

КОХАНОВА Л. А.,

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

ЛУКИЧЕВ А. Е.,

Университет Мировых цивилизаций им. В. В. Жириновского

ЧЕРЕШНЕВА Ю. Е.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

РОЛЬ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОГО ДИАЛОГА ЖУРНАЛИСТОВ В ПЕРЕДАЧЕ КУЛЬТУРНОГО КОДА ЦИФРОВОМУ ПОКОЛЕНИЮ

Аннотация. Авторами предпринята попытка выявления основных культурных кодов, заключающихся в медиатекстах. Объектом исследования являются медиатексты, созданные журналистами аналогового поколения. Предметом – восприятие этих медиатекстов «цифровым» поколением студентов факультета журналистики в процессе их прочтения. За основу исследования взят социокультурный подход: составляющими являются смыслы, которые студент закладывает в восприятие того или иного медиатекста, а также его интересы, образы и ценности.

Ключевые слова: межпоколенческий диалог, цифровое поколение, культурный код, журналист, медиатор, СМИ.

KOKHANOVA L. A.,

Moscow State University named after M. V. Lomonosov

LUKICHEV A. E.,

University of World Civilizations named after. V. V. Zhirinovskiy

CHERESHNEVA Y. E.

Moscow State University named after M.V. Lomonosov

THE ROLE OF INTERGENERATIONAL DIALOGUE AMONG JOURNALISTS IN THE TRANSMISSION OF CULTURAL CODE TO THE DIGITAL GENERATION

Abstract. The authors made an attempt to identify the main cultural codes contained in media texts. The object of the study is media texts created by journalists of the analogue generation. The subject is the perception of these media texts by the "digital" generation of journalism students in the process of reading them. The

study is based on a sociocultural approach: the components are the meanings that a student puts into the perception of a particular media text, as well as his interests, images and values.

Keywords: intergenerational dialogue, digital generation, cultural code, journalist, mediator, media.

Аналоговое поколение журналистов, являющееся носителем коллективной памяти профессии, уступило в ней лидирующие позиции цифровому поколению, ориентированному на технологию. Как следствие, вместе с ним уходит накопленный опыт создания текста, организации всей профессиональной деятельности. Но сегодня именно молодые журналисты начинают испытывать свою оторванность от недавнего прошлого журналистики и стараются это наверстывать.

Процесс становления современной молодежи протекает в условиях формирования новой системы социальных отношений и ценностей. Культурные образы современности внедряются в сознание молодого поколения, очень восприимчивого ко всему новому. В новых условиях цифровой культуры начинают происходить процессы изменения не только стандартов журналистского творчества, социализации, но и идентичности личности. Молодежь более подвластна влиянию виртуальной реальности, которая у цифрового поколения практически совпадает с их реальным восприятием мира. Характер этой «трансформации информационной сферы во взаимосвязи с коммуникативно-культурной памятью как одной из основ данного процесса» [1, с. 78] представляет несомненный интерес. Часто фундаменталистские идеи познавательного, воспитательного и образовательного процесса не находят понимания в ориентированной на инновационные веяния молодежной среде. Сохранение национальной культуры становится основным вопросом в формировании культурного кода современной молодежи, особенно в процессе обучения журналистов как будущих представителей СМИ.

В данном контексте вопрос о возможности СМИ в качестве общепризнанного медиатора повлиять на становление межпоколенческого диалога журналистов становится все более актуальным. «Взрослые» журналисты и студенты пребывают по большей части в разных измерениях, где медиaprивычки этих поколений различаются. «Типичное “аналоговое” поколение – это представители 65 лет и старше, типичное “эхо-поколение” – 40–47 лет, а типичное “цифровое” поколение – моложе 25 лет» [2, с. 117].

В рамках обучающего проекта «Диалог журналистских поколений» в контексте профильных курсов на факультете журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, авторы попытались ответить на вопрос, насколько проблема попытки налаживания массмедийного диалога озвучена, а также понять, какова роль межпоколенческого диалога журналистов в передаче культурного кода новому поколению при его иных поведенческих стандартах в

условиях развития цифровой культуры.

Цель исследования – выявить культурные образы современности, внедряемые в сознание студентов факультета журналистики, особенности их предпочтений и восприятия ими медиатекстов журналистов аналогового поколения, а также показать влияние межпоколенческого диалога журналистов на формирование ценностей будущих журналистов.

Исследование проводилось в три этапа. Была проведена работа по выявлению релевантных исследованию медиатекстов, включая анализ содержания, созданных авторами аналогового поколения, опубликованных в ведущих российских СМИ. Было отобрано 10 медиатекстов. Далее работа заключалась в систематизации текстов по группам: тематике и жанрам. Был проведен анализ научной литературы. На третьем этапе респонденты знакомились со всеми предложенными медиатекстами. Материалы практической части исследования опираются на опрос с помощью специально разработанных анкет, проведенный среди 50 студентов бакалавриата факультета журналистики МГУ как представителей цифрового поколения с целью выявления культурных особенностей, доставшимися им от их предков через медиатекст.

Исследование выявило основные культурные коды, заключающиеся в приведенных медиатекстах, лидерами которых стали медиатексты на историческую тему; их влияние на российских студентов, где одна из важнейших составляющих культурного кода студента является жизнь и нравственность. Доказано, что межпоколенческий диалог журналистов является действенным способом освоения социальной реальности молодыми журналистами и одновременно фактором формирования их ценностей, в передаче культурного кода новому поколению. В этой связи встает необходимость в разработке методических рекомендаций по исследованию компонентов культурного кода в образовательном процессе.

Литература

1. Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативно-культурная память: идентификационные ресурсы современных массмедиа / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т.14. – № 5. – С. 77–86.
2. Sumsкая А. "Analogue" and "digital" generation of mass media audience / А. Sumsкая, А. Lozovskaya. – Текст: непосредственный // 6th SWS International Scientific Conferences on social sciences 2019. – 2019. – P. 113–120.