют его круг, делают его острым, а средство массовой информации популярным. В этом смысле показательна точка зрения Ясперса, который утверждал, что «процесс обнаружения себя в коммуникации является той единственной в своем роде борьбой тождественной любви: «любящая борьба», которая не смотрит на мир как на гармонию, делающую коммуникацию вообще невозможной, а ставит все под вопрос, порождает затруднения, и претензии которой при исключительной солидарности касающихся таким образом лиц весьма серьезны...»⁶⁸.

С другой стороны, продемонстрированная палитра взглядов позволяет потребителю информации отобрать для себя приемлемые варианты и воссоединиться в своих действиях именно с единомышленниками, не тратя время на бесплодные случайные

⁶⁸ Цит. по: Философский энциклопедический словарь. М., 2009. С. 217.

альянсы. В этом смысле средство массовой коммуникации выступает как организатор реального действия.

Итак, для журналистов коммуникация предстает как интегрированная форма всех вышепредставленных пониманий. На основе такой коммуникации и возможна реализация других онтологических функций журналистики.

Обобщая обзор коммуникационной сущности функций журналистики, можно предложить следующий **план анализа текста с точки зрения реализации в нем коммуникации**.

1. Опишите содержание текста:

- какие знания в нем передаются читателю;
- какие психические и физические состояния описываются и передаются читателю;
- какие мотивации, побуждения к тем или иным размышлениям и действиям содержит текст.

2. Охарактеризуйте целевые установки текста:

- удовлетворению каких биологических потребностей может способствовать текст;
- на удовлетворение каких социальных потребностей направлен текст.

3. Представлены ли в тексте результаты непосредственной коммуникации? Имеют ли они ссылки на источники информации?

4. Есть ли в тексте барьеры, препятствующие восприятию текста аудиторией данного издания?

Кроме того, можно предложить план анализа средства массовой информации с точки зрения организации на его страницах развернутой коммуникации:

1. Можно ли сказать, что данное издание демонстрирует (как часто) на своих страницах различные мнения по обсуждаемым проблемам?

2. В каком соотношении находятся вертикальная (выступление руководителей) и горизонтальная (выступление рядовых людей) коммуникации на страницах издания?

3. Мнения каких людей (социальный статус: профессия, возраст, образование, род занятий) представлены на страницах издания?

4. Каково содержательное разнообразие коммуникации на страницах издания (на основе характеристик содержания текстов по вышеописанному плану)?

5. Какие целевые установки реализуют тексты издания (на основе характеристики целевых установок по вышеописанному плану)?

Предложенные планы анализа могут стать ориентиром для журналистов в процессе подготовки текста к публикации, а также к планированию информационной модели издания.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Немов, Р.С. Психология / Р.С. Немов. – М. : Просвещение, Владос, 1995. – Т. 1. – С. 431–445.
2. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – Вып. 1. – 87 с. – С. 13–25 (СМИ как особый тип социальной коммуникации).
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : РИП-холдинг, 2002. – С. 44–72 (Глава 3. Функции журналистики).

Дополнительная

4. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с. – С. 204–231 (Функции журналистики).
5. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – С. 85–123 (Глава 4. Теория коммуникации о журналистике).
6. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / Л.Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2004. – 397 с. – С. 46–82 (Глава 3. Функции и роли СМИ).

Практическое задание

Проанализировать аналитический журналистский текст с точки зрения реализации им коммуникационной сущности функций журналистики по плану, представленному в данном подразделе. Проанализируйте издание (один или несколько номеров) с точки зрения его коммуникационных качеств.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается коммуникационная сущность функций журналистики?
2. Почему коммуникационная сущность присуща всем функциям журналистики?
3. Какие виды коммуникации в зависимости от содержания вы знаете?
4. Какие виды коммуникации в зависимости от целей вы знаете?
5. Какие виды коммуникации в зависимости от средств вы знаете?
6. Что понимают под коммуникацией социологи?
7. Как рассматривают коммуникацию философы?
8. В чем состоят интегративные задачи массовой коммуникации?

Терминология

Коммуникационная сущность функций журналистики; коммуникация; виды коммуникации в зависимости от ее содержания, целей, средств.

2.4. Мировоззренческие функции журналистики

2.4.1. Духовно-идеологическая функция журналистики

Согласно представленной нами выше схемы взаимосвязи социальных функций журналистики после установления контакта с аудиторией журналистика стремится с помощью своих произведений реализовать всю полноту функций. Рассмотрим подробнее сущность каждой из них. Начнем с функций мировоззренческих, а именно с **идеологической функции журналистики**. Мы усвоили две истины. Сначала журналист должен позаботиться о создании в своём собственном сознании некоей целостной картины мироздания – такой, какой ему удастся. Далее ему следует поинтересоваться мировоззренческими представлениями его аудитории, ее интересами и потребностями и установить контакт с нею, без которого невозможна никакая передача информации, никакой информационный взаимообмен. Когда же коммуникативный контакт установлен и начинается собственно обмен информацией, то происходит перевод внутренних убеждений автора вовне. Свою концепцию мироздания журналист переводит на язык аудитории, его воспринимающей, то есть переводит концепцию в идеологию. В ответ получает идеологическую реакцию аудитории.

Идеология – логически обоснованная совокупность идей: объясненных, аргументированных, представленных в соответствующих образах. Даже при самой казалось бы нейтральной передаче информации практически невозможно, используя слова как символы, избежать каких-либо оценок в отношении объектов информации и их действий. Например: «Вчера на перекрестке улиц Дзержинского и Ворошилова в 5 часов вечера попал под машину Иван Иванович Сидоров. Состояние его здоровья вызывает серьезные опасения у врачей». Видимо, Иван Иванович Сидоров не является рядовым гражданином города, если газета сочла нужным всему населению рассказать о том, что с ним случилось. Выделение его из общего числа горожан определяет какой-то порядок взаимоотношений людей на данной территории.

Изменим данное сообщение: напишем, что вместо Ивана Сидорова под машину попал школьник. И это вызовет у прочитавшего сообщение совсем другие рассуждения: как ведут себя водители на дорогах, куда смотрят родители, организовано ли у нас должным образом обучение детей правилам дорожного движения и т.п.

Теперь замените в сообщении слово «школьник» на слово «человек». И получите рассуждения о взаимоотношениях человека и техники. Этот эксперимент можно было бы продолжать и дальше. Вывод, который отсюда следует, весьма прост: если за каждым словом стоит комплекс его взаимоотношений с окружающим миром, то, подбирая слова для выражения своих мыслей или описания событий, мы неизбежно сообщаем аудитории о своем миропонимании, предлагаем какую-либо идеологию.

Так понимал идеологию М.М. Бахтин: «Ко всякому знаку приложимы критерии идеологической оценки (ложь, истина, справедливость, добро и пр.). Область идеологии совпадает с областью знаков. Между ними можно поставить знак равенства. Где знак – там и идеология»⁶⁹. Бахтин называет психологию внутренним знаком, внутренней речью, подчеркивая ее диалектическое противопоставление идеологии как знаку внешнему: «внутренний знак – тоже знак, а значит, и идеология, только индивидуальная». Идеология как семиотика объективна.

⁶⁹ Бахтин М.М. Фрейдиизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. М., 2000. С. 350.

Но все произнесенное проходит далее стадию социальной объективации — восприятия определенными социальными группами. И здесь возникают оценки в виде этических ценностей, норм права, символов религии и т.д. «Идеологические кругозоры, — пишет Бахтин, — соответствуют социальным языкам»⁷⁰.

Поскольку социальная объективация индивидуальной идеологии неизбежно вербует в свой лагерь единомышленников, то под идеологией начинают понимать некое коллективное мировоззрение.

В результате в языке оформляется представление об идеологии как коллективном образовании. В частности, в словаре С.И. Ожегова идеология трактуется как «система взглядов, идей, характеризующих какую-нибудь социальную группу, класс, политическую партию»⁷¹.

Однако нам представляется верным не ограничиваться только общепотребимым понятием об идеологии, так как журналистика профессионально выполняет идеологическую функцию и обязана представлять своей аудитории весь имеющийся спектр идей о мире, индивидуальных и коллективных. Поэтому для уяснения более широкого представления об идеологии мы обратимся к философским словарям.

В философском словаре под идеологией понимается система взглядов и идей: политических, правовых, нравственных, эстетических, религиозных, философских⁷². То есть речь не идет о социальных группах, их интересах и представлениях. Речь идет о типе идей, их тематическом родстве и комплексном представлении. Это не исключает, что носителем такого комплекса идей может быть любой субъект, группа субъектов, общество в целом. А, значит, для журналиста одинаково важно отразить в СМИ всю палитру наблюдаемых идеологий. Естественно, он вправе оценивать то, что наблюдает, и с позиции своего мировоззрения выдавать свои комментарии. Но он не вправе по субъективному

⁷⁰ Бахтин М.М. Фрейдиизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. М., 2000. С. 350.

⁷¹ Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1988. С. 193.

⁷² Философский словарь. М., 1980. С. 123.

усмотрению умолчать о том, что объективно представлено в окружающем его мире.

Можно предвидеть возражения такого порядка, что предлагать к обсуждению в обществе стоит только прогрессивные идеологии. Конечно, в научной литературе изложены критерии прогресса, можно, обсудив сами критерии, опираться на них и производить отбор для публикаций. Но нам такой путь видится все же рискованным. Принцип абстрактного равенства, заложенный в философии права как регулятива общественных отношений, гласит, что для каждого человека должны быть предоставлены равные права в совершении каких-либо действий. И право свободно высказывать свое мнение о мире (свою идеологию) принадлежит к числу незабываемых прав человека.

Другое дело, что, используя своё равное с другими право, один человек может оказаться в одиночестве со своими воззрениями, а другой — стать духовным лидером нации или совестью человечества. Такое фактическое неравенство вполне оправдано, потому что оно зависит от индивидуальных качеств вступающих в состязание идеологов. Отсюда напрашивается вывод, что журналист как профессиональный идеологический деятель как минимум должен быть сам глубоко эрудирован и коммуникативно талантлив. А еще — ответственен за свое идеологическое влияние на аудиторию, потому что, отражая и комментируя идеологическую палитру общества, он неизбежно формирует новое содержание индивидуального и массового сознания, поскольку таким свойством от природы обладает любая информация.

Что же он формирует? Интересный ответ на этот вопрос, на наш взгляд, дает философский энциклопедический словарь в трактовке того же понятия «идеология». «Идеология, согласно направлению во французской философии периода Великой революции, — это метод установления практических правил воспитания, этики и политики посредством точного познания физиологической и психической организации человека и физического мира»⁷³. Здесь в понятие идеологии входит уже не просто некая совокупность идей, но сформированные на их основе правила поведения в различных сферах деятельности. И это не может быть иначе, поскольку

⁷³ Философский энциклопедический словарь. М., 2009. С. 170.

любая концептуальная идея рано или поздно будет стремиться не только к своему внешнему проявлению – формулированию, но и к реализации на материальном уровне. А для этого ей придется стать планом действий, сводом правил или чем-то тем, что позволяет осуществить переход идеального в материальное. Очевидно, что журналист будет причастен как к обсуждению идей, так и способов их реализации.

Как указывает словарь, способами этой реализации становятся ценности и сформированные на их основе этические нормы, а также правовые законы. Естественно, что журналист через свою идеологическую деятельность оказывается причастным к их формированию.

По нашему мнению, наиболее удачный синтез всех выше-названных определений понятия «идеология» дает социологический словарь, если иметь в виду оба представленные там смысловые значения этого понятия: 1. Система взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности и друг к другу, которые выражают интересы различных социальных групп, классов, обществ. 2. По Дюстату де Траси – наука об идеях, их происхождении, законах развития, истинности и применимости⁷⁴. Здесь есть все: и указание на саму мировоззренческую сущность понятия, и на ее индивидуальную или групповую принадлежность, и на ее влияние на сознание, а также регулирующее воздействие в обществе.

В заключение небольшого исследования по выявлению сути понятия «идеология» приведем определение Е.П. Прохорова, которое можно назвать краткой программой идеологического действия для журналиста: «Идеология – это система взглядов, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности и друг другу, социальные проблемы и способы их разрешения, определяются цели и средства (программы) социальной деятельности государственных образований и общественных объединений по поддержанию статус-кво или преобразованию социальных отношений в соответствии с интересами и потребностями носителей данной идеологии»⁷⁵. И далее

⁷⁴ Социологический энциклопедический словарь. М., 1998. С. 94.

⁷⁵ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 49.

профессор делает обобщение: «Чем выше степень адекватности представлений (чем точнее наше знание реалий современности, справедливы ее оценки и предвидения будущего), тем более общечеловеческий характер носит эта идеологическая система, тем успешнее отражает нужды общественного прогресса, и наоборот»⁷⁶.

Хотелось бы также обратить внимание на одно весьма важное обстоятельство, мимо которого не проходит ни один словарь. В философском энциклопедическом словаре сказано: «В настоящее время понятие идеологии употребляется почти исключительно как характеристика неистинного мировоззрения, предназначенного для обмана ради материальных, а также политических интересов»⁷⁷. Как видим, произошла явная девальвация идеологии как объективной истины в силу подмены в ней точного исследования чьими-то интересами. Отсюда нередко возникает требование отказаться от идеологии как таковой вообще (деидеологизация), что равносильно призыву замолчать всем навеки. Ведь любое произнесенное слово, по М.М. Бахтину, уже есть символ, уже идеология.

Мы же предлагаем журналистам реализовывать ответственное, толерантное идеологическое поведение, моделируемое на основе глубоких научных знаний и богатого образного мышления.

Результатом такого поведения будет тот или иной уровень развитости массового сознания. Сущность этого понятия также требует своего прояснения. В качестве базовой основы для этих рассуждений можно использовать схему, предложенную Е.П. Прохоровым, поскольку в ее основе явно просматривается онтологический подход. Глубинным ядром массового сознания он считает *мировоззренческие и мирозерцательные представления* о целостной картине мира. Это чувственно-логический образ мироздания. Это единство научного знания о мире и его эмоционально-художественного восприятия, которыми обладает общество. И, поскольку оно отражает основные закономерности развития, такое знание может быть определено как знание о *будущем* времени.

⁷⁶ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 50.

⁷⁷ Философский энциклопедический словарь. М., 2009. С. 170.

Глубинное теоретическое ядро массового сознания постоянно сверяется с *историческим сознанием*, которое отражает *уже прожитые* реальные процессы и может выступать как практический критерий истины теоретических представлений.

Знание о настоящем, о текущей картине жизни в массовом сознании присутствует в виде общественного мнения, которое выступает отражением, реакцией на происходящее.

И, как мы уже говорили, комплекс представлений о мире постепенно воплощается в некий план действий, то есть формируется определенная социальная позиция, активизация которой и приведет к реальному воплощению в жизнь мыслительных моделей.

Таким образом, **массовое сознание** представляет собой отраженную картину мира в непрерывном потоке времени, на основе которой формируется социальная позиция. На схеме это можно изобразить следующим образом (рис. 19).

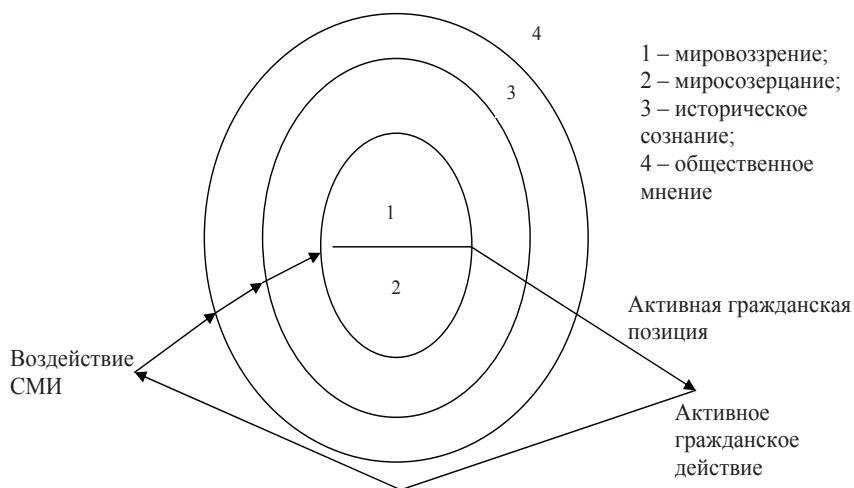


Рис. 19. Структура массового сознания

Поскольку СМИ являются оперативной массовой периодической информационной системой с обратной связью и спиралевидным функционированием, журналист участвует как в отражении содержания массового сознания, так и в его формировании. В этом и состоит сущность его идеологической функции.

План анализа текста с точки зрения качества реализации в нем духовно-идеологической функции журналистики

1. Какая совокупность идей (политических, экономических, социальных, правовых, духовно-нравственных) представлена в тексте? Какие именно это идеи?
2. Как показаны в тексте их взаимосвязь и взаимовлияние?
3. Рассматриваются ли данные идеи с опорой на научное знание? Какие именно знания?
4. Рассматриваются ли данные идеи с опорой на исторический опыт? Какой именно?
5. Как выражено в тексте общественное мнение о представленных идеях?
6. Позволяет ли текст на основе представленных идей сформировать собственную мировоззренческую и социальную позицию по описанным вопросам? Каковую именно?
7. Мотивирует ли текст на практическую реализацию сформированной социальной позиции в конкретные социальные действия и поведение? Какие именно действия, какое поведение?

Рекомендуемая литература

Основная

1. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 161–197 (Функционирование журналистики).
2. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – М. : РИП-холдинг, 2002. – С. 44–73 (Глава 3. Функции журналистики).
3. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с. – С. 204–231 (Функции журналистики).

Дополнительная

4. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. – М. : Факультет журналистики МГУ ; Икар, 2000. – С. 107–110.
5. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – Ч. 2. (Глава о функциях).

Практическое задание

Проанализировать аналитический журналистский текст с точки зрения реализации им духовно-идеологической функции журналистики по плану, предложенному в данном подразделе.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие функции являются мировоззренческими?
2. Что такое идеология?
3. Что понимается под идеологической деятельностью в журналистике?
4. Индивидуальная и массовая идеология и проблемы их взаимодействия.
5. Структура массового сознания.
6. Что такое социальная позиция как условие социального действия?

Терминология

Идеология, идеологическая функция журналистики, мировоззрение, миросозерцание, историческое сознание, общественное мнение, социальная позиция.

2.4.2. Культурно-просветительская функция журналистики

В тесной связи с идеологической функцией журналистики находится функция культурно-просветительская. Чтобы обозначить эту связь, сначала необходимо определить, что мы будем иметь в виду, когда говорим о культуре. М.С. Каган сразу же предупреждает нас: «Одним из самых спорных моментов в понимании культуры является ее определение». Учебники философии культуры и культурологии сообщают, что существует порядка 150 различных определений культуры⁷⁸.

Попытаемся абстрагироваться от различий и разнообразия подходов (при всей их возможной правомерности) и выявить общую онтологическую суть понятия. Из обилия определений ясно, по крайней мере, одно: **культура** — это в отличие от идеологии не совокупность идей, это их реальное воплощение (реальное бытие), тот или иной способ существования, определяющий *оптимальный уровень* бытия на данной территории в данное время.

⁷⁸ Каган М.С. Философия культуры. СПб., 1996. С. 36–55.

Оптимальность определяет сама практика. Если здесь и сейчас происходит бурное развитие и процветание какого-либо явления, то это значит, что оно сейчас оптимально для данной территории. Оптимальный не имеет качественной оценки, хороший он или плохой. Он такой, какой есть, порожденный наличными условиями к его реализации. Говоря о том, как сегодня живет человек или сообщество в целом на какой-то конкретной территории, какие результаты достигнуты отдельной личностью или какой-либо группой, обществом, мы неизбежно будем говорить о культуре. Вот насколько всеобъемлюще это понятие.

Итак, все, что мы произносим, это — идеология, все, что существует в реальном мире — культура. Отсюда будут равно справедливы на первый взгляд противоречащие друг другу утверждения: идеология определяет культуру, которая определяет идеологию. Не имеет смысла спорить, что первично, важно то, что эти понятия являются влияющими друг на друга, они органично связаны между собой как идеальное и материальное начала мира.

В определениях культуры обычно делается акцент на том, что культура — это нечто достойное, что следует сохранять в веках. А недостойное культурой не является. Но это статическая, внутрискруктурная характеристика понятия. Культурные ценности имеют стремление к обретению статуса вечных ценностей. Таким образом, мы будем вынуждены, подчиняясь «вечным» представлениям, пусть даже сколько-то эволюционирующим, из века в век живописать высокую культуру, не пытаясь оценивать при этом ее внешнее воздействие, то есть реальное место и роль в современной жизни. Нам представляется, что такой подход к культуре как явлению противоречит сущности понятий информация и массовая информация, поскольку исключает относительные характеристики анализируемого явления. И для профессиональной журналистской деятельности такая реализация культурного просветительства будет недостаточной. В связи с этим хотелось бы несколько скорректировать традиционный статический подход к трактовке понятия «культура» и рассматривать культуру не как положительный остаток при вычитании плохого бытия из бытия вообще, а оценивать бытие в целом, определяя через понятие *уровень культурного развития* наличие в нем какого-то достоинства. При этом, как нам кажется,

сохраняется и традиционное понятие культуры как некоей совокупности ценного качества, но оно дополняется количественными характеристиками и указанием на вектор и динамику развития данного качества. С известной долей условности можно предложить следующую формулу определения реального уровня культурного развития:

Уровень культурного = «Бытие» – «Бытие недостойное»
развития

Очевидно, что в остатке как раз и будет достойное бытие, но при этом видно не только его качество, но и количественное присутствие. В этом случае мы сможем иметь не только статическую характеристику некоего положительного явления (бытия достойного), но и определять значение, роль и место этого положительного в реальном времени на данной территории. Важно знать не только о наличии чего-то хорошего, но и о том, какова доля этого хорошего в общем целом. Вот тогда и можно будет реально оценивать уровень культурного развития разных территорий и разных времен, низкий он, средний или высокий, а также сравнивать этот уровень между собой. Это уже динамический подход к определению понятия.

Пытаясь оценить уровень культурного развития какого-либо объекта, явления или процесса, мы соизмеряем его, прежде всего, с образцовым, идеальным состоянием, с высшим из известных ценностным уровнем развития данного явления. Затем производим оценку по сравнению с уровнем, оптимальным для данной территории в данное время, то есть оцениваем исследуемый объект по сравнению с современной культурой: насколько по своему ценностному содержанию это – продукт времени. Кроме того, можно выбрать любую другую точку отсчета на шкале времени или пространства и произвести таким образом исторические или географические (геополитические) сравнения. Журналисту при этом необходимо *указать на точку отсчета*, с каким именно явлением сравнивается рассматриваемое явление. А также необходимо определить, что именно, какие аспекты явления подвергаются сравнению, то есть *указать критерии сравнения*. И, разумеется, необходимо *аргументировать свои оценки*, полученные в результате произведенного сравнения. Только тогда аудитория сможет точно понять, как и почему оценивает данное явление журналист, сможет согласиться с ним или поспорить.

Таким образом, одно и то же культурное явление может получить разные качественные оценки. С позиции сравнения с идеальным — это будет одна оценка. С позиции сравнения с оптимальным для данной территории в данное время — другая. С иноземной позиции — она будет третьей. Например, для американца в 90-х годах прошлого века совершенно привычной и необходимой была постоянная альтернатива выбора во всем. То же явление в России, появившееся в результате перестройки, сначала воспринималось русским человеком как тирания выбора, и он подсознательно стремился к привычному единообразию бытия. Есть даже пословица на тему различия ментальных пристрастий: что для русского хорошо, то для немца — смерть.

И какой-то четвертой может оказаться оценка того же культурного явления, но рассмотренного в контексте исторического сравнения. Попытка же вывести абсолютное качество вне времени, пространства, конкретных условий бытия может привести к весьма амбициозным претензиям. Именно так, например, выглядит официально объявленный статус Сталина — «отец всех времен и народов».

Можно привести аналогичный пример подобной журналистской саморекламы. Газета «Тольяттинское обозрение» в подзаголовке указывала: «самая независимая газета». Самая независимая в каком ряду сравнения? И что понимается под критериями независимости? Если она, например, независима от своего читателя, то вряд ли это хорошо.

Вне меры нет разговора об уровне культурного развития. Но какого труда стоит выявление меры! Это, другими словами, комплексный сравнительный анализ реалий. Нужны серьезные, фундаментальные знания, чтобы оказаться способным такой анализ производить. Иногда приходится привлекать к этому процессу специалистов. Журналист может и не делать вывод по результатам сравнения, но предоставить сравнительный материал для самостоятельного размышления читателя он просто обязан.

Поскольку понятие культура всеобъемлюще по своему предмету да еще многообразно по формам существования, от журналиста требуется не просто верный методологический подход при реализации культурно-просветительской деятельности, но и широчайший кругозор. Ведь оценку нужно не только

определить, но и обосновать. Кругозор можно иметь, накапливать, развивать или приобретать по мере потребности осветить в газете ту или иную тему. Но демонстрировать его отсутствие в статьях, выступая в роли сиюминутного фотографа, — это значит заведомо не реализовывать одну из основных функций СМИ — культурно-просветительскую.

Нередко понятие культурно-просветительской журналистики пытаются свести к освещению деятельности в сфере литературы и искусства. Думается, это происходит не случайно. Искусство, да и литература — это своего рода символическое выражение оценки культурного уровня. Недаром мы говорим о типизации образов. Искусство и литература уже выполнили стоящие перед журналистом задачи сравнения сущего. И журналисту лишь остается раскрыть секрет созданных образов, как бы расшифровать для читателя их внутреннюю суть. Это процесс, обратный тому, о котором мы говорили выше. Здесь имеет место не концентрация информации до состояния вывода (индуктивный способ), а наоборот — раскрытие вывода (образа) с целью его анализа (дедуктивный способ). Синтез и анализ (индукция и дедукция) — взаимодополняющие методы реализации культурно-просветительской функции.

Обобщая вышесказанное о культурно-просветительской функции журналистики, можно сделать вывод, что решение задачи поднять общий уровень культурного развития массовой аудитории для журналиста означает попытку приучить читателя вести самостоятельный сравнительный анализ явлений действительности и своего поведения в ней с целью определения его уровня культурного развития, то есть научить аудиторию рефлексировать.

До сих пор мы, употребляя двойное терминологическое обозначение функции прессы — культурно-просветительская, говорили лишь о понятии культуры. Отдельного анализа требует и вторая составляющая термина. Целая череда философских учений, а также реальной исторической практики стоит за понятиями «образование» или «просвещение». Нам мало сообщить о некоем культурном уровне явления, нам надо, чтобы высокий уровень культуры закрепился в реальности и получил свое развитие. И вот тут мы начинаем говорить об образовании, просвещении.

Несмотря на то что в словарях эти понятия обозначаются как синонимы, между ними есть разница. Именно она заставляет нас сделать выбор в пользу второго термина. По С.И. Ожегову, «образование — совокупность знаний, полученных специальным обучением»⁷⁹, а «просвещение — распространение знаний, культуры»⁸⁰. Нас как журналистов интересует распространение совокупности знаний, то есть просветительство.

Социологический словарь добавляет к языковому некий социально-прагматический аспект. И образование трактуется уже как «совокупность систематизированных знаний, умений и навыков»⁸¹. Это значит, что человек не просто обладает определенными сведениями, но и умеет ими пользоваться. А в толковании просвещения говорится о целой «системе воспитательно-образовательных мероприятий»⁸². То есть опять второй термин по объему чуть шире первого и потому предпочтительнее для журналистов.

Философский энциклопедический словарь, рассмотрев суть понятий «образование» и «просвещение», представляет их как перечень исторически существовавших форм (систем) образовательного процесса. Это значит, что просвещение и образование рассматриваются как понятия, привязанные к конкретным территориям и времени. Образование словарь предлагает понимать как «духовный облик человека, который складывается под влиянием моральных и духовных ценностей, составляющих достояние его культурного круга, а также процесс воспитания, самовоспитания, шлифовки, то есть процесс формирования облика человека. При этом главным является не объем знаний, а соединение последних с личными качествами, умение самостоятельно распорядиться своими знаниями»⁸³.

Просвещение словарь объявляет нам «течением в области культурной и духовной жизни, ставящим себе целью заменить воззрения, основывающиеся на религиозном или политическом

⁷⁹ Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1988. С. 370.

⁸⁰ Там же. С. 544.

⁸¹ Социологический энциклопедический словарь. М., 1998. С. 207.

⁸² Там же. С. 273.

⁸³ Философский энциклопедический словарь. М., 2009. С. 312.

авторитете, такими, которые вытекают из требований человеческого разума и могут выдержать критику со стороны каждого индивида в отдельности... В философии Просвещение выступало против всякой метафизики, оно способствовало развитию всякого рода рационализма, в науке – развитию естествознания, ... в области морали и педагогики Просвещение проповедовало идеалы гуманности и отвечающую запросам времени систему воспитания молодежи; в области политики, юриспруденции и общественно-экономической жизни – освобождение человека от несправедливых уз, равенство всех людей перед законом, перед человечеством»⁸⁴. Главные представители Просвещения: в Англии – Фрэнсис Бэкон, Гоббс, Локк, Юм; во Франции – Бойль, Вольтер, Руссо, Монтескье, Дидро; в Германии – Вольф, Лессинг, Кант, Фридрих Великий, Томазий; в России – Новиков, Радищев, Белинский, Чернышевский, Герцен; в Америке – Джефферсон, Франклин.

Однако, как известно, отказ от метафизического подхода, то есть от философского, надэмпирического осмысления, стал тормозом на пути развития. Понадобился синтез теоретических осмыслений и фактических знаний. И философский энциклопедический словарь осуществляет этот подход, уже не пытаясь вычленить различия между «образованием» и «просвещением», дает подробный анализ этих синонимов. В словаре указывается, что **образовывать** – значит выставлять образец, устанавливать предписания – во-первых, и формировать уже имеющиеся задатки – во-вторых⁸⁵. Образование – это неотделимый от личности процесс, внутренний процесс созидания образов или образцов, которым человек следует в своей жизни. В процессе образования то, на чем и благодаря чему некто получает образование, должно быть усвоено целиком и полностью.

Исторически становление феномена образования шло в процессе формирования механизмов сохранения и передачи социально значимого содержания из поколения в поколение.

⁸⁴ Философский энциклопедический словарь. М., 2009. С. 370.

⁸⁵ Там же. С. 312.

Впервые Платон поставил вопрос о возможности передачи добродетели в последующие поколения. Учить навыкам жизни сообща — вот задача, которую перед собой ставил всякий мудрец. Сократ также обращал внимание на особое значение образования, потому что, чтобы было государство, должно существовать нечто единое, которому сопричастны все, и этим единым он считал добродетель. А под высшей добродетелью разумел знание, ибо нет ничего выше знания о том, что есть худо, а что — хорошо.

Сущностно понятие «образование» было раскрыто Платоном в его труде «Государство». Греки понимали под пайдеей образование. Пайдея означает руководство к изменению всего человека в его существе. Восхождение из пещеры к солнцу, согласно притче, есть постоянное преодоление необразованности. Солнце у греков — воплощение идеи добра. Причем добро понималось не узконравственно, оно «то, что для чего-то и делает другое к чему-либо годным». Это высшая ценность для людей.

Реализуя второе толкование понятия «образование» как формирование имеющихся задатков, Платон говорил о необходимости заботиться о себе, чтобы стать способным (годным) управлять другими людьми и полисом. Стать тем, чем человек никогда не был, — главная тема самореализации. Для этого надо выйти за собственные пределы, осуществить переход от незнания к знанию. Педагогика (по Фуко) — изменение способа существования субъекта. Отношение педагога-наставника к своему подопечному определяет отношение обучающегося к самому себе. Если наставник заинтересован в образовании своего ученика, то и сам ученик будет заинтересованно относиться к себе, формировать свою личность, получать образование.

И наконец, очень емкой выглядит формулировка понятия «образование» у Гегеля. Это примирение с самим собой и узнавание себя в инобытии.

Однако очевидно, что нынешняя эпоха характеризуется падением спроса на сознание. Люди поглощают информацию, не усваивая ее. Познавательная активность, о которой говорили философы, умирает. Причиной этого нередко называют деятельность современных СМИ. Тотальность информирования лишает возможности отличить истину от фикции, а реальность — от симуляции. Информация как копия реальности заменяет

саму реальность или предваряет ее. Поэтому сообщение о реальности теряет смысл, что ведет к атрофии сознания.

В связи с этим особенно актуальными оказываются попытки педагогов сохранить способности к осмыслению у учеников хотя бы как залог формирования своеобразия личности, как элемент индивидуальной отличительности и способ сохранения себя во все более агрессивной среде. А среда становится таковой, поскольку там, где атрофируется сознание, вступают в силу природные разрушительные инстинкты человека.

Выполняя культурно-просветительскую функцию, пресса выступает как педагог, от которого требуется вышеописанная самоотверженность культурного создателя. Реализация такого предназначения не может осуществляться как поручение главного редактора, выполняемое за зарплату. Нужна энергия осознанной потребности просветительства. Она не обязательно должна быть связана с какой-то конкретной системой идей. Системы могут быть разные. Важна сама возможность формулировать идеи и обсуждать результаты их воплощения. Именно за это и боролись в первую очередь деятели эпохи Просвещения.

Заканчивая разговор об идеологической и культурно-просветительской функциях журналистики, подчеркнем, что мы вели речь о **мировоззренческих функциях журналистики**. В размышлениях над всеобщими проблемами в системе «мир — человек», которыми занимается философия, приоритет отдается проблемам человека. И журналистика как деятельность тоже стоит на службе у человека в его попытках установить диалог с окружающей средой, включая само человеческое сообщество. Поэтому именно мировоззренческие функции и философии, и журналистики выходят на первое место среди остальных функций этих теперь тесно взаимосвязанных наук.

Н.А. Бердяев писал: «Философия всегда была прорывом из бессмысленного, эмпирического, принуждающего и насилующего нас со всех сторон мира к миру смысла»⁸⁶. Журналистика — это

⁸⁶ Бердяев Н.А. Я и мир объектов. Опыт философии одиночества и общения. Философия свободного духа. М., 1994. С. 232–233.

современная философия вслух, осмысление реальной жизни, поиски ее смысла в конкретной исторической действительности.

Хочется привести еще одну цитату из сочинения В.С. Соловьева, чтобы обнаружить в ней указание на совокупность все тех же мировоззренческих функций: «...Безусловно, необходимы для жизни человеческой убеждения и воззрения высшего порядка, то есть такие, что разрешали бы существенные вопросы ума, вопросы об истине сущего, о смысле или разуме явлений и, вместе с тем, удовлетворяли бы высшим требованиям воли, ставя безусловную цель для хотения, определяя верховную норму деятельности, давая внутреннее содержание всей жизни... Такие общие воззрения существовали и существуют, и притом в двух формах: религии и философии»⁸⁷.

В этом определении ярко выражены указания на отражательно-информационную и культурно-воспитательную функции философии. Применительно к журналистике, следуя за Е.П. Прохоровым, мы также выделили две мировоззренческие функции: духовно-идеологическую и культурно-просветительскую, по общему смыслу тесно связанные с функциями философии. В этом ключе и постарались их описать.

План анализа текста с целью определения качества реализации им культурно-просветительской функции журналистики

1. Какая проблема поставлена и проанализирована автором? Какие объекты, явления, процессы стали предметом его культурологической оценки?

2. Как определяется автором в тексте уровень культурного развития анализируемого объекта, явления, процесса? Насколько убедителен автор в своих оценочных выводах?

3. Как сочетаются названные автором нормы, ценности, идеалы, образцы с объективными общественными ценностями, а также с ценностными ориентациями издателя (учредителя), определенными типологической концепцией издания?

4. Какова культурная прагматическая значимость текста для читательской аудитории, то есть каковы потенции текста в позитивном влиянии на рост уровня культурного развития аудитории?

⁸⁷ Соловьев В.С. Несколько слов о настоящей задаче философии. В 2 т. Т.1. М., 1989. С. 16–17.

5. Можно ли предположить какой-либо результат негативного влияния текста на сознание и поведение аудитории, действия социальных институтов?

Рекомендуемая литература

Основная

1. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. — М. : РИП-холдинг, 2002. — С. 44–73 (Глава 3. Функции журналистики).
2. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. — М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. — 272 с. — С. 204–231 (Функции журналистики).

Дополнительная

3. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие. / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. — М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. — Ч. 2. — С. 43–80..

Практическое задание

Проанализировать аналитический журналистский текст с точки зрения реализации им культурно-просветительской функции по плану, предложенному в данном подразделе.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое культура?
2. Что такое уровень культуры как мера качественной и количественной характеристики культуры?
3. Как оценить уровень культуры того или иного явления?
4. Почему культурную функцию журналистики мы называем еще и просветительской?

Терминология

Культура, уровень культуры, формула культуры, образование, просвещение, культурно-просветительская функция.

2.5. Мирозерцательные функции журналистики

2.5.1. Эмоционально-психологическая функция журналистики

Эмоционально-психологическая функция журналистики связана с реализацией способностей человека к чувственному познанию мира, результатом которого является сформированная им в своем сознании созерцательная картина мира. Что мы понимаем под чувственным познанием? Прежде всего, это получение информации об окружающем через органы чувств. Надо отметить, что такая способность у человека весьма ограничена, он проигрывает в ее развитии многим другим живым существам: хуже видит, слышит и т.д. Совершенствования в этом плане столь несущественны, что они практически не помогают человеку лучше познать мир. Использование специальных приборов, которые позволяют видеть микромир, усиливают звуковые волны, что, конечно, продвигает человека на пути познания. Но данный способ уже нельзя назвать чувственным, поскольку используемые приборы – плод интеллектуальной деятельности человека, их работу можно воспринимать как дополнительные, внешние данные, осмысляемые на рациональном уровне.

А вот то, что существенно расширяет сферу чувственного отражения действительности, так это практика – эмпирически добытый опыт. В процессе ежедневной практики хирург, например, начинает на глаз безошибочно отличать розовые и красноватые оттенки воспаленных тканей, повар безошибочно на глаз определяет объем и вес продуктов, на вкус – его качества. Практика дает множество различных чувственных ощущений, которые хорошо запоминаются человеком и создают основу для его полнокровной духовной жизни. Философы утверждают, что «чувственная односторонность или даже поверхностность в информативном и эмоциональном отношениях граничит с бездуховностью, ведущей к потере человечности в человеке»⁸⁸.

Естественные, природные **нравственные чувства человека**, такие как стыдливость, жалость и благоговение, которые выделяет В.С. Соловьев как природные качества человека, в процессе социальной практики преобразуются человеком в совокупность духовных ценностей. На основе ценностей формируются

⁸⁸ Алексеев П.В., Панин А.В. Философия. М., 1996. С. 198.

этические нормы, регулирующие отношения людей в обществе. Отсутствие такой практики или пренебрежение ею создает серьезные проблемы во взаимодействии людей, порождает конфликтные ситуации. Именно всестороннее представление эмпирического опыта людей и их эмоционально-психологической жизни на страницах СМИ как самой оперативной и доступной информационной системы позволяет существенно расширить границы индивидуального опыта и сделать этот личный опыт достоянием общественным. Не случайно говорят, что можно и лучше учиться на чужих ошибках, а не на своих.

К. Маркс писал: «...чувства общественного человека суть иные чувства, чем чувства необщественного человека. Лишь благодаря предметно развернутому богатству человеческого существа развивается, а частью и впервые порождается, богатство субъективной человеческой чувственности: музыкальное ухо, чувствующий красоту формы глаз, короче говоря, такие чувства, которые способны к человеческим наслаждениям и которые утверждают себя как человеческие сущностные силы. Ибо не только пять внешних чувств, но и так называемые духовные чувства, практические чувства (воля, любовь и т.д.), — одним словом, человеческое чувство, человечность чувств, — возникают лишь благодаря наличию соответствующего предмета, благодаря очеловеченной природе. Образование пяти внешних чувств — это работа всей предшествующей всемирной истории. Чувство, находящееся в плену у грубой практической потребности, обладает лишь ограниченным смыслом...»⁸⁹.

Но возможно ли восприятие человеком чужого чувственного опыта? Существует три **формы чувственного отражения мира**: ощущения, восприятие и представления. **Ощущения** соответствуют отдельным свойствам предмета и могут существовать вне восприятия предмета (ощущение холода, например, можно испытывать и не выходя на улицу, где очень холодно, а лишь глядя на улицу через окно). **Восприятие** — это целостная система свойств предмета, усвоенная при непосредственном взаимодействии с предметом и переданная нам через ощущения. **Представления** о предмете — это тоже целостный образ предмета,

⁸⁹ Маркс К., Энгельс Ф. Собрание соч. В 50 т. Т. 42. М., 1965. С. 122.

но получаемый без непосредственной связи с ним, это образ ранее воспринятого предмета (воспоминание о нем) или образ, созданный воображением. Именно благодаря наличию представлений и возможности их передачи другому человеку и происходит обмен чувственным опытом, формируется способность к прогнозированию на эмпирической основе. На этом свойстве человека и основаны мирозерцательные функции журналистики: эмоционально-психологическая и социально-бытовая.

Однако необходимо учитывать, что ощущения людей, а значит, восприятия и представления все же в определенной мере субъективны. В.С. Тюхтин пишет, что между ощущением и самим предметом есть несколько посредствующих звеньев, преломляющих воздействие, идущее от внешнего объекта. Внешние воздействия в рецепторах (органах чувств – авт.) превращаются из одного вида в другой, кодируются и посредством сигналов-импульсов передаются в соответствующие мозговые центры, где перекодируются на язык нейродинамических отношений, подвергаются дальнейшей переработке, взаимодействуя с прошлыми следами. Благодаря этим преобразованиям продукты деятельности органов чувств – ощущения – отличаются по качеству от отображенных свойств⁹⁰. Именно поэтому чужой чувственный опыт может не полностью совпадать с личным, не полностью восприниматься или приниматься как свой. Поскольку полное совпадение или полное восприятие опыта происходит далеко не всегда по вполне объективным причинам, важно соблюдать требование **толерантности** и корректности при общении и журналисту как посреднику, организующему информационное взаимодействие, и аудитории, участвующей в нем. Кроме того, у журналиста не должно быть иллюзий в том, что восприятие предоставленной им информации будет идеально точным. При преобразовании потенциальной информации в активную (усвоенную) определенные потери неизбежны. Но это не отменяет безусловной полезности передачи чувственного эмпирического опыта, так как информативность ощущений всё же позволяет человеку более-менее успешно ориентироваться в окружающем мире.

⁹⁰ Тюхтин В.С. Отражение, системы, кибернетика. М., 1972. С. 146.

Чтобы наиболее адекватно передать чужой наблюдаемый опыт, необходимо как можно более подробно, в деталях, интересоваться, прежде всего, ощущениями человека от его взаимодействий с другими объектами в описываемых ситуациях. И тогда, сличая описываемое с собственными ощущениями, читатель сможет наиболее адекватно воспринять информацию. Соответствие чувственных планов взаимодействующих субъектов — обязательное условие усвоения информации. Для реализации эмоционально-психологической функции журналистики автору надо иметь представление о чувственном опыте его аудитории. А здесь важным оказывается то обстоятельство, что субъект-индивид является деятельностным, общественно-историческим существом и на его ощущения, восприятия предмета активно влияют интересы, потребности, установки не только его собственные, но и окружающих его людей и общества в целом. Именно поэтому предметы предстают перед человеком в их ценностном значении для жизни в данном общественном окружении, в данной ментальной среде. Учет особенностей ментальности читателя в связи с этим имеет весьма серьезное значение.

Для журналиста важно не только понимать механизм эмоционально-чувственного взаимодействия с миром при сборе и передаче информации, для него важно оценить и само эмоционально-психологическое содержание, которое он передает читателю. Это содержание формируется в зависимости от выбора объектов авторского внимания журналиста. Так, например, если газета, выходящая ежедневно, на первой полосе будет постоянно давать крупным планом кровавые сцены насилия, то у читателя сложится ощущение, что он живет в жестоком мире, где ежедневно, если не чаще, кого-то зверски убивают. Если же газета будет давать снимки умиротворяющих пейзажей, умильные лица детей, трогательные фотографии животных и т.п., то мир покажется читателю исключительно спокойным и радостным.

Эмоции делятся на позитивные и негативные. И совсем не все равно, в каком пропорциональном отношении они предлагаются аудитории средствами массовой информации. Разумеется, эмоциональная картина мира рисуется не по субъективному выбору журналиста, ведь она прежде всего — отражение реального предметного мира. Но если мы стремимся

гармонизировать свои взаимоотношения с внешним миром, то важно понимать, что же такое чувственная гармония? Оказывается, ей существует даже количественное исчисление. Это пространственный принцип золотого сечения как основа природной гармонии. Пропорции 38:62 (в округленном виде) могут стать объективным ориентиром эмоциональной гармонизации. Шестьдесят два процента позитивных эмоций вполне уравновесят тридцать восемь негативных и позволят личности спокойно функционировать. В то время как повальное очернение действительности способно сформировать лишь апатию и отчаяние. В связи с этим мы можем говорить об ответственности журналиста за эмоционально-психологическое состояние его аудитории. (Психологическое состояние – это внутреннее самочувствие человека, эмоциональное состояние – это внешнее проявление психологического состояния.)

На основании вышесказанного можно предложить **план анализа текста с точки зрения реализации им эмоционально-психологической функции журналистики:**

1. Какое эмоционально-психологическое состояние (позитивное, негативное) может сформировать данный текст у читателя? В чем именно выражается это состояние?
2. С помощью каких средств передается эмоционально-психологическое состояние автора аудитории?
3. Возникает ли у читателя представление об описываемом предмете, ситуации? С помощью каких средств передаются ощущения?

Кроме того, предлагаем план анализа номера издания или целой подшивки номеров:

1. Определите процентное соотношение позитивно, негативно и нейтрально окрашенных публикаций.
2. Проанализируйте эмоциональную окраску первых полос издания.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Алексеев, П.В. Философия : учебник для вузов / П.В. Алексеев, А.В. Панин. – М. : ТЕИС, 1996. – 504 с. – С. 196–209 (Глава 10. Чувственное познание).

2. Маркс, К. Собрание соч. В 50 т. Т. 42 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М. : Политиздат, 1965. – С. 122.
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие.– М. : РИП-холдинг, 2002. – С. 65–66 (Глава 3. Функции журналистики).
4. Тюхтин, В.С. Отражение, системы, кибернетика. Теория отражения в свете кибернетики и системного подхода / В.С. Тюхтин. – М. : Наука, 1972. – 256 с. – С. 146.

Дополнительная

5. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с. – С. 204–231 (Функции журналистики).

Практическое задание

Проанализировать аналитический журналистский текст с точки зрения реализации им эмоционально-психологической функции журналистики по схеме, предложенной в данном подразделе.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие функции журналистики являются миросозерцательными? Почему они так называются?
2. Как расширить сферу чувственного отражения действительности? Какую роль в этом могут сыграть СМИ?
3. Назовите формы чувственного отражения мира.
4. Почему журналист должен быть толерантным?
5. Как обеспечить наиболее точное и полное восприятие аудиторией чужого опыта?
6. Каковы оптимальные пропорции позитивной и негативной информации в СМИ? Чем они обоснованы?

Терминология

Миросозерцательные функции журналистики, эмоционально-психологическая функция журналистики, рецепторы, формы чувственного отражения мира (ощущение, восприятие, представление), нравственные чувства человека (стыдливость, жалость, благоговение), толерантность.

2.5.2. Социально-бытовая функция журналистики

Социально-бытовая функция журналистики, как и эмоционально-психологическая, тоже принадлежит к мирозерцательным функциям, поскольку речь идет об отражении картины мира, воспринимаемой через эмпирическое (опытное) взаимодействие с ним. Но **социально-бытовая функция** означает отражение не идеального (эмоционально-психологического) состояния человека и общества, а его реальную бытовую жизнь во всем ее объеме и разнообразии. Этот информационный уровень отражения действительности наиболее доступен аудитории, так как не требует особых интеллектуальных усилий. Это наиболее требующая информация, потому что очевидна ее прикладная направленность – она полезна, прагматична. К числу таких материалов принадлежат рекламно-справочные сообщения, различного рода консультации, советы, рекомендации. Это также житейские истории, бытовая жизнепанорама. Е.П. Прохоров называет эту функцию **рекламно-справочной**, способствующей «развитию культуры на бытовом уровне»⁹¹. Именно в этом смысле она является продолжением культурно-формирующей функции журналистики.

Большое место в СМИ занимает различная реклама. С одной стороны, она информирует потребителя о товарах и услугах, а с другой стороны, как подчеркивает Прохоров, «формирует культуру потребления... Связывая стандарты потребления с характером образа жизни, реклама тем самым выполняет идеологические функции»⁹².

Из перечня функций журналистики, которые определяет С.Г. Корконосенко⁹³, аналогичное действие производят личные функции, осуществляющие **ориентацию** человека в окружающем его мире.

Аудитория всегда рассматривала и рассматривает СМИ, хотя сегодня в значительно меньшей степени, как помощника простому человеку в решении любых его жизненных проблем. Это происходит потому, что журналисты обладают наиболее широкими

⁹¹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 65.

⁹² Там же. С. 66.

⁹³ Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001. С. 166–168, 191–192.

и точными представлениями о текущих процессах современной жизни и в силу своей информированности могут помочь найти верное решение или путь к нему. Такие ожидания аудитории возникают не на пустом месте, это не что иное, как верная оценка значения информации в жизни человека. Человек нуждается в информации и, естественно, идет к тому, у кого она есть или должна бы быть. Внимание, проявленное к просьбам, запросам, вопросам и чаяниям своей аудитории не остается безответным.

Добросовестная реализация социально-бытовой функции, пожалуй, в наибольшей степени влияет на увеличение тиража издания, делает его авторитетным, нужным и любимым для читателя, а журналистов – уважаемыми людьми. И, наоборот, недобросовестное исполнение этой обязанности или вообще игнорирование обыденных проблем граждан приводит к снижению внимания к нему со стороны аудитории, падению его рейтинга и тиража, а значит, ставит под вопрос его прибыльность и самоокупаемость. Неуважительное, равнодушное отношение к аудитории порождает и ответную реакцию – неуважение к профессии как таковой. Сегодня мы вынуждены констатировать повсеместное снижение тиражей изданий, жалобы на нехватку финансовых средств и одновременно резкое падение престижа профессии. Думается, что это происходит из-за плохой реализации изданиями их социально-бытовой функции, из-за того, что журналисты перестали ощущать себя и быть реальными помощниками людям.

План анализа текста с точки зрения реализации им социально-бытовой функции

1. Какая важная для обыденной жизни людей тема раскрывается в тексте?
2. В каком жанре написан текст?
3. В тексте рассматривается позитивный опыт (какой) или нерешенная проблема (какая)?
4. Обладает ли текст достаточной информационной насыщенностью, чтобы положительный опыт можно было перенять, а проблему решить? Если нет, то какой информации в нем не хватает?
5. С помощью каких средств автор формирует побудительный мотив к действию у читателя?

План анализа номеров издания с точки зрения реализации им социально-бытовой функции

1. Каков процент публикаций по количеству и занимаемой печатной площади, реализующих социально-бытовую функцию, от общего числа публикаций?
2. В каких рубриках публикуются данные материалы?
3. Каким темам посвящены публикации, реализующие социально-бытовую функцию?
4. Какие проблемы поднимаются в данных публикациях?
5. В каких жанрах публикуются материалы, реализующие социально-бытовую функцию?
6. Каково среди них процентное соотношение публикаций, посвященных передаче позитивного опыта, и проблемных публикаций?
7. Каково процентное соотношение публикаций от общего числа публикаций, реализующих социально-бытовую функцию, которые можно было бы назвать конструктивными с точки зрения предлагаемого в них опыта?
8. Есть ли в издании рубрики, в которых публикуются сообщения об изменениях, произошедших после выступления газеты?

Рекомендуемая литература

Основная

1. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с. – С. 204–231 (Функции журналистики).
2. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 161–197 (Функционирование журналистики).
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – М. : РИП-холдинг, 2002. – С. 65–66.

Дополнительная

4. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие. / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – Ч. 2. – 87 с. – С. 43–80.

Практическое задание

1. Проанализировать аналитический журналистский текст с точки зрения реализации им социально-бытовой функции по плану, предложенному в данном подразделе.
2. Проанализировать издание с точки зрения качества реализации им социально-бытовой функции также по предложенному плану.

Вопросы для самоконтроля

1. Почему социально-бытовая функция относится к миросозерцательным функциям журналистики?
2. В чем сущность социально-бытовой функции?
3. Какие публикации особенно активно реализуют социально-бытовую функцию?
4. Почему рекламно-справочная функция связана с идеологической и культурно-формирующей?
5. Как реализация этой функции влияет на тираж издания?

Терминология

Социально-бытовая функция журналистики, рекламно-справочная функция журналистики, ориентационная функция журналистики.

2.6. Общая организаторская сущность функций журналистики

Если коммуникационная сущность функций журналистики является необходимым условием для реализации всех функций журналистики, то завершается процесс взаимодействия журналистского текста с аудиторией определенным результатом — влиянием на свою аудиторию, на ее сознание и поведение. Иными словами, журналистский текст выступает как причина или организатор изменений: духовно-идеологических, культурно-просветительских, эмоционально-психологических или социально-бытовых. Следовательно, организаторская сущность свойственна каждой функции журналистики.

К какому результату по изменению действительности приводит журналистское вмешательство в нее — это главный вопрос, который обязательно должен волновать журналиста, когда он берется за перо. Ведь совершенно очевидно, что его влияние может оказаться

как конструктивным, так и деструктивным. Вот потому и необходимо понять, в чем собственно заключается организационная сущность функций журналистики и как она обеспечивается.

Е.П. Прохоров выделяет непосредственно-организаторскую функцию как самостоятельную функцию журналистики и указывает на способы влияния журналиста на аудиторию. Делать это можно в двух формах:

1. Оказывать влияние на сознание через создание общественного мнения.
2. Оказывать воздействие на поведение людей и социальных институтов.

Влияние через создание общественного мнения имеет свои характерные особенности. Необходимо учесть, что это процесс длительный. Прохоров пишет, что «общественное мнение чаще всего складывается не сразу вслед за публикацией, а требует некой «критической массы» информации на заданную тему»⁹⁴. Это справедливо как в отношении каждого отдельно взятого потребителя массовой информации, так и относительно больших групп людей. Практически ничто и никогда не воспринимается человеком сразу на веру и уж тем более не переходит моментально в область его убеждения и мотивов к действию. Нужно время, чтобы полученная информация была осмыслена, обсуждена, получила свое логическое объяснение, сформировала чувственную реакцию, чтобы на основе сделанных логических выводов и чувственных ощущений сформировались оценки, которые продиктовали бы человеку те или иные потребности к действию.

Все это обусловлено сущностью и структурой человеческого сознания. Уже само понятие «сознание» дает возможность представить, с чем взаимодействует журналист, какие функции сознания активизирует. Наиболее емким в этом смысле нам представляется определение А.Г. Спиркина: «Сознание — это высшая, свойственная только человеку и связанная с речью функция мозга, заключающаяся в обобщенном, оценочном и целенаправленном отражении и конструктивно-творческом преобразовании действительности, в предварительном мысленном построении действий и предвидении их результатов,

⁹⁴ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2002. С. 67.

в разумном регулировании и самоконтролировании поведения человека»⁹⁵. Все эти функции в сознании индивидов и происходят при участии и под влиянием массовой информации.

Интересна и последовательность протекания этих процессов, определяемая структурой сознания. А.В. Иванов представляет сознание в виде следующей условной схемы⁹⁶ (рис. 20).

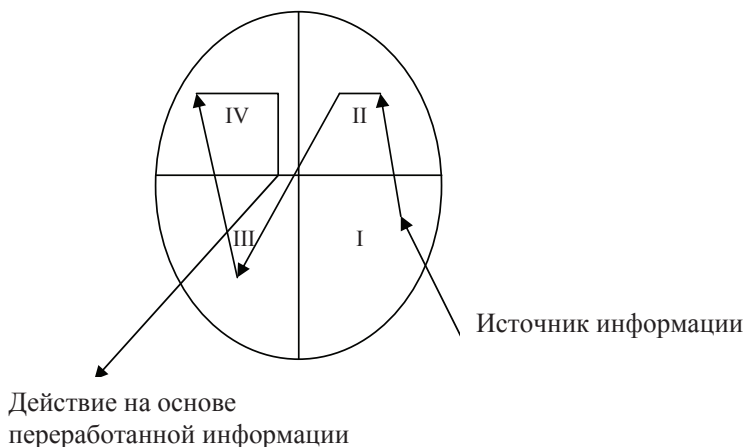


Рис. 20. Структурная схема сознания индивида

Нижняя половина — это чувственные способности человека к познанию мира. Верхняя — его рациональное, логическое осмысление. Левое полушарие (на рисунке справа) выполняет функцию внешнепредметного познания. Правое полушарие (на рисунке слева) занято осмыслением «я» и других «я» и продуктов их деятельности.

Первый сектор сознания позволяет через внешние рецепторы получить информацию о внешнем мире (ощущения, восприятие и представление). Во втором секторе происходит понятийное определение полученной информации: что это такое. В третьем формируются чувственные эмоционально-психические реакции на полученную и осмысленную информацию (приятно, отвратительно, страшно, удивительно и т.п.). В четвертом секторе совершается формирование оценки полученной информации (плохо, хорошо, добро, зло, справедливо, гуманно и т.д.).

⁹⁵ Спиркин А.Г. Сознание и самосознание. М., 1972. С. 83.

⁹⁶ Иванов А.В. Сознание и мышление. М., 1994. С. 56.

Нам представляется, что аналогично должен быть выстроен и текст: реальная картинка происходящего – логика действия – эмоциональные реакции – оценочные суждения. Литературная композиция, конечно, может иметь иной порядок, но смысловая структура текста предполагает наличие всех четырех компонентов. В реальности мы нередко встречаем тексты, в которых журналист ограничивается описанием событий, не идет дальше чувственных реакций. В таком случае остается незадействованной значительная часть мозговых структур, снижается эффективность восприятия информации сознанием. Ведь не всегда читатель может самостоятельно сформировать оценку описанного, а чисто чувственная реакция не мотивирует его на целенаправленные сознательные действия.

Мотивировка окажется недостаточной даже в том случае, когда информация прошла по всем четырем секторам сознания, потому что в этом случае она формирует лишь осознанное должностное поведение. Однако не всякий, осознавший свой долг, действует. Для этого необходимо еще и иметь желание, а лучше сильное желание, к действию. Значит, журналисту придется позаботиться о том, чтобы полностью осмысленная информация вновь вернулась в третий сектор и сформировала положительную эмоцию в виде желания. Это возможно сделать, если логически осмысленные знания будут представлены читателю в ярких художественных образах. Именно это требование, будучи реализованным, позволяет называть журналистскую деятельность художественно-публицистической. Такой текст обеспечит наиболее эффективное восприятие аудиторией.

К сожалению, сегодня мы вынуждены констатировать значительную степень атрофированности сознания. И это зачастую происходит по вине журналистов. Очень часто они не стремятся подать полноценную массовую информацию. Иногда в их текстах не представляется возможным отличить истину от гипотезы или откровенной лжи. Весьма распространены технологии манипулирования общественным сознанием. Все это отбивает у аудитории всяческое желание вообще делать попытки какого-либо анализа информации из СМИ. Это и есть, на наш взгляд, главная причина добровольного «отключения» сознания и формирования цинизма как формы защиты от массивированного «оболванивания».

В результате информация встречает огромную преграду на пути к российской аудитории, преодоление которой становится проблемой для журналиста. Ленин делал революцию в безграмотной стране, и потому все его обращения к населению были столь примитивны по форме и содержанию – агитплакаты и листовки. Сегодня в информационном обществе мы вновь вынуждены переходить на краткие, броские формы подачи информации с ничтожно малым объемом содержания, чтобы хоть как-то привлечь внимание к сообщению. Чего стоят дерзкие заголовки и шокирующие откровенностью фото! На дворе – век рекламы, которая по сути своей мало чем отличается от агитационных плакатов 20-х годов прошлого столетия. Главное для авторов – «застолбить» в голове у прочитавшего некий оригинальный слоган.

Именно в связи с современными сложностями информационного восприятия мы и считаем разговор об эффективности влияния информации особенно актуальным. Изучение структуры и функционирования сознания дает возможность избежать иллюзий относительно произвольно выбираемых путей взаимодействия с потребителем массовой информации, ставит организацию этого процесса в объективные рамки. Журналисту придется изучать биосоциальные закономерности восприятия информации, если он хочет быть услышанным и правильно понятым.

Относительно социальных закономерностей следует отметить, что информация, чтобы достичь поистине массового распространения, должна пройти довольно длинный путь. Дело в том, что аудитория делится на группы в зависимости от скорости усвоения содержания сообщений. Многочисленные исследователи уже давно определили некую общую схему распространения массовой информации, которую, по нашему мнению, журналист может взять за основу оценки распространения оперативных знаний в информационной среде. Первыми анализируют события 5 процентов населения, относящихся преимущественно к людям интеллектуального труда с высоким уровнем аналитических способностей. Как правило, эти люди имеют заметное влияние на окружающих, с их мнением считаются, им интересуются. Это так называемые лидеры мнений.

В зависимости от активности такой личности и ее места и роли в обществе она распространяет информацию с разной скоростью на следующий слой населения, который по объему уже достигает до 20 процентов. Это второе коммуникативное звено (первое — усвоение) обладает средними способностями к анализу и передаче информации. Зато оно доносит новость до 80 процентов населения. Именно поэтому журналисты при передаче информации чаще всего ориентируются на средний уровень аналитических способностей и пытаются придать своему сообщению как можно более простую, доступную для понимания форму. Такая форма наиболее удобна для тиражирования при пересказе.

По нашим эмпирическим наблюдениям, чтобы какая-то довольно простая идея овладела массами, необходимо около двух месяцев транслировать ее в СМИ при условии не слишком массивного информационного давления, такого, которое не вызывает отторжения от восприятия самой темы. Конечно, есть темы, которые требуют значительно более оперативного усваивания, точно так же, как есть проблемы, относительно которых изменение сознания происходит весьма медленно и может быть приравнено к ментальным трансформациям. Отсюда ясно, что каждое издание должно разрабатывать стратегическую и тактическую информационную политику, четко обозначать и проводить ее с учетом динамики протекания информационных процессов в окружающей среде.

До сих пор мы вели речь о восприятии массовой информации сознанием аудитории. При этом мы определяли лишь наиболее общие закономерности взаимодействия, не углубляясь в изучение этой проблемы в полном объеме. Так, например, не упоминалось о творческих факторах повышения эффективности восприятия и о многом другом. Наши ограничения в данном случае связаны с тем, что пока предметом разговора являются функции журналистики, делается попытка выявить их онтологическую природу. И потому важны наиболее общие представления о проблеме.

Если мы говорим о природной способности журналистики с помощью информации так взаимодействовать с сознанием аудитории, что у людей на основе формирующихся убеждений возникают и мотивации к совершению определенных действий,

то мы признаем возможность реальных изменений действительности под воздействием журналистики. Журналистика может реально влиять не только на мнение, но и на действия как отдельных людей, так и групп, и социальных институтов. Причем сила этого влияния оценивается обществом как весьма существенная. Иначе не получила бы журналистика такое определение, как **«четвертая власть»**. Свои «властные полномочия» она реализует, разумеется, не как первые три ветви власти, у которых существует в той или иной форме официальное распорядительное право: их указания обязательны для всех. Журналистика изменяет действительность только через изменение сознания. Она формирует понимание необходимости и желание к совершению тех или иных действий.

И когда понимание наступает, а следом за ним и производятся действия, мы получаем измененную действительность и, следовательно, новый повод для коммуникации, то есть для описания произошедших изменений. Именно поэтому эффективная журналистика функционирует циклически, по спирали, а не линейно или иерархически как процесс управления авторитарного типа. Так журналистика как массово-информационная деятельность реализует свои управленческие функции через развитие среды. Направление этого развития мы уже обозначали как прогрессивное, устойчивое. Как видим, эта цель совпадает с онтологической миссией журналистики.

План анализа текста с точки зрения реализации в нем организаторской сущности функций журналистики

1. Какие уровни сознания (чувственный, логический) и отделы мозга скорее всего будут задействованы для восприятия текста? Какие логические выводы может сделать читатель? Какие эмоции у него могут сформироваться?

2. Благодаря каким текстовым средствам это будет происходить?

3. Определите возможную силу влияния текста на аудиторию в зависимости от того, какие отделы мозга будут задействованы при восприятии текста. (Для удобства восприятие информации в каждом из отделов мозга можно условно оценивать в 20 %. Максимальным влиянием – 100% можно считать ситуацию, когда информация прошла все 4 отдела мозга, в результате чего была

выработана оценка описываемого, и затем она вернулась в эмоциональный отдел, где формируется желание к действию.)

4. Оцените степень декодируемости текста для аудитории (сложный, средний, простой).

5. На изменение действий каких социальных институтов рассчитано влияние текста? В чем именно оно может происходить?

6. Возможно ли изменение поведения конкретных личностей под воздействием текста? В чем именно оно может происходить?

План анализа номеров издания с точки зрения реализации в нем организаторской сущности функций журналистики

1. Есть ли в издании рубрики, под которыми печатаются результаты воздействия на аудиторию ранее опубликованных текстов (по следам выступлений, отклики читателей, по нашему запросу сообщили и т.п.)?

2. Сколько раз за исследуемый период появлялись такие рубрики на страницах издания, каков в сумме объем этих публикаций?

3. Сколько раз за исследуемый период редакция возвращалась к тем или иным публикациям, отслеживая происходящие изменения?

4. Сравните, сколько раз редакция обещала следить за темой и сколько раз реально следила. С какой периодичностью публикаций?

5. Определите, какой предположительной силой влияния (в каком диапазоне) могут обладать аналитические публикации в каждом номере издания (по методике, предложенной выше).

6. Оцените степень декодируемости аналитических текстов для аудитории (сложный, средний, простой). Сколько сложных, сколько средних и сколько простых?

7. На изменение поведения каких социальных институтов рассчитано влияние аналитических текстов? В чем может выразиться это изменение поведения?

8. Какой процент рассмотренных текстов предположительно может иметь влияние на поведение личности? Каковы могут быть эти изменения?

Рекомендуемая литература

Основная

1. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с. – С. 204–231 (Функции журналистики).
2. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 161–197 (Функционирование журналистики).
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.П. Прохоров. – М. : РИП-холдинг, 2002. – С. 66–71 (Глава 3. Функции журналистики).

Дополнительная

4. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – Ч. 2. – 87 с. – С. 43–80. (Глава о функциях).

Практическое задание

Проанализировать аналитические журналистские публикации (и отдельно издания) с точки зрения реализации ими организаторской сущности функций журналистики по планам, предложенным в данном подразделе.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается организаторская сущность функций журналистики?
2. Почему она присуща каждой функции журналистики?
3. Каковы способы влияния журналистских текстов?
4. Что такое сознание человека и какова его структура?
5. Каковы особенности журналистского взаимодействия с сознанием аудитории?
6. Почему сегодня говорят об атрофировании сознания аудитории?
7. Каковы закономерности взаимодействия массовой информации с массовым сознанием?
8. Почему журналистику называют «четвертой властью»?

Терминология

Организаторская сущность функций журналистики, «четвертая власть».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. – М. : Владос, 1994. – 336 с.
2. Алексеев, П.В. Философия : учебник для вузов / П.В. Алексеев, А.В. Панин. – М. : ТЕИС, 1996. – 504 с.
3. Анохин, П.К. Психическая форма отражения действительности / П.К. Анохин // Ленинская теория отражения и действительность. – София : Наука и искусство, 1969. – С. 109–139.
4. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е.В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с.
5. Бердяев, Н. Судьба России / Н. Бердяев. – М. : ЭКСМО-ПРЕСС, Харьков : ФОЛИО, 2000. – 735 с.
6. Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации : монография / В.М. Березин. – М. : РУДН, 2002. – 183 с.
7. Винер, Н. Человек управляющий / Н. Винер. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
8. Гозман, Л.Я. Политическая психология : монография / Л.Я. Гозман, Е.Б. Шестопал. – Ростов н/Д : Феникс, 1996. – 448 с.
9. Данилова, Е.Е. Информационное развитие социальных систем / Е.Е. Данилова. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 130 с.
10. Информационная политика : учебник / под общ. ред. В.Д. Попова. – М. : РАГС, 2003. – 463 с.
11. Каган, М.С. Философия культуры / М.С. Каган. – СПб., 1996. – 415 с.
12. Конечкая, В.П. Социология коммуникации : учеб. пособие / В.П. Конечкая. – М. : Международ. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с.
13. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 318 с.
14. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с.

15. Лихачев, Д.С. Русское искусство от древности до авангарда / Д.С. Лихачев. — СПб. : Искусство, 2009. — 408 с.
16. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. — М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. — Вып. 1. — 87 с.
17. Маркс, К. Собрание сочинений. В 50 т. Т. 42 / К. Маркс, Ф. Энгельс. — 2-е изд. — М. : Политиздат, 1965. — С. 122.
18. Моль, А. Теория информации и эстетическое восприятие / А. Моль. — М. : Мир, 1966. — 352 с.
19. Мрочко, Л.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Л.В. Мрочко. — М. : Флинта : МПСИ, 2006. — 240 с.
20. Немов, Р.С. Психология. В 3 кн. Кн. 1. / Р.С. Немов. — М. : Просвещение : Владос, 1995 г. — 576 с.
21. Новейший философский словарь / под ред. А.А. Грицанова. — 3-е изд., доп. и испр. — Минск : Книжный дом, 2003. — 1280 с.
22. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой, 20-е изд., стер. — М. : Русский язык, 1988. — 750 с.
23. Отечественноеведение : учебник для старших классов / А.Н. Барулин [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — 336 с.
24. Панарин, А.С. Философия политики / А.С. Панарин. — М. : Новая школа, 1996. — 424 с.
25. Панарин, А.С. Политология : учебник для вузов / А.С. Панарин. — М. : Проспект, 1997. — 398 с.
26. Попов, В.Д. Социальная информациология и журналистика / В.Д. Попов. — М. : РАГС, 2007. — 336 с.
27. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учебное пособие / Е.П. Прохоров. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : РИП-холдинг, 2002. — 322 с.
28. Прохоров, Е.П. Журналист и массовое сознание / Е.П. Прохоров. — М. : РИП-холдинг, 2007. — 94 с.
29. Сахаров, А. Конвергенция, мирное сосуществование // 50/50. Опыт словаря нового мышления : сб. ст. / под общ. ред. Ю. Афанасьева и Марка Ферро. — М. : Прогресс-Пайо, 1989. — 560 с.
30. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. — М. : Икар, 2000. — 252 с.

31. Словарь философских терминов / под ред. В.Г. Кузнецова. — М. : ИНФРА-М, 2010. — 731 с.
32. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / редактор-координатор — академик РАН Г.В. Осипов. — М. : ИНФРА-М-НОРМА, 1998. — 488 с.
33. Спиркин, А.Г. Сознание и самосознание / А.Г. Спиркин. — М. : Политиздат, 1972. — 303 с.
34. Тюхтин, В.С. Отражение, системы, кибернетика. Теория отражения в свете кибернетики и системного подхода / В.С. Тюхтин. — М., 1972. — 256 с.
35. Уледов, А.К. Структура общественного сознания : теоретико-социологическое исследование / А.К. Уледов. — М. : Мысль, 1968. — 324 с.
36. Урсул, А.Д. Путь в ноосферу. Концепция выживания и устойчивого развития цивилизации / А.Д. Урсул. — М. : Луч, 1993. — 275 с.
37. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / Л.Н. Федотова. — СПб : Питер, 2004. — 397 с.
38. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. — 4-е изд. — М. : Политическая литература, 1980. — 444 с.
39. Философский энциклопедический словарь / под ред. Е.Ф. Губского, Г.В. Кораблевой, В.А. Лутченко. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 570 с.
40. Шаповалов, В.Ф. Россияведение : учебное пособие для вузов / В.Ф. Шаповалов. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — 576 с.
41. Шкондин, М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога / М.В. Шкондин. — М. : Пульс, 2002. — 120 с.
42. Hutchins R. Commission on the Freedom of the Press // A Free & Responsible Press. — Chicago, 1947.

СОДЕРЖАНИЕ

Общая структура курса «Основы теории журналистики» (вместо предисловия)	3
Глава 1 ПРИРОДА ЖУРНАЛИСТИКИ КАК МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	7
1.1. Информация как философская категория	8
1.2. Массовая информация как категория журналистики	32
1.3. Информационная политика как целенаправленные информационные потоки	46
Глава 2 ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЕЁ КОНКРЕТНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РОЛИ	67
2.1. Методологические функции журналистики	68
2.2. Система социальных функций журналистики	76
2.3. Общая коммуникационная сущность функций журналистики	86
2.4. Мировоззренческие функции журналистики	95
2.4.1. Духовно-идеологическая функция журналистики	95
2.4.2. Культурно-просветительская функция журналистики	103
2.5. Миросозерцательные функции журналистики	114
2.5.1. Эмоционально-психологическая функция журналистики	114
2.5.2. Социально-бытовая функция журналистики	120
2.6. Общая организаторская сущность функций журналистики	123
Библиографический список	132

Учебное издание

Чевозерова Галина Владимировна

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Учебное пособие

В двух частях

Часть 1

Метажурналистика

Редактор Ю.М. Сидорова

Компьютерная вёрстка и техническое

редактирование: *И.И. Шишкина*

Дизайн обложки: *Г.В. Карасева*

Подписано в печать 15.11.2013. Формат 60×84/16.

Печать оперативная. Усл. п. л. 7,91.

Тираж 300 экз. Заказ № 2-25-13.

Издательство Тольяттинского государственного университета
445667, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14

тысяч
место, к со
ется без при
раждения. По
конкурса будут
ны к реализации
тантных программ в
ресурсы
«Управл
возникают
ком коллекту
его ведущему

Верб роде

ие приори
культуры у
Участники круп
и о возможных пу
хода из настоящего
тического гупика. К
инженера по промышлен
ной и экологической безопас
ности ОАО «Куйбышев
Азот» Кашиф Нуров поде
лится своим опытом в
природоохранной деятель
ности.
Выступая с докладом о
международном сотрудниче
стве в сфере сохранения при
роды, директор института хи

Четвёртый — «педагог
вался церемонией награ
то конкурса «Тольятти — 10

Город мол и создающи



мии и инженерной экологии
ТГУ Андрей Васильев пригла
сил всех к участию в конгрес
се ЕИРП. Отметим, экологи
ческий форум ЕИРП тради
ционно проходит в ТГУ в сен
тябре и собирает вместе ве
дущих учёных не только из
России, но и целого ряда
стран.
Подводя итоги дискуссии,
ведущий круглого стола Ае
путат городской Думы Сергей
Анташев посетовал на отсут
ствие среди участников
представителей Минздрав
соцразвития.

■ Максим УЛЬЯНОВ,
Наргиза ТОХТАСУНОВА



Конкурс начался с ролика
о кафедре журналистики,
созданного в гелестудии ТГУ
преподавателями и студента
ми-журналистами. После
этого школьникам было дано
творческое задание — на
писать поздравительную р
60-летию ТГУ от лица
ных медиаперсон
(Познера, Гораче
ки, Андреевой
сева, Губерн
то время к
равилис
рии по
теле
фр

чи
зала Ж
таж А
Агалако
из Париж
произнес
блестящ
речь
фра
ко

номина
роду
Чу
А
После
на
на
на