

DOI 10.15826/izv1.2020.26.3.046  
УДК 070:004.738.5

В. Ф. Олешко  
Н. К. Фокин

## ПИСАТЕЛЬ-ЖУРНАЛИСТ КАК СУБЪЕКТ ЦИФРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА (на примере творческой деятельности Юрия Полякова)\*

Проблема результативности массово-коммуникационной деятельности в цифровую эпоху, а также трансляции коммуникативно-культурной памяти коммуникаторами различного типа конкретизирована авторами примерами, характеризующими творческую деятельность Юрия Полякова. На основе анализа его работы и сотрудничества с различными типологическими группами СМИ в парадигме «писатель-журналист» делается вывод, что современный автор именно в этой роли может наиболее полно выразить свою гражданскую позицию. Причем публицистику он использует как род литературы, а журналистику — как средство передачи своих текстов. Будучи же субъектом журналистики как социального института, писатель максимально насыщает ее пространство текстами диалогического содержания, разнообразит жанровую и содержательную палитру, развивает тенденции формирования индивидуально-авторского пространства, чего порой сегодня так не хватает другим субъектам информационной деятельности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: информационное пространство; писатель-журналист; Юрий Поляков; текст; журналистика; публицистика; творчество; диалог.

Сегодня цифровое пространство представляет собой, как известно, не только совокупность объектов, вступающих друг с другом в информационное взаимодействие, но и перманентно развивающиеся технологии, различного рода ресурсы, в большей или меньшей степени обеспечивающие эффективность этого взаимодействия. Современное общество не случайно именуют цифровым, ведь сегодня практически у каждого человека, даже ребенка, есть свой собственный гаджет. И технологии не просто помогают облегчить жизнь, они — неотъемлемая часть жизни современного человека. Поэтому так важно разбираться в нюансах формирования цифрового пространства, эффективности использования открывшихся технологических возможностей для решения повседневных проблем, а также интеллектуального развития.

Вместе с тем в современных научных исследованиях акцентируется внимание и на факторах, которые определяют противоречия, характерные для

---

\*Исследование выполнено при поддержке гранта РНФ № 19-18-00264 в рамках научного проекта «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции».

ОЛЕШКО Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru).

ФОКИН Никита Константинович — магистрант департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета (e-mail: 77f.nikita@mail.ru).

© Олешко В. Ф., Фокин Н. К., 2020

формирования того или иного информационного пространства. В качестве одного из них, например, выделяют цифровой поколенческий разрыв [15, 16]. Причем понятие «поколение» в данном контексте — это не отнесение индивида к той или иной группе, исходя только из его возраста, а характеристика, определяющая в первую очередь степень владения современными медиатехнологиями. Также доказано, что эффективность коммуникации внутри конкретных социумов и общества, а также между представителями различных социумов во многом определяют процессы формирования и развития коммуникативно-культурной памяти [14]. И если коммуникативная память охватывает содержание памяти индивида, которое постоянно меняется в процессе ежедневной коммуникации внутри социальных групп, в том числе при взаимодействии с массмедиа, то при посредстве культурной памяти в большей или меньшей степени актуализируются смыслы, транслируемые при посредстве медиатекстов. Но учитывая тенденции повсеместных социальных и технологических трансформаций новейшего времени, на наш взгляд, не менее важно выделять для системного анализа эффективные практики коммуникаторов различного типа. Ведь даже в межличностном общении, на принципах которого сегодня все чаще строится работа журналистов, человек вольно или невольно больше других доверяет именно тем, кто известен ему по предыдущему коммуникативному опыту.

Таким образом, среди множества субъектов информационной деятельности особую роль сегодня играют люди, образно говоря, владеющие словом как... Нет не оружием, что свойственно пропагандистам разных мастей. Словом как средством убеждения, построенного на аргументации и личностном видении глубины жизненных проблем и путей их разрешения, словом как способом подтолкнуть человека к раскрытию его лучших качеств. Писатель-журналист является, на наш взгляд, в данном контексте ключевой фигурой цифровой эпохи. Ведь в нескончаемом информационном потоке, который ежедневно, ежечасно, даже ежеминутно обрушивается из массмедиа и Глобальной сети на индивида, так мало зачастую контента, отражающего индивидуальность автора и то, что в современной коммуникативистике определяется как смысловтворчество. Наиболее яркой медийной личностью на этом поприще, как мы попытаемся доказать, является Юрий Поляков. Познакомившись с произведениями данного автора, его достаточно легко можно определить как человека, погруженного и в мир литературы, и в мир публицистики как рода произведений, способствующих в том числе выражению плюрализма общественного мнения.

Чтобы обосновать данный тезис, вначале обратимся к теории. Одним из центральных элементов любой информационной системы является субъект, который в процессе своей деятельности (в нашем случае творческой) создает информацию, присваивает ее, накапливает и передает по различным каналам. В качестве субъектов, так или иначе влияющих на конфигурацию современного медиапространства, выступают, как свидетельствуют исследования, следующие категории: инициаторы коммуникации, в данном случае представители социальных институтов, формулирующие задачу, а иногда и основную идею будущего медиаконтента; производители контента (профессиональные журналисты, а также иные исполнители,

в том числе и соответствующих заказов); распространители контента; органы, регулирующие с помощью правовых и иных методов взаимоотношения участников коммуникационных процессов; потребители контента; и ряд других [7]. В научной литературе много внимания уделяется таким субъектам информационной деятельности, как журналисты, писатели, блогеры. В рамках проведенного нами исследования мы рассмотрели такую конвергентную и, надо сказать, малоизученную в теории журналистики категорию субъектов, как писатель-журналист. Понятие «писатель-журналист» позволяет определить данного рода субъектов в качестве независимых друг от друга авторов, которые занимаются созданием как произведений художественной литературы, так и текстов публицистического содержания. В последнем случае — тех, что рассчитаны не только на восприятие, осмысление, но и на прямую интериоризацию авторских интенций, а возможно, и на оперативное поведенческое реагирование на них. Характерно, что в цифровую эпоху, в отличие от предыдущих периодов литературно-художественного творчества, в ходе осуществления своей деятельности писатель-журналист, как правило, использует все имеющиеся возможности новейших информационных технологий.

В качестве эмпирического материала были рассмотрены тексты, подкасты, выступления на телевидении Юрия Михайловича Полякова — отечественного писателя, поэта, драматурга, журналиста, экс-главреда «Литературной газеты» (с начала 2000-х и до марта 2018 г.). Мы выбрали публикации, касающиеся политической ситуации в стране, и проследили то, как меняется авторская позиция со временем, согласно фабуле повествования, во взаимосвязи с теми или иными общественно-политическими событиями.

Прежде всего, стоит отметить, что специфика подобного рода публицистической деятельности автора была обусловлена не только содержанием сообщений, но и наличием в них социально-культурного и общественно-политического контекста. Ведь будучи социальным субъектом по своему статусу, писатель-журналист, в отличие, например, от подавляющего большинства авторов СМИ и блогеров, вольно или невольно, как бы по умолчанию, включен в матрицу социокультурных ценностей общества в целом или отдельных его институтов. При этом несложно проследить зависимость его творческой деятельности от логики и динамики развития общественных знаний и представлений [9]. Однако этим его социокультурная ценность не исчерпывается. Многократно тиражируемое печатное слово, вошедшее сначала в аналоговые печатные издания, а затем и в цифровые, стало или становится в той или иной форме универсальным средством развития человеческого интеллекта, закрепления и сохранения живой памяти, передачи знаний из поколения в поколение. Не случайно даже в XX в., в эпоху Гутенберга, писатель-журналист, успешно реализовавший в том числе и свой публицистический потенциал, нередко был известен массовой аудитории именно в этом качестве. Достаточно вспомнить имена Юрия Черниченко, Юрия Скопа, Анатолия Стреляного и многих других. Сегодня же, как мы выяснили в ходе опроса более 120 студентов четырех университетов УрФО, далеко не все из них читали художественные произведения, к примеру, Захара Прилепина, Дмитрия Быкова,

Татьяны Толстой, но подавляющему большинству было знакомо блоготворчество данных авторов или ряда других писателей. Безусловно, подобная выборочная осведомленность связана в первую очередь с тем, что сейчас большинство людей, особенно молодых, читают электронные книги, тексты онлайн-сайтов либо следят за сообществами в соцсетях. Бывает, что такое сообщество объединяет читателей творчества одного писателя или даже одного произведения. В качестве примера можно назвать сообщество Татьяны Толстой «Тайная любовь: измена и творчество», которое посвящено тому, как соотносится личная жизнь автора с ее творчеством. Период продолжительной самоизоляции из-за коронавирусной пандемии весной 2020 г. только подтвердил развитие данных тенденций, поскольку многократно увеличил потребность в чтении онлайн ввиду закрытых на карантин книжных магазинов, библиотек, а также мест организации научно-культурного досуга.

Писатель-журналист, как правило, создает определенную систему общественного знания о мире и организует свой круг потребителей контента, для которых приоритетными являются факторы значимости и достоверности медиаинформации [8, 99]. Произвол отдельных представителей властных структур, социальная несправедливость и недовольство какими-то политическими решениями, прагматически обусловленные рыночные интересы складывающейся информационной индустрии становятся сегодня источниками и своего рода «фильтрами» информационных потоков, берущих свое начало в творчестве писателя-журналиста. Писатель-журналист своей системной деятельностью не только просвещает, наставляет и развлекает, но и создает своеобразную матрицу самоопределения активной личности. Представления, формируемые такого рода информацией, дополняют, отчасти углубляют и распространяют систему знаний и ценностей, построенную традиционными формами обучения, воспитания и развлечения. Массмедиа за столетия своего технологического развития и бытования в жизни людей приобрели отличительное, пожалуй, только им присущее свойство — ярко выраженный социальный характер. Но на рубеже веков развитие технологий расширило число субъектов информационной деятельности. Обрушившийся на массовую аудиторию вал разнонаправленных информационных потоков, часть из которых можно считать пропагандой, пиаром, рекламой, а часть — откровенно манипулятивными интенциями авторов, хоть как-то должны были «нейтрализовать» тексты тех, кто был хотя бы немного известен своим литературным творчеством. Парадокс, заключающийся в том, что фамилии журналистов ассоциируются с их текстами меньше, чем с названием СМИ, частично объясняет тот факт, что писатели-журналисты приобретают все большее влияние на формирование общественного мнения по остроактуальным вопросам, в том числе и политического характера.

За подтверждением обратимся к медийной практике. В начале 2000-х гг. Юрий Поляков, к примеру, выступил с серией публицистических очерков-памфлетов («Молчание кремлят» и др.) — о роли литературы в жизни постреформенного российского общества, писательском конформизме и рычагах манипулирования литературным процессом. Позднее очерки вошли в сборник «Лезгинка на Лобном

месте». Весь цикл очерков-памфлетов начинается с громкого и негодующего авторского «я», которое, как правило, ближе литературе художественной, нежели публицистике<sup>1</sup>: «Вы будете смеяться, но в многочисленных обращениях российской власти к народу, в том числе в посланиях Федеральному собранию, прозвучавших в последние годы, нет ничего об отечественной культуре. Ни слова! Про борьбу с бедностью есть, а про борьбу с духовной нищетой (не путать с “нищими духом”!) нет. Про обуздание инфляции имеется, а про обуздание взбесившегося масскульта ни-ни! Даже про нравственность недавно заговорили, а про культуру, собственно формирующую и поддерживающую моральные устои общества, снова забыли! Напомню: при Советской власти в отчетных партийных докладах непременно имелась (правда, поближе к концу) главка, так сказать, про культурное строительство, а значит — про духовную жизнь общества, разумеется, в тогдашних ее формах» [12]. Таким образом, читатели могли сделать вывод, что любые кризисы способны привести в движение всю систему общественных связей, вплоть до ее радикального преобразования. Реформация командно-административной советской системы, как известно, началась с реализации политики гласности — более открытого, чем прежде, информирования масс о социальной реальности во всех ее пространственных и временных измерениях. Но главной причиной начавшегося социально-политического переустройства в России тем не менее стало не столько увеличение общеинформационного потока и включение в него новых предметных коллизий, тем и проблем, сколько изменение характера информационного взаимодействия в обществе, призыв к диалоговости отношений, о чем, в частности, свидетельствовал и этот текст Юрия Полякова.

Сегодня же информация от писателей-журналистов перестала быть только сообщением, сигналом об изменении. Она превратилась в некую самостоятельную субстанцию. Это дает основания говорить о симптомах еще одной революции в социальной истории человечества — «креалитической». Но она как раз связана с изменением среды бытования значимых для аудитории текстов. «Если неолитическая революция была орудийной, то креалитическая — субстанциональная. Информация и техника из средства деятельности человека превращается в среду его обитания» [5, 236].

При этом, надо сказать, сложилась новая структура информационного взаимодействия, более предпочтительная для писателя-журналиста и включающая информационное пространство, базы данных, информационные ресурсы и информационную инфраструктуру в целом. Новые реалии существенно изменили характер публицистической деятельности. Об этом говорит и сам Поляков: «Но времена изменились, началось восстановление державы, настолько странно-мучительное, что некоторые полагают, будто это всего лишь лукаво замаскированное продолжение разрушения. Но так или иначе, а духовная мотивация “сосредоточения” страны встала на повестку дня» [10]. Безусловно, современное информационное пространство, конкретно массмедиа как источник, средство производства

---

<sup>1</sup> Здесь и далее цитирование по текстам, размещенным на сайте ВикиЧтение. URL: <https://public.wikireading.ru> свободный.

и транслятор информации, создает для социальных институтов и индивидуальных коммуникантов неограниченное поле деятельности. Информационные ресурсы, применительно к журналистской деятельности, решают задачу обеспечения взаимодействия социальных структур и отдельных членов того или иного социума. Ведь «средства массовой информации — это исторически сложившаяся социально ориентированная инфраструктура в информационном пространстве, и именно они обеспечивают производство и непрерывное функционирование социально значимой информации» [3, 157].

В недрах этой инфраструктуры создается, воспроизводится и коммуницирует, объединяя общество, ее главная продукция — журналистская картина мира. То есть автор (в том числе и журналист) выражает свое личное отношение, люди соглашаются или нет. Как правило, автор пристрастен, субъективен. Объективность как одно из главных качеств журналистики отходит на второй план. В современную цифровую эпоху границы традиционной журналистики размываются. Авторы уходят в смежные виды деятельности, добавляя все больше субъективизма в свои тексты. Особой популярностью пользуются копирайт, блогинг и литература. В то время как журналистская картина мира отличается от информационной картины мира, которая является совокупным эффектом циркулирования информации во всей медиасистеме, а не только в журналистике. Об этом пишет и Юрий Поляков в очерке «Так что же делать?»: «В период явочной приватизации и политических разборок 90-х был целенаправленно, с помощью СМИ и деятелей культуры, специализирующихся на “гадодавлении”, беспрецедентно понижен порог этической чувствительности народа. Лет десять назад я даже придумал для этого опаснейшего процесса специальное словечко — “десовестизация”» [12].

Картина мира писателя-журналиста Юрия Полякова представляет собой особую форму знания, поскольку она формируется в результате синтеза различных видов информационных продуктов и включает оценку результатов познания по отношению к исследуемой реальности. Информационная картина мира, создаваемая множеством всевозможных медиа, является безграничным и слабо приспособленным для конкретного потребителя полем обращения различной (по форме и содержанию) информации. В этом многообразии данных человек может потерять ориентиры. Напротив, картина реальности, предоставляемая известным, а для кого-то даже очень авторитетным писателем-журналистом, более конкретна, она аккумулирует, объединяет соотносимые с реальностью образы и представления.

В отличие от строгих математических, последовательных теорий естественных наук и от знаков и символов гуманитарных научных дисциплин, журналистика делает достоянием всех и каждого динамичную форму знания — не в виде схем и формул, а в виде конкретных, зачастую зримых представлений о способе взаимодействия с природой и обществом. Массмедиа выступают одним из субъектов организации жизненного пространства человека, который только в процессе информационного взаимодействия может получить подтверждение своих убеждений и ответы на вопросы об устройстве своей жизни, стратегиях взаимоотношений с окружающей его действительностью. И об этом Поляков также

пишет: «Начинающим литераторам, жаждущим самореализации, стали внушать: нравственная отзывчивость — качество старомодное, “совковое”, а социальный оптимизм — вообще дурной тон. Главное — усвоить, что всякая мораль относительна, а задача писателя состоит в том, чтобы научиться различать как можно больше оттенков грязи» [13].

Вновь обратимся к теории. «Информационное пространство нуждается в оптимальной организации на основе главного критерия — содержание информационного пространства должно быть таким, чтобы каждый человек в любой точке мира из предлагаемых источников информации мог сформировать свою информационную среду. Информационное пространство должно быть максимально полно и релевантно информированным, постоянно подкреплять, расширять и углублять свою информированность, в этом непосредственно ему помогает писатель-журналист» [10, 253].

Следовательно, при наличии многих источников информации главная роль в обеспечении информированности аудитории, а таким образом, и место в информационном пространстве принадлежат, как свидетельствует практика, прежде всего известным широкой аудитории коммуникаторам, в том числе и писателям-журналистам. Не случайно столько дискуссий возникает в специальной литературе по поводу феномена популярности Юрия Дудя и ряда блогеров. Но такой автор должен широко и полно использовать также специфические возможности всей совокупности средств массовой информации — печати, радио и телевидения, сетевых изданий. Ведь у каждого из этих каналов коммуникации, предстающих перед «потребителями» в виде большой совокупности текстов, есть свои особенности, позволяющие точно воздействовать на те или иные сегментированные группы аудитории.

Казалось бы, еще вчера были специфичны устные и рукописные формы фиксации сообщения, а работа того же писателя-журналиста прямо связана с использованием лишь развитых в тот или иной период технических средств коммуникации. Но сегодня на первый план и для этой категории субъектов вышел «интернет (средство передачи мультимедийного контента по различным каналам связи, в том числе телефонным, с использованием компьютерной техники), а теперь и беспроводная мобильная телефония» [Там же, 56]. Конечно, у Юрия Полякова есть по этому поводу своя, отличная от многих других авторов, точка зрения: «Мое глубокое убеждение: всю систему работы с творческой молодежью нужно срочно выводить из-под влияния “грантократии”, для начала взяв хотя бы под контроль Совета по культуре при Президенте РФ. В противном случае через несколько лет “сеять разумное, доброе, вечное” будет просто некому. Вместо творческой интеллигенции мы получим корыстную ораву грязеведов и наркотрегеров» [11].

Вся система работы и воспитания молодежи как творчески мыслящего социума, по его мнению, должна максимально соотноситься в том числе и с деятельностью известных массовой аудитории писателей-журналистов. Ведь только так в условиях перманентных социальных и технологических трансформаций возможно полно использовать позитивные тенденции развития и минимизировать/купировать негативные. Значимой сферой при этом, убежден Ю. М. Поляков,

является радиовещание как наиболее универсальная форма просветительской, в определенной мере даже культуртрегерской деятельности. А наиболее значимым фактором при этом, на его взгляд, выступает оперативность трансляции. Ведь данного рода контент не только отправлен практически в момент свершения события, чего невозможно в принципе добиться в прессе, но и может быть опять же четко сфокусирован на аудиторную группу, что трудно реализовать при мгновенном изменении информационных «пазлов» Глобальной сети. К тому же, пишет он, — «...система современного радиовещания способна создавать полнокровную “звуковую картину” мира. А все более набирающая популярность система аудио-подкастов дает возможность воспроизводить полностью или “цитировать” давно прошедшие передачи, создавать “перемонтажные” произведения и т. д.» [6, 145].

Однако при наличии специфических свойств печать, радио и телевидение имеют нечто общее, отличающее их от печатных литературных текстов, — способность донести до массовой аудитории более или менее оперативно словесно-понятийную и эмоционально-образную информацию. Кэтим традиционным СМИ в последние десятилетия присоединился и активно развивающийся четвертый тип каналов информации — всемирная компьютерная сеть (представленная в наше время интернетом), в которой значительное место (наряду со специальной) занимает массовая информация. На виду при этом чаще всего оказываются тексты информационных агентств и сетевых изданий. В меньшей степени пока изучены факторы эффективности радио- и телесетевещания, сайтов/страничек отдельных журналистов, деятелей литературы и искусства, тематических форумов и конференций, разно наполненных чатов и др. Компьютерные сети в новых условиях соединяют в себе возможности работы писателя-журналиста со все более раскрывающимися качественными «дополнениями» — возможностями прежде всего высочайшего уровня оперативности изменения и дополнения содержания текстов в режиме реального времени. Расширяются и способы интерактивного общения, появилась возможность при желании самостоятельно организовывать «различного рода сетевые “форумы”, “конференции”, “чаты”, “блоги” и т. п., пользоваться архивами сетевых СМИ» [4, 187]. Огромный объем информации, к которому открывается доступ через интернет, неограниченная возможность выбора, с одной стороны, все больше делают транслируемую информацию «массовой», а с другой — порождают проблему нарастающей демассовизации аудитории Глобальной сети, при которой возникают «виртуальные сообщества», существующие как бы параллельно с реальными социальными группами, общественными группами и объединениями. Это также выводит, на наш взгляд, на первый план исследовательских интересов в теории и практике медиа тематику формирования эксклюзивного контента, который по форме и содержанию должен соответствовать гуманистическим традициям отечественной публицистики.

Юрий Поляков в русле данных тенденций интересен одновременно как субъект и как объект системного анализа. Ведь он как никто другой демонстрирует умение работать в современной мультимедийной информационной среде. Вспомним, к примеру, его интервью на телеканале «Культура» в передаче «Открытая книга», где Поляков соотносит этапы своего жизненного пути и написанные произведения:

отслужив в армии, Юрий Михайлович написал повесть «Сто дней до приказа», поработав в райкоме комсомола — повесть «ЧП районного масштаба» (впоследствии она была экранизирована), его собственный писательский опыт отражен в произведении «Козленок в молоке». Будучи редактором «Литературной газеты», он создает роман «Любовь в эпоху перемен». События в данном романе охватывают буквально всю отечественную журналистскую среду рубежа XX–XXI вв. на примере вымышленной газеты «Мымра» (сложение лексем «мир» и «мы») [2].

Следовательно, деятельность Юрия Полякова можно рассматривать и как своего рода уникальный конструкт, который позволяет достаточно эффективно осуществлять многовариантный процесс производства и передачи социально значимых смыслов. Субъекты этого производства/литературные герои/авторы меседжей публицистического характера воспроизводят фрагменты реальности, осмысляя образы и факты с точки зрения их социальной значимости. В то же время социальный контекст в процессе опредмечивания реальности, как правило, складывается под влиянием личностного видения автором событий и субъективного выражения их смысла, т. е. он зависит от мировоззрения, позиции, установок субъекта информационной деятельности. В этом единстве «социального — индивидуального» заложен эвристический (творческий) потенциал производства и воспроизводства социальных смыслов творческой деятельности в целом. Именно эта двойственность в первую очередь делает ее творчеством, в высшей степени востребованным массовой аудиторией или отдельными ее представителями. Процесс становления медиасобытий, в который включается Юрий Поляков, необычайно привлекателен для него самого и оказывается нужным публике, ожидающей не просто фактов, а их представления в определенной системе взглядов и оценок, в том числе, что важно, на уровне активного использования автором приемов и ресурсов, свойственных художественному творчеству.

При обращении писателя-журналиста к читателям на первом месте оказывается стремление не поверхностно ориентироваться в происходящем, разбираться в закономерностях жизни. Одна из латентных интенций, на наш взгляд, еще и желание предоставить аудитории какую-либо утилитарно-полезную информацию или дать возможность «с толком» провести свободное время. Если учитывать мотивы и предпочтения типичного писателя-журналиста, то можно утверждать следующее: для его деятельности должно быть характерным сводное представление событийной информации, сопровождающееся серьезным комментарием и обращением к фундаментальным закономерностям жизни; важна практическая направленность информации, ориентация же на отдых может быть ослабленной и использоваться как фоновая. Отметим в связи с этим, что Юрий Поляков в одном из выпусков телепередачи «Линия жизни» телеканала «Культура» столь откровенно рассказывал о себе, о своем детстве, творчестве, что даже раскрыл семейную тайну: «Во всех источниках датой моего рождения считается 12 ноября, но на самом деле я родился 13-го. Мама из-за суеверий попросила изменить “несчастливое” число в документах при регистрации ребенка» [1].

Писатели-журналисты, приглашенные на телевидение и радио, как бы по умолчанию должны быть включены и в события текущего дня (нередко — последних

часов, как в дни коронавирусной пандемии). Причем активным фоном этой информации может быть музыка или другая информация сферы «культурного досуга». При этом непрерывность и разнообразие информационного потока создают полную возможность ощутить «пульс жизни мира», как было в истории с настоящей датой рождения Полякова, которая являлась своеобразным плавным переходом от научно-познавательного и культуртрегерского монолога к личности самого Юрия Михайловича. Но нужно помнить то, что личностные факты или истории лишь тогда «работают» на читательский, зрительский интерес, когда не оторваны от мира повседневности, в той или иной мере удовлетворяют желание получить практические советы по самым разным вопросам. В противном же случае формируются представления об элитарности субъектов информационной деятельности.

В факте, публицистически интерпретируемом данного рода авторами, как мы выяснили на примере анализа произведений Юрия Полякова, должен содержаться не только образ объективно существующей реальности. Творческая переработка информации — упорядочение, категоризация, осмысление — представляет собой своеобразную переделку познавательных процессов, обусловленных социальной заданностью эффективной деятельности. Писатель-журналист, постигший свое предназначение, должен четко осознавать задачу быть не только летописцем современности, но и хранителем ее ценностей — духовных, культурных и материальных. Отражая в текстах социокультурную реальность в форме картины мира типичного или атипичного (асоциального) человека, возможно даже отдельного социума, журналистика как никакой другой институт общества способствует сохранению или рациональному функционированию «жесткого ядра культуры» нации и страны в целом — традиций, культурных и нравственных ценностей и др. Без этого невозможно стабильное существование общества, особенно в его переходном или кризисном состоянии.

Современный писатель-журналист, активно включающийся в данные процессы, реализует себя как творческая личность в текстах, транслируемых различными массмедиа. Уже это отличает его от профессионального журналиста или блогера. Более того, согласно проведенному анализу, мы можем сделать вывод, что, являясь субъектом множества информационных каналов, он, как правило, поднимает и анализирует только те темы и проблемы, которые важны для художника слова и волнуют его своей глобальностью как явления. Например, в романе Полякова «Любовь в эпоху перемен» наглядным доказательством вышеупомянутого тезиса являются говорящие фамилии героев — писатель Лимонов, поэт Солов/Волов, Тепличная. Все эти персонажи в произведении носят камуфляжную одежду и создают цикл памфлетов, тем самым представляются читателю одиозными. Как признается сам Юрий Поляков, это его субъективная оценка общественной деятельности ряда современных российских авторов. И добавляет: «Да, это было сделано намеренно для внимательного читателя, однако вначале писатель носил фамилию “Волов”, что было явной аллюзией на деятельность Дмитрия Быкова, впоследствии я заменил фамилию на “Солов”, однако в нескольких местах по тексту забыл устранить этот недочет, рукопись так и вышла в печать — где-то Солов, где-то Волов» [2].

Следует отметить, что сегодня любой писатель — как человек не просто равнодушный, но остро переживающий беды общества — способен благодаря новым информационным технологиям объективно и без оглядок на владельцев медиа отражать действительность в своих авторских текстах. Но делают это в силу субъективных и объективных причин далеко не все. Почему? Косвенный ответ на этот вопрос можно обнаружить в очерке-памфлете «Разные думы об одном былом», где Юрий Поляков обозначает новейшие философско-мировоззренческие подходы к осмыслению происходящего вокруг. Актуализируя важнейший для любого россиянина вопрос «Хорошо мы живем или плохо?», автор сам же отвечает на него: большинство молодых людей ответят, что живут нормально. «Есть причины. Во-первых, сказался тинейджерский позитивизм лаборантов-реформаторов, занесенный ими в начале 90-х на вершины власти и залежавшийся там, точно несъеденная рождественская индейка в холодильнике. Но ведь это же типичное “надстроечное”, вульгарно материалистическое мышление» [12]. В условиях современных темпов развития технического обеспечения нашей жизни другого ожидать, делает вывод он, и не приходится. Косвенно же можно на основе публицистических произведений Полякова актуализировать следующий подход: раз учеными поднимается вопрос о влиянии мира медиа на общество, раз даже появилось понятие «медиареальность», которое отражает специфику трансформации общественного сознания, то думающие люди, интеллигенция не должны пускать эти процессы на самотек.

В цифровую эпоху, как свидетельствует новейшая практика, большую роль играют именно те субъекты медийного пространства, которые транслируют в текстах личностный компонент (субъективность, связанную только с личными моральными потребностями коммуниканта). Ярким примером такого субъекта и является писатель-журналист, который, как правило, приходит в журналистику с уже сложившимися взглядами, что помогает ему избежать давления со стороны топ-менеджмента массмедиа, редакторов и выступать в роли «свободного» субъекта журналистики. И если вспомнить историю отечественной журналистики, то в ней было немало примеров того, что писатели-журналисты именно благодаря публицистическому творчеству находили темы для дальнейшего воплощения в этапном художественном творчестве.

Петербургский исследователь С. Г. Корконосенко, размышляя над понятиями «журналистика» и «публицистика», опирался на определение из словаря иностранных слов: публицистика — «вид литературы, посвященной обсуждению насущных социальных вопросов с целью прямого воздействия на общественное мнение; публицистика тесно связана с текущей прессой; произведения этого вида (статьи, очерки, памфлеты, фельетоны и др.)» [6, 5]. Из этого, по его мнению, следует, что публицистика может восприниматься также как вид литературы в широком понимании этого слова и как вид журналистики. Далее он определил публицистику и как способ влияния на мировоззрение аудитории: «Публицистика — это способ энергичного влияния на умы, настроения и поведение людей. влияние осуществляется открыто, публично, источник воздействия занимает ясно выраженную позицию по предмету обсуждения, на которую и стремится

привлечь общественность» [6, 6]. Следовательно, публицистика не несет в себе журналистских целей, и «...даже беглый обзор средств такой деятельности наводит на мысль о том, что для нее используется не одна лишь пресса. Публичным идеологическим актом становится и страстное выступление оратора, и документальное кино, и агитационный плакат, и театрализованное представление» [Там же].

Современная публицистика, делаем вывод и мы, не ограничивается рамками журналистики, хотя чаще всего не может обойтись без тесной связи с каналами широкого распространения текстов. Из вышесказанного можно сделать вывод и о том, что журналистика — это всегда система, состоящая из множества субъектов и объектов, направленная на получение информации и ее распространение среди потенциальной аудитории. Публицистика же является либо родом литературы в широком смысле этого слова, либо составляющей частью журналистики. В целом «журналистика отличается от публицистики ненаправленностью информации» [Там же], так как публицистика нацелена как на решение проблемы, так и на артикулирование собственного мнения. Именно эти возможности публицистической деятельности и привлекают писателей-журналистов, которые в данного рода работах, как мы рассмотрели на примере творческой деятельности Юрия Полякова, совмещают практически все актуализируемые социальной практикой и востребуемые обществом аспекты своего творчества.

Изучая в целом проблему жизнотворчества писателя в цифровую эпоху, мы пришли к тому, что писатель-журналист для выражения своей гражданской позиции по поводу политических, экономических, культурных, научных и ряда других фактов и событий использует публицистику как род литературы, а журналистику как средство передачи своих текстов. Будучи же субъектом журналистики как социального института, писатель максимально насыщает ее пространство текстами диалогичного содержания, развивает жанровую и содержательную палитру, разнообразит тенденции формирования индивидуально-авторского пространства, чего порой так не хватает другим субъектам информационной деятельности.

---

1. Выпуск телепередачи «Линия жизни» на телеканале «Культура». URL: [https://tvkultura.ru/video/show/brand\\_id/20872/episode\\_id/2216346/video\\_id/2242679/](https://tvkultura.ru/video/show/brand_id/20872/episode_id/2216346/video_id/2242679/) (дата обращения: 01.04.2020).

2. Выпуск телепередачи «Открытая книга» на телеканале «Культура». URL: [https://tvkultura.ru/video/show/brand\\_id/63635/episode\\_id/2203663/video\\_id/2227139/](https://tvkultura.ru/video/show/brand_id/63635/episode_id/2203663/video_id/2227139/) (дата обращения: 01.05.2020).

3. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов : монография. М., 2013. 479 с.

4. Есин Б. И., Кузнецов И. В. Триста лет отечественной журналистики (1702–2002). М., 2002. 224 с.

5. Жинкин Н. И. Язык — речь — творчество : избр. труды. М., 1998. 368 с.

6. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учеб. пособие. М., 2002. 287 с.

7. Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации : [краткий словарь]. Екатеринбург, 2007. 306 с.

8. Малоченко Г. Н. Влияние фактора внутренней/внешней референтности на оценку значимости и достоверности медиаинформации // Психология образования в XXI веке: теория и практика : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Волгоград, 2011. С. 99–102.

9. *Мирошниченко А.* Вирусный редактор Интернета и смерть газет // *NewScientist*. Русское издание. 2010. № 3. URL: <http://www.aka-media.ru/foresight/185/> (дата обращения: 21.04.2020).
10. Национальные модели информационного общества / отв. ред. и сост. Е. Л. Вартанова ; науч. ред. Н. В. Ткачева. М., 2004. 412 с.
11. *Поляков Ю. М.* Зачем вы, мастера культуры? URL: <https://public.wikireading.ru/54508> (дата обращения: 22.03.2020).
12. *Поляков Ю. М.* Молчание кремлят. URL: <https://public.wikireading.ru/54509> (дата обращения: 31.03.2020).
13. *Поляков Ю. М.* Так что же делать? URL: <https://public.wikireading.ru/54520> (дата обращения: 02.05.2020).
14. *Саймонс Г. Д., Мухин М. Ю., Олешко В. Ф., Сумская А. С.* Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции: методика междисциплинарного исследования // *Коммуникативные исследования*. 2019. Т. 6, № 4. С. 906–939. DOI: 10.24147/2413-6182.2019.6(4).906–939.
15. *Солдатова Г. У., Рассказова Е. И.* «Цифровой разрыв» и межпоколенческие отношения родителей и детей // *Психол. журн*. 2016. Т. 37, № 5. С. 44–54.
16. *Gladkova A., Vartanova E., Ragnedda M.* Digital divide and digital capital in multiethnic Russian society // *Journal of Multicultural Discourses*. 2020. Vol. 15, iss. 2. P. 126–147. DOI: 10.1080/17447143.2020.1745212.

*Статья поступила в редакцию 06.05.2020 г.*