

Предисловие

На одной из крупных международных конференций по вопросам состояния и развития современных СМИ разговор, помнится, зашел о влиянии Интернета на журналистику. Некоторые выступавшие говорили о том, что новые технологические возможности существенно изменили качество этой профессии, добавив в нее оперативность, техничность, сделав ее конвергентной, благодаря использованию различных возможностей предоставления информации. Спору нет, Интернет обогатил журналистику новыми формами и приемами воздействия на аудиторию. Но изменил ли он *качество и принципы функционирования* этого вида деятельности? Думается, что нет, поскольку содержание журналистской профессии измеряется не скоростью и разнообразными подходами в передаче информации, пусть даже самыми прогрессивными, придуманными под воздействием научно-технического прогресса, а содержательной спецификой, определяемой внутренними смыслами ее функционирования.

Один из наиболее значимых смыслов журналистской профессии состоит в развитии социально значимой информации, создаваемой посредством проблемно-аналитического восприятия действительности и предполагающей свободное и всестороннее обсуждение значимых вопросов дня. Одновременно этот вид деятельности, в отличие от всех остальных, реализуемых в рамках распространения массовой информации, предполагает авторскую самореализацию, исключаящую открытое политическое (со стороны власти) или коммерческое давление, приводящее к манипулятивному воздействию информации на общество. Речь в данном случае идет о том, чтобы посредством СМИ сформировать в сознании людей осознанный выбор, сформированный на основе понимания причинно-следственных связей между теми или иными явлениями.

Именно в этом состоит гуманистическая направленность в деятельности самих СМИ. Их задача сводится к тому, чтобы реализовать на практике эти ориентиры, без которых сами СМИ не смогут быть по-настоящему востребованными в обществе.

То, что в современной медиапрактике наблюдается отход от гуманистических ориентиров, мы видим каждый день. Для того чтобы убедиться в этом, стоит лишь полистать прессу, всмотреться «краем глаза» в подборку теленовостей. Освещение нынешнего конфликта на Украине отчетливо показало, насколько антигуманными

выглядят многие современные СМИ, готовые в угоду собственных амбиций отойти от взвешенного и обстоятельного расследования его особенностей.

Однако этот пример лишь верхняя часть общего информационного «айсберга». Современным СМИ не только в России, но и во всем мире свойственны безапелляционность оценок, ярко выраженная субъективность в трактовке фактов и событий, что не только не способствует формированию человеколюбия, но и создает агрессивную информационную среду, оказывающую влияние на миллионы людей. Постоянный поток негативно окрашенной информации влияет отрицательным образом на психологическое состояние общества, создавая искаженные и, стало быть, иррациональные представления об окружающем мире. Решение этой проблемы состоит, однако, не в том, чтобы искусственно уравновесить в СМИ «положительную» и «негативную» информацию, но в том, чтобы учесть в СМИ многообразие интересов и потребностей, существующих в обществе.

Пока же этого не получается. Освоив современные информационные технологии, журналисты нередко забывают о гуманистической составляющей своей деятельности. В результате СМИ, последовательно рассуждая о возможности расширения глобального кризиса в различных проявлениях общественной жизни, качеством своей информации, по существу, лишь усиливают его.

Таким образом, отмеченные информационные технологии не повлекли за собой гуманизацию общественных отношений и самих СМИ. Пока же получается, что, проникая во все сферы жизни и обеспечивая стремительный технический прогресс, СМИ не только не создают «гомо сапиенс», но и, наоборот, способствуют его ожесточению и усилению различных социально-политических, экономических и иных конфликтов. И это заставляет вновь и вновь осмысливать возможности современной массово-информационной деятельности.

Участники V международной научно-практической конференции, которая ежегодно проходит в апреле в департаменте «Факультет журналистики» Уральского федерального университета, обратились к комплексному изучению гуманитарных аспектов существования массмедиа в современном мире.

В первом разделе предлагаемого сборника рассматривается проблема культурно-ценностной составляющей журналистики – профессии, без которой реализация гуманистического начала СМИ не станет возможной. Авторы предлагаемых работ обращаются к вопросам, связанным с профессионально-этическими стандарта-

ми поведения журналистов (*Р. П. Баканов, В. И. Бакштановский, М. В. Богданова*), нарушением морально-этических норм в социальных медиа (*А. А. Морозова*), культурными основаниями телевизионной деятельности (*М. А. Мясникова*), межрелигиозным взаимодействием и просвещением в СМИ (*А. Б. Бушев*). Говоря о современном цифровом медиапространстве, авторы анализируют такие сомнительные с точки зрения журналистской этики явления, как рерайт («перефразирование текста с сохранением содержания, но изменением формы»), перепост, плагиат (*Е. А. Афанасьева*).

Авторы отмеченного раздела, не сговариваясь, приходят к общему выводу о наличии общих ценностных составляющих журналистской профессии. К ним относятся мировоззренческие и профессионально-нравственные ее составляющие, обеспечивающие главенствующие содержательные приоритеты этой деятельности, определяющие ее творческое начало. Развитие журналистики, справедливо считают участники нашей конференции, определяется не только навыками к логическому изложению фактического материала, но и пониманием глобальных задач, стоящих перед представителями этой профессии, и в частности осознанием морально-нравственной ответственности за рассмотрение предлагаемых ситуаций. Это справедливо в нынешних условиях, когда СМИ постоянно находятся в состоянии выбора, влекущего за собой самые различные последствия. Логичным поэтому выглядит суждение *В. И. Бакштановского* и *М. В. Богдановой*, которые одним из факторов сохранения «лица» современного журналиста видят «этику безнадежной решимости», воспринимаемую ими как моральный выбор журналиста в ситуации, не дающей надежды на успех его дела.

Второй и третий разделы посвящены вопросам функционирования массмедиа в политической сфере. Как известно, неизбежная вовлеченность СМИ в эту сферу искажает сущностные характеристики журналистской деятельности, является камнем преткновения для ее полноценной реализации. Эта проблема волнует как российских, так и зарубежных экспертов. О редакционной политике, свободе слова и независимости СМИ в условиях демократических и авторитарных государств пишет журналист, редактор и исследователь из Аргентины *Элида Бустос (Élida Bustos)*. Немаловажным в сфере международной политики оказывается конструирование и функционирование имиджа государства в мировом информационном пространстве: авторы раздела анализируют образ России в польских и французских СМИ (*О. Ю. Гоголева, О. В. Ильина, Ю. В. Кондакова*), а также образ Китая в зарубежных СМИ (*Чжан Кай (Zhang Kai), Юй Даньхун, Гу Цянь*).

Говоря о политической пропаганде в массмедиа, авторы третьего раздела также описывают различные методы и приемы пропагандистского воздействия на массовое сознание. Речь идет о нарративных стратегиях, основанных на однолинейном объяснении происходящего (*М. В. Загидуллина*), методе правдоподобия в телевизионном расследовании (*В. Ф. Зыков*), тенденциозном отборе номинаций (*Е. В. Каблуков*) и ряде других методов. С точки зрения исследователей, активное сращивание современной журналистики с политической пропагандой и, по существу, нивелирование тем самым социальной природы журналистской деятельности приводит к отрицанию свободы слова как непреложной ценности гуманистического общества, к деформации медиареальности, к «отвердеванию» медиадискурса и другим тревожным последствиям. Однако у авторов нет единства мнений по поводу того, как самим СМИ выйти из нынешней проблемной ситуации, затрудняющей реализацию базовых ориентиров журналистики. К примеру, *И. В. Малахеев* считает, что национальная пресса должна делать одно дело с государством, делая его сильным, а народ – успешным, другие исследователи, в том числе и отмеченные нами выше, не склонны согласиться с этой установкой.

Вместе с тем дискуссионность создает дополнительные возможности для рассмотрения повестки дня, вынесенной в заглавие конференции. Этому способствует исследование не только журналистской, но и других видов массово-информационной деятельности. Так, внимание *Л. Д. Ивановой* занимает пропаганда, особенности которой автор рассматривает на примере российской партийной прессы начала XX века. В свою очередь, *Л. А. Крапивина* пишет о негативном воздействии информационных войн, и в частности на сознание подростков.

В четвертом разделе исследуются экономические аспекты существования СМИ. Экономические факторы – такие как спрос, источники финансирования (учредитель, реклама, подписка) и многие другие – определяют облик современных СМИ: тиражи периодических изданий, количество полос, тематическое наполнение и даже их жанровые характеристики.

Экономическая зависимость региональных СМИ от власти и крупного бизнеса, по словам *Ю. Е. Буровой*, превращает журналистику в инструмент воздействия на аудиторию с целью решения определенных информационных и идеологических задач. Еще одна проблема, возникающая в условиях экономической зависимости СМИ, – это снижение их доходов от рекламы. Данный фактор проявляет себя не только в условиях экономического кризиса, но и в условиях «за-

тишь». Решением проблемы, по мнению *А.С. Сумской*, может стать создание и продажа телевизионных форматов. В качестве выхода из сложной экономической ситуации для печатных изданий *А. Е. Богачев* предлагает переход на аутсорсинг. Он полагает, что это делает редакции газет экономически более самостоятельными и, как следствие, ответственными за свое выживание. Таким образом, считают наши авторы, медиасфера не только имеет дело с набором технологий, но и призвана находить способы даже в сложных экономических условиях служить интересам общества.

В связи с активным развитием информационных технологий особенно актуальной становится проблема взаимодействия журналиста с аудиторией. Этому посвящен **пятый раздел сборника**. Диалог журналиста с аудиторией рассматривается как характеристика гуманистического потенциала массмедиа (*Е. В. Олешко*). Учет интересов аудитории проявляется не только в повышении уровня интерактивности, обусловленного развитием информационных технологий, но и в активном развитии специализированных СМИ. Авторы раздела описывают такие разновидности специализированных медиапродуктов, как журнал-манифест (*А. Г. Асташкин*), рок-самиздат (*О. А. Долгих, А. В. Кузнецов*), телевизионные программы для людей с нарушениями слуха (*Ю. А. Мальцева*), специализированные СМИ для осужденных (*Д. С. Татаренкова*), корпоративные СМИ (*Ю. В. Чемякин*).

В центре внимания **шестого раздела** сборника – современный медиадискурс. Исследователи пишут о различных явлениях и подходах и, в частности, о столкновении практик качественной и массовой журналистики в региональной прессе (*Э. В. Чепкина*), о специфике визуальных компонентов медиатекста (*Э. В. Булатова, А. И. Гагарина, С. И. Симакова*). *Е.А. Войтик* интересуется спортивный медиадискурс, *Е.А. Дуреко* анализирует опыт создания имиджа территории в СМИ, *Л. В. Енина* и *В. В. Федоров* размышляют о конструировании идентичности субъекта в медиадискурсе. В свою очередь, *Н. К. Пригарину, Т. Г. Федотовских, А. М. Франтасову* занимает вопрос о развитии дискурсивных практик в рекламных медиатекстах. Современный медиадискурс сложен и многообразен, для него актуальны ценностно-ориентированные дискурсивные практики, учет интересов аудитории и интеллектуализация изложения. Совокупность этих компонентов становится предметом исследования в данном разделе сборника.

В условиях постоянных вызовов, с которыми сталкиваются современные СМИ, – медиаглобализации, давления на СМИ со стороны политических и экономических акторов, размывания приоритетов журналистской профессии и ряда других – насущной необходимо-

стью становится скрупулезное исследование различных аспектов информационного воздействия. Предложенный вашему вниманию сборник не претендует на постановку и тем более разрешение основных профессиональных задач, стоящих перед сферой массовой информации, однако он подвергает научной рефлексии многие вопросы, волнующие наше профессиональное сообщество.

Главное, что объединяет авторов представленных статей, – это их осознанное понимание того, что гуманистически ориентированные СМИ могут стать фактором органичного и поступательного развития общества, а решение проблем, возникающих на этом пути, в серьезной мере зависит от ответственности самих журналистов за выполнение своих профессиональных обязанностей и сохранение гуманистических принципов функционирования окружающей жизни.

*Д. Л. Стровский,
О. В. Ильина*