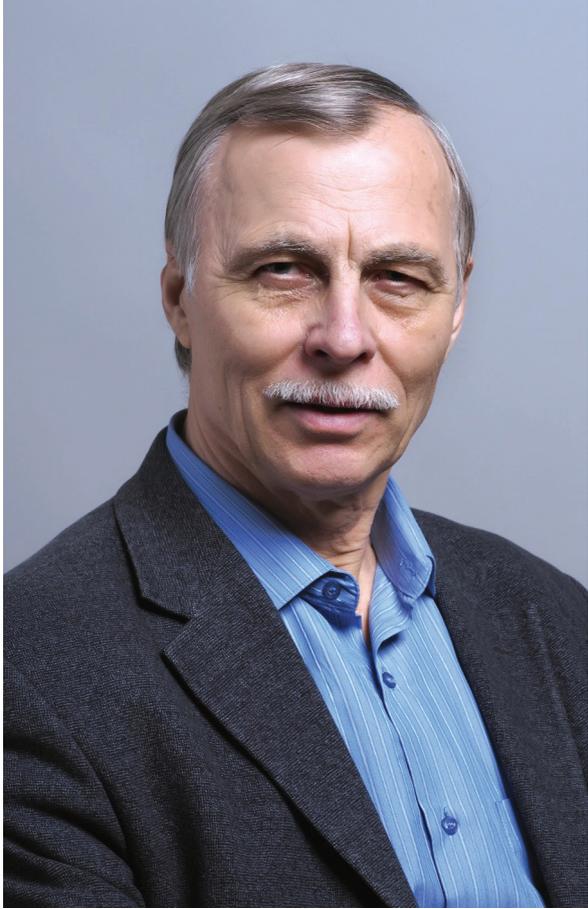


ИССЛЕДОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТВОРЧЕСТВА

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ



ИССЛЕДОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТВОРЧЕСТВА СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ

ПАМЯТИ А. А. ТЕРТЫЧНОГО

Москва, 2021



Рецензенты:

кандидат филологических наук,
доцент факультета журналистики МГУ *А. В. Груша*;
кандидат филологических наук,
доцент факультета журналистики МГУ *Е. В. Зеленина*

Ответственный редактор: *О. В. Смирнова*

Авторы:

Е. Л. Вартанова (предисловие); О. В. Смирнова, И. Н. Денисова, С. Б. Стебловская (глава 1 – п. 1.1); М. В. Шкондин, А. В. Белините (глава 1 – п. 1.2); С. Г. Корконосенко (глава 2 – п. 2.1); Л. Г. Свитич (глава 2 – п. 2.2); Г. В. Лазутина (глава 2 – п. 2.3); В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко (глава 2 – п. 2.4); В. В. Тулупов (глава 3 – п. 3.1); А. В. Колесниченко (глава 3 – п. 3.2); Л. Г. Свитич, М. В. Шкондин, О. В. Смирнова, А. В. Колесниченко (глава 3 – п. 3.3); Т. И. Фролова, А. В. Замков (глава 3 – п. 3.4)

**Исследования журналистского творчества: современные
И85 подходы. Памяти А. А. Тертычного:** колл. моногр. / отв. ред.
О. В. Смирнова. – М.: Фак. журн. МГУ, 2021. – 192 с.

Коллективная монография посвящена памяти выдающегося российского теоретика в области журналистики Александра Алексеевича Тертычного. В ней рассматриваются фундаментальные подходы к исследованию журналистского творчества, а также анализируются тенденции развития теории и практики современной журналистики: трансформации ее форм и методов в условиях конвергенции и цифровизации, творческие аспекты деятельности современных журналистов, внедрение автоматизированных технологий в практику российских СМИ и другие актуальные вопросы.

Для преподавателей и студентов факультетов журналистики, исследователей, работников СМИ.

ББК 76

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие..... 5

Глава 1

1.1 Жизнь, работа и философия Александра Тертычного..... 7

1.2 «Строгость и доброта гармонично сочетались
в его характере»..... 19

Глава 2

Журналистское творчество: фундаментальные теоретические подходы к исследованию

2.1 Журналистика нового времени: влияние среды
и устойчивая сущность..... 22

2.2 К анализу концепта креативности в журналистике..... 33

2.3 Изучение текстов филологической направленности
в контексте развития современных
исследовательских методик..... 55

2.4 Журналистика как диалог культур..... 73

Глава 3

Журналистское творчество: тенденции развития теории и практики

3.1 Мастерство современного журналиста..... 93

3.2 Современное журналистское творчество:
трансформации форм и методов в условиях
конвергенции и цифровизации..... 120

| | |
|--|------------|
| 3.3 Творческие аспекты деятельности современных региональных журналистов..... | 135 |
| 3.4 Роботизация журналистики: вызовы времени..... | 157 |
| Приложение. Список трудов А. А. Тертычного..... | 176 |
| Сведения об авторах..... | 189 |

ПРЕДИСЛОВИЕ

Как известно, в отечественной академической традиции журналистика традиционно признавалась творческой профессией, а публицистика – высшей стадией реализации таланта журналиста. Очевидно, что отечественный подход основывался на историческом опыте российской прессы, на роли «толстых» литературных журналов в общественном коммуникационном пространстве XIX в. – уникальной среде интеграции (и взаимного обогащения) литературы, журналистики, философии, политики, и, что удивительно, без существенной экономической опоры и какой-либо серьезной бизнес-модели.

В постсоветский период под давлением глобальных профессиональных ценностей были сформированы новые подходы и профессиональные стандарты, что привело к отказу от российского понимания журналистского творчества и потребовало изменения редакционных подходов к созданию текстов. Креативность вернулась в профессию неожиданно – с интернетом, блогерами, социальными сетями, любительскими фото- и видеоматериалами. Массовая креативность непрофессионалов вызвала острую потребность СМИ в качественной профессиональной журналистике, созданной согласно традиционным канонам творчества, но уже в условиях технологизированного труда, когда от журналиста требуются уже новые навыки и компетенции.

Профессор Александр Алексеевич Тертычный, представитель московской академической школы, разработавший теорию жанров периодической печати, особое внимание уделял функциям журналистики, в том числе творческим. Собственно творческие функции (создание определенной информационной «модели» отображаемого явления; установление причинно-следственных отношений; выявление значимости явления; определение будущего состояния исследуемого явления; формулирование программ, планов действия, связанных с анализируемым явлением) он связывал с познанием журналистом действительности. А. А. Тертычный в книге «Жанры периодической печати» писал: «Творческие функции выступают как необходимость для журналиста исследовать различные общественные феномены, выявлять и описывать их суть, определять их причины, прогнозировать развитие этих феноменов, выяснять

их значимость; исследовать передовой опыт решения всевозможных задач и формулировать программы их решения, предостерегать от вредных или неэффективных путей, способов достижения тех или иных целей, обосновывать спорные точки зрения; выработать свое отношение к миру посредством эмоционально-образной типизации, обобщения отображаемых явлений» (2017: 8). Через реализацию творческих функций журналист выполняет свою непосредственную профессиональную журналистскую задачу: создает журналистский текст, сообщает оперативную, аналитическую, эмоционально-образную информацию о разных сторонах жизни общества.

Тексты, содержание СМИ, печатных изданий, аудио-, видео- и мультимедийных каналов оказались сегодня в сердцевине креативных индустрий. Термин «креативные индустрии» получил большое распространение в последние десятилетия, хотя он, безусловно, во многом пересекается с классическим понятием «индустрия культуры» Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Креативные (творческие) индустрии структурируют поток креативного контента от традиционных производителей к потребителям, а в условиях «цифры» берут на себя и обратную задачу – включить пользовательскую креативность в систему глобального производства содержания. Наконец, благодаря продвижению артхаусной креативности в сфере книгоиздания, дизайна, моды, аукционного искусства СМИ помогают удовлетворить новый потребительский запрос на кастомизированное творчество. В свою очередь современные исследователи, теоретики разных академических школ все чаще говорят о возрастании роли творческих профессий в современной экономике, о становлении нового – креативного – класса в структуре общества, о растущем влиянии творческих профессий и особенно тех, которые создают содержание для медиа, все глубже проникающих в нашу жизнь.

Е. Л. Вартанова

1.1 ЖИЗНЬ, РАБОТА И ФИЛОСОФИЯ АЛЕКСАНДРА ТЕРТЫЧНОГО

Абитуриент Тертычный приехал 1968 г. из Курска и поступил в Московский университет с первой попытки. Дипломную работу «Публицистика и журналистика в западногерманской и отечественной теории публицистики: сравнительный анализ» защитил под руководством профессора В. В. Ученовой. Позже Александр Алексеевич вспоминал: «Итак, я написал работу, защитил ее, получил рекомендацию в аспирантуру и уехал на каникулы. И вдруг меня начинают поздравлять. Я спрашиваю: “Что такое?” – “Твою работу отправили на ВДНХ”. Мою и Иосифа Дзюлошинского. И я почувствовал, что не зря целый год старался»¹.

По окончании университета был распределен в «Красную звезду» – общероссийскую газету министерства обороны. Его журналистская карьера складывалась успешно, корреспондент Тертычный быстро делал себе имя. Однако главной в его жизни оказалась все же не журналистская практика, а академическая стезя, связанная с преподаванием и исследованием журналистики.

Предложение о поступлении в аспирантуру поставило перед ним дилемму: напряженная работа в газете или полноценная отдача в аспирантуре? Чтобы совместить то и другое, он выбирает заочную форму обучения. Коллега Александра Алексеевича профессор Т. И. Фролова, знавшая его более сорока лет, так вспоминала о нем в его аспирантскую пору: «В конце 1970-х гг. он был аспирантом кафедры теории и практики партийно-советской печати и корреспондентом “Красной звезды”, готовил к защите свою кандидатскую диссертацию. Я, тогда лаборант кафедры, помогала ему собирать документы. Александр был скромным, но очень трудолюбивым, организованным, четким и точным в работе. Занимался сложной темой – аргументацией в журналистском тексте. Тема предполагала знакомство со смежными областями знаний – в частности, логикой, с чем наш аспирант успешно справился»².

В 1980 г. А. Тертычный защитил кандидатскую диссертацию на тему «Типы аргументов в структуре публицистического произведе-

ния» (науч. рук. – В. В. Ученова), в 2003 г. – докторскую диссертацию на тему «Методология и методика социального познания в журналистике». В 2005 г. стал профессором.

Профессора А. А. Тertyчного, всегда спокойного, тактичного и мудрого, очень любили студенты и долго помнили выпускники, с которыми он встречался и после их выпуска. «Мои выпускники, – говорил он, – чтят факультет журналистики, считают его одним из высших итогов своей жизни. Факультет очень много дал и с профессиональной точки зрения многим ребятам, и просто с человеческой. У нас всегда много тем для разговора».

Выпускник журфака 1985 г. Владимир Круглов вспоминал: «Студенты на удивление как-то сразу восприняли и полюбили его. За что? Про иного преподавателя говорили, что он “хороший человек”, на что оппоненты возражали, что “хороший человек – это не специальность”. Про другого человека утверждали, что среди профессионалов ему нет равных, оставляя за скобками его человеческие качества. А вот у Александра Алексеевича оба эти качества сочетались столь органично, что в его компетентности и искренности никогда и ни у кого не возникало сомнений. Он был такой же, как мы. Только с несколько бóльшим опытом научных знаний и жизни, более терпеливым, тактичным, выдержанным и добрым. Он так же, как и мы, в свое время приехал учиться на факультет журналистики из Курска, пройдя через те же перипетии и по тем же дорогам, что и мы. А значит – понимал нас, как никто другой»³.

Профессор А. А. Тertyчный был профессионалом в высоком смысле слова и прекрасным человеком, именно сочетание этих качеств всегда притягивало к нему коллег и студентов. А еще он был прекрасным отцом и мужем.

Ему часто говорили, что он «живой классик», что по его многочисленным учебникам учатся студенты всех журфаков в России, на что он иронично отвечал: «Что такое учебник? Его может написать любой. Я ведь даже ни одного интересного романа не написал». А потом добавлял уже серьезно: «Писать учебники не сложно, если ты работал, знаешь свою специальность – все получится. Взгляд изнутри и взгляд снаружи дают различную глубину. Когда не знаешь сути дела, тогда можно много чего написать, но материал будет выглядеть поверхностно».

Парадигма отечественных исследований журналистики, по признанию теоретиков, формировалась в значительной степени под влиянием масштабных общественных трансформаций в стране. Философское прочтение профессии, далекое от прикладного, по-видимому, было результирующей многих факторов: и изначального положения журналистики в России, где в XIX в. в условиях авторитарной модели журналистики она была единственным каналом коммуникации между обществом и властью, и литературоцентричности самой русской культуры, и того факта, что обучение журналистике возникает в рамках университетского образования, впитывая академическую фундаментальность. Во многом именно поэтому «в отечественной традиции газетно-журнальная публицистика традиционно рассматривалась медиаисследователями как высшая стадия реализации творческого таланта журналиста и как результат творческих процессов редакции» (Вартанова, 2019: 16). В контексте сложных условий, в которых формировалась отечественная парадигма исследований журналистики и медиа, имя Александра Алексеевича Тertyчного видится одним из ключевых, а его теоретическое наследие безусловно является важнейшей частью отечественной школы теории журналистики и медиа. Теоретические труды Тertyчного выполнены в традициях московской школы исследований журналистики⁴. Так, например, вера в высокую миссию журналистики, стремление рассматривать прикладную деятельность в рамках гуманистического подхода, деонтологическое начало – все это прослеживается в трудах ученого.

По мнению исследователей, в советский период теоретизация журналистики носила суверенный характер и была построена на отрицании и критике зарубежного опыта. Идеологическая и политическая составляющая отечественной научной школы исследований журналистики не всем тогда мешала создавать серьезный фундамент для изучения языка СМИ, истории журналистики, организации работы журналиста в редакции, журналистской деятельности и творчества, и других актуальных аспектов журналистики. Среди тех, кто держал высокую исследовательскую планку, – ученые и преподаватели факультета журналистики МГУ В. Д. Пельт, М. С. Черепанов, В. В. Ученова, Е. П. Прохоров, В. М. Горохов, С. М. Гуревич. Для советской школы исследования журналистики были характерны ценностный пафос в лучшем смысле этого слова и делегирование

журналистике гуманистической миссии. Кроме того, советской школе изучения журналистики изначально было свойственно стремление рассматривать ее как интегративную гуманитарную деятельность, действующую человека не только на профессиональном уровне, но также на духовном и даже эмоциональном.

«Будучи изолированной от глобального контекста, советская школа исследований журналистики и СМИ тем не менее выстроила системную медиатеорию с несколькими развитыми научными направлениями, яркими учеными, интересными эмпирическими исследованиями, высокой публикационной активностью» (Дунас (б), 2016: 15).

Вслед за социально-политическими трансформациями 1990-х гг. наступил новый этап развития отечественных исследований журналистики, связанный с формированием национальных концепций и построенный как на переосмыслении зарубежного опыта исследований, так и на корректировке опыта советского (Вартанова, 2012; Вартанова, 2015; Дунас (а), 2016).

Тем не менее это не создало, как можно было бы ожидать, эффекта «вторичности» и стремления клонировать западные концепции на отечественной почве. В том числе и западные исследователи отмечают, что именно «национальные традиции продолжают оставаться определяющим фактором в теоретизации медиа» (Thussu (ed.), 2009: 2). И можно уверенно говорить о том, что своеобразии парадигмы позволяет отечественной академической школе исследований медиа и журналистики претендовать на признание не только в России, но и в глобальном научном сообществе (Korkonosenko, 2015; Дунас (б), 2016).

Сегодня отечественная теория журналистики находится на пути выработки единого тезауруса, поиска точек соприкосновения разных подходов, из которых «первый – это основной, традиционный, гуманитарно-филологический, и второй – достаточно новый, набирающий популярность междисциплинарный подход с привлечением методов и терминологии из разных областей естественно-научного знания» (Вартанова, 2018: 165). Крупнейшие центры исследования журналистики и медиа в России сегодня – Московский университет, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций при СПбГУ, в которой важное место занимает позиция культурологической журналистики (профессор С. Г. Корконосенко), и акси-

ологии журналистики (профессор В. А. Сидоров); Уральский федеральный университет в Екатеринбурге (профессора Б. Н. Лозовский и В. Ф. Олешко); Воронежский университет с его традицией исследования региональной журналистики (профессор В. В. Тулупов).

Сегодня можно говорить о многопарадигмальном подходе к исследованию медиа и о том, что «в отечественной медиатеории зачастую отсутствуют и общепризнанные унифицированные определения, и разделяемые большинством исследователей подходы и методы изучения журналистики и СМИ, и даже единое обозначение исследовательской области, которая анализирует журналистику и СМИ» (Дунас (б), 2016: 110).

Тем ценнее в отсутствие унификации то, что для большого количества российских исследователей медиа есть имена, которые не вызывают разногласий, и одним из таких имен с большой долей вероятности можно считать имя А. А. Тертычного. Сфера его научных интересов обширна, но основные линии теоретических рефлексий – это феномен журналистского творчества, система жанров, аналитическая и расследовательская журналистика, логика и система аргументации в журналистике.

Важными концептами в отечественной теории медиа считаются понятия «творчество» и «творческая деятельность» в контексте профессиональной деятельности. Взгляд на журналиста как на полноценного актора творческой среды, а не как на технологическое звено, вера в неизбывный творческий потенциал профессии всегда были свойственны отечественной школе. Проблемы творчества в журналистике в Московском университете исследовали Г. В. Лазутина, Л. Г. Свитич, Е. П. Прохоров, в других научных школах – Л. Е. Кройчик, В. Ф. Олешко. Интеллектуальное творчество журналиста, личностное в первую очередь, занимало и А. А. Тертычного как исследователя и журналиста. Программой можно считать его работу «Творческие стратегии в журналистике (аналитическая и расследовательская журналистика)» (2009). Вопросом о соотношении технологии и творчества в журналистике он занимался в рамках одноименного учебного курса, который читал на факультете журналистики. Примечательно, что и один из своих последних научных докладов ученый посвятил проблемам творчества. В нем он размышлял о месте журналистского творчества в контексте технологических трансформаций (Тертычный, 2017).

Одной из главных тем научных разработок Александра Алексеевича была типология журналистских жанров. Этой комплексной и спорной области теории журналистики в свое время отдали дань немало талантливых исследователей – от Е. И. Журбиной и Л. Е. Кройчика до Г. Я. Солганика и Г. В. Лазутиной. То обстоятельство, что поставленные перед журналистами задачи требуют воплощения в определенных жанрах, проистекало от пересечения живой практической журналистики с теоретическим осмыслением журналистского материала. А. А. Тертычный исходил из того, что «в журналистике существуют три способа отображения действительности – фактографический, аналитический и наглядно-образный» (Тертычный, 2000: 10), которым соответствуют три группы жанров (информационная, аналитическая и художественно-публицистическая). Впоследствии эта позиция легла в основу одного из наиболее востребованных учебных пособий – «Жанры периодической печати» (пособие впервые было издано в 2000 г., затем многократно переиздавалось в 2002, 2005, 2006, 2011, 2014 и 2017 гг.). Несмотря на то, что в современных медиа появляются новые форматы, типы медиатекстов и происходит диффузия жанров, пособие остается самым полным осмыслением журналистских жанров. Сам А. А. Тертычный обращал внимание на то, как трансформируется жанровая система России, как соотносятся между собой понятия «концепция», «формат» и «жанровая стратегия», на большом массиве публикаций постоянно отслеживал эти процессы, делился наблюдениями с научным сообществом и журналистами-практиками (Тертычный, 2010; Тертычный (а), 2011).

Деление жанров на три большие группы к настоящему времени уже стало классическим, хотя некоторые составляющие этих групп, их дефиниции могут вызывать споры среди исследователей. Тем не менее, именно эта классификация и сегодня является эталонной при обучении студентов. Проблемам жанровой классификации А. А. Тертычный посвятил десятки научных статей, каждый раз подбирая оригинальный эмпирический материал (Тертычный, 2011 (б); Тертычный, 2012). Также в течение многих лет он писал о жанрах в журнал «Журналист». Пользу и глубину его трудов, их логическую обоснованность и привязку к «живой» журналистике много раз отмечали исследователи и журналисты-практики. Такие серьезные работы по жанровой специфике, как упомянутые «Жанры

периодической печати» и «Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход» (1998), во многом сформировали в отечественной теории журналистики «систему жанрообразования, которая и сегодня не утратила своей ценности» (Мисонжников, 2018: 201).

Также А. А. Тертычный разрабатывал концепцию аналитической журналистики, посвятив этой теме множество публикаций⁵. В 1998 г. а вышел фундаментальный учебник «Аналитическая журналистика», который аккумулировал в себе предыдущие наработки.

Важнейшей вехой преподавательской и исследовательской деятельности А. А. Тертычного стало направление расследовательской журналистики. По сути, это была пионерская работа, поскольку до него никто так масштабно и системно не осмысливал это сложнейшее направление. Расследовательская журналистика в нашей стране стала знаковым явлением конца 1980-х – начала 1990-х гг. Именно тогда на волне перестройки и гласности у общества появилась потребность в критическом осмыслении социальных реалий. И журналистика не могла не откликнуться на этот запрос – появились выдающиеся журналисты-расследователи Юрий Щекочихин, Андрей Константинов, Лариса Кислинская, Александр Хинштейн, Лариса Юдина, Дмитрий Холодов и др.

А. А. Тертычный в своих работах по расследовательской журналистике осмыслял ее истоки и предпосылки. Примечательна его статья о «макрейкерах»⁶ (Тертычный (б), 2016). В ней ученый систематизировал ключевые технологии и жанровую структуру расследований, проанализировал проблемы и риски, встающие перед расследователями-журналистами, и перспективы развития этого направления.

Анализируя трансформации в жанровой структуре расследований, он отмечал, что «современные расследовательские тексты обладают часто не совпадающими характеристиками, порой отдаляющими их от ранее принятого стандарта журналистского расследования, что потенциально возможно существование множества разновидностей таких текстов» (Тертычный (а), 2016).

Важным моментом была ориентированность на региональную расследовательскую журналистику. Вообще, А. А. Тертычного, как нам кажется, можно смело назвать исследователем-почвенником, исследователем-патриотом. В своей работе он постоянно

держал фокус на отечественную, в первую очередь региональную, практику. Но это не означало, что он не видел недостатков этой практики: он анализировал многочисленные проблемы и риски, связанные, например, с тем, что местные журналисты, с их зависимостью от местных властей, редко осмеливаются расследовать случаи коррупции. В последние годы он внимательно наблюдал за развитием журналистских расследований в цифровой среде, в частности проводил сравнительный анализ расследований в России и Германии, поскольку прекрасно знал немецкий язык (Тертычный, 2014).

И одно из последних (но не менее важных) направлений его исследовательской деятельности – сатирическая публицистика в российском интернете. Здесь он также проявил себя новатором: первым разработал классификатор типологической структуры сатирических ресурсов. В нашей стране сатирическая публицистика достаточно активно присутствовала как в дореволюционной, так и в советской прессе. Однако во время перестройки, проходившей в стране на рубеже XX–XXI вв., ситуация изменилась. Сатира постепенно стала уходить из печатных изданий. Сам профессор обозначил несколько причин этого явления. Во-первых, в 1990-е гг. из-за обнищания и резкого сокращения большей части массовой аудитории упал платежный спрос. В то же время рост коммерческих СМИ, а также СМИ сенсационно-новостной и развлекательной направленности привел к переориентации аудитории, приучил ее к легкому, поверхностному «чттиву». Выпускать традиционные сатирические издания стало невыгодно. В сатирических жанрах трудно работать, журналистов-сатириков мало, в том числе по причине недостатков в подготовке кадров для медиаотрасли. Кроме того, носители ценностей, подвергавшиеся сатирическому осмеянию, в основном представляли властную элиту и не были заинтересованы в сохранении и развитии сатирической публицистики. Вдобавок к этому руководители ряда изданий осознанно отказывались от сатиры, как и от публицистики в целом. В результате сегодня сатирическая публицистика в российских традиционных СМИ – относительно редкое явление. Между тем в ней существует объективная социальная потребность как в важном средстве борьбы с многочисленными негативными явлениями, существующими в нашем обществе (Тертычный, 2015).

В целом можно сказать, что работы А. А. Тертычного, вне всякого сомнения, продолжили тот магистральный путь академического осмысления журналистики, который был проложен Е. П. Прохоровым, В. М. Гороховым, Г. В. Лазутиной и другими исследователями с присущими им верой в высокую миссию журналистики, ее гуманистический потенциал и примат творческого начала. Необходимо также еще раз подчеркнуть, что А. А. Тертычный в своем теоретическом творчестве, в том числе в теории жанров, рассматривал теоретические конструкции строго в применении к практической журналистике, всегда снабжал свои работы большим количеством примеров из современной прессы и был уверен в пользе владения практикующими журналистами навыками структурного мышления.

Собственно говоря, структурное мышление, владение логической культурой, способность стройно, непротиворечиво излагать свои мысли – все, чем сам владел в совершенстве, он считал необходимым для журналиста, в первую очередь занимающегося аналитическими жанрами. Освоение «науки правильного мышления» было просветительским кредо А. А. Тертычного как педагога, профессора, оно легло в основу учебного пособия «Логическая культура журналиста» (2005). Древнее «искусство рассуждать» – диалектика была подана им максимально приближенно к современным реалиям. В этой книге ярко проявилась его способность к популяризации академического знания, к переложению строгих фундаментальных параметров на понятный студентам язык. Объяснить «на пальцах» такие краеугольные концепты логики, как индукция, дедукция и аналогия, подобрать примеры из журналистской практики может только тот, кто сам не только в высшей степени причастен к логической культуре, но и соотносит ее с проявлениями современной журналистики. Напомним, что и кандидатская диссертация А. А. Тертычного называлась «Типы аргументов в структуре публицистического произведения» и легла потом в основу его книг «Аргументация в журналистике» (1989)⁷ и «Аргументация в публицистическом тексте» (1992)⁸.

А. А. Тертычный разрабатывал палитру жанров аналитической журналистики, ее методологический инструментарий, описывал предметные особенности и тематические виды анализа в тексте. Вышедшая в 2009 г. книга «Аналитическая журналистика» и ее переиздание в 2010 г.⁹ содержит богатейший теоретический и эмпи-

рический материал. В ней Тertyчный выступает и как теоретик, и как журналист-практик с огромным опытом работы, который осознает всю сложность овладения арсеналом аналитических методов и опасность для журналиста поддаться упрощению, редукции смыслов, примитивизации контента.

Много внимания А. А. Тertyчный уделял и региональной российской журналистике – опять-таки в контексте реализации региональными СМИ тех или иных жанров, предпочтения жанровых стратегий. Тут нельзя не упомянуть о его профессиональных связях с региональными факультетами журналистики, в первую очередь с журфаком Воронежского университета, где он долгие годы был председателем ГАКа, членом диссертационного совета, входил в редколлегия журнала «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика».

В одном из интервью Александру Алексеевичу задали вопрос, чувствует ли он себя «живым классиком». Он ответил с присущим ему юмором: «Главное, я себя живым ощущаю». Теперь он уверенно перешел в ранг классика.

Библиография

Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 1. С. 7–26.

Вартанова Е. Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 5–26.

Вартанова Е. Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 1. С. 165–176.

Вартанова Е. Л. Теория медиа. Отечественный дискурс. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019.

Дунас Д. В. (а) Академический медиадискурс: актуальные тенденции развития в России // МедиаАльманах. 2016. № 2. С. 12–21.

Дунас Д. В. (б) Развитие и современное состояние теоретических исследований журналистики и СМИ в России: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.

Мисонжников Б. Я. Филологические теории журналистики: литературоведение // Теория журналистики в России / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Алетейя, 2018. С. 189–218.

Тертычный А. А. (а) Жанровая система в России: перспективы развития // Электронная Казань–2011: мат. III Междунар. науч.-практ. конф. Казань: Универсум, 2011.

Тертычный А. А. (б) Тенденции в использовании жанров на страницах современных печатных СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 5. С. 93–101.

Тертычный А. А. (а) Журналистские расследования в России: типологическая трансформация // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 4. С. 607–617. DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(4).607-617.

Тертычный А. А. (б) По следам макреюкеров (о журналистах-расследователях) // Новости ЕСИМО. 2016. № 10 (436). С. 22–23.

Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательнопсихологический подход. М.: Гендальф, 1998.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000.

Тертычный А. А. Концепция, формат и жанровая стратегия СМИ: соотношение понятий // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф. М.: Фак журн. МГУ, 2010.

Тертычный А. А. Логическая культура журналиста. М.: Икар, 2005.

Тертычный А. А. Русско-немецкий исследовательский интернет-портал «На дневной свет» (*Ans Tageslicht*): опыт и перспективы развития // Научные ведомости Белгородск. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. № 8 (162). С. 121–129.

Тертычный А. А. Современная сатирическая публицистика в Интернете: функции, содержание, жанры // Вестн. ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2015. № 4. С. 156–162.

Тертычный А. А. Творческие стратегии в журналистике (аналитическая и исследовательская журналистика). М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 2009.

Тертычный А. А. Творчество в журналистике: анахронизм или необходимость // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2017. С. 152–153.

Тертычный А. А. Характер применения жанров в современных печатных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 106–112.

Korkonosenko S. G. (2015) Global de-Westernization trend in media studies and Russian journalism theory // *Central European Journal of Communication*. Vol. 8. No. 2. Pp. 175–186.

Thussu D. K. (ed.) (2009) *Internationalizing Media Studies*. London: Routledge.

Примечания

¹ Вспоминая Александра Тертычного. Режим доступа: <https://jrnlist.ru/tertychny-25-may> (дата обращения: 15.10.2020)

² Там же.

³ Там же.

⁴ О месте и специфике московской научной школы много писали в последние годы в контексте осмысления теории медиа. См.: *Дунас Д. В.* Развитие и современное состояние теоретических исследований журналистики и СМИ в России: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016; *Теория журналистики в России / под ред. С. Г. Корконосенко.* СПб.: Алетейя, 2018; *Вартанова Е. Л.* Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019.

⁵ См.: *Тертычный А. А.* Аргументация в публицистическом тексте. Свердловск: Изд-во Уральск. ун-та, 1992; Его же. Аналитическая журналистика: методология подготовки текста. М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 1993; Его же. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М.: Гендальф, 1998; Его же. Аналитический инструментарий журналиста // *Деловая пресса России: будущее и настоящее.* М.: Ин-т гуманитар. коммуникаций, 1999 и др.

⁶ Макрейкеры – распространенное название группы американских писателей и публицистов, выступавших в начале XX в. с разоблачением злоупотреблений монополий и коррупции государственного и партийного аппарата в США. К их числу относят публицистов Л. Стеффенса, Т. У. Лоусона, А. Тарбелл, Д. Г. Филлипса, Д. Рииса, Р. Бейкера, Г. Майерса, писателей Дж. Лондона, Т. Драйзера, Э. Синклера и др.

⁷ См.: *Тертычный А. А.* Аргументация в журналистике. М.: Изд-во СЖ, 1989.

⁸ См.: *Тертычный А. А.* Аргументация в публицистическом тексте. Свердловск: Изд-во Уральск. ун-та, 1992.

⁹ См.: *Тертычный А. А.* Аналитическая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс. 2010.

1.2 М. В. ШКОНДИН: «СТРОГОСТЬ И ДОБРОТА ГАРМОНИЧНО СОЧЕТАЛИСЬ В ЕГО ХАРАКТЕРЕ»

Безусловно, имя профессора А. А. Тertyчного известно любому человеку, получавшему в последние двадцать лет журналистское образование в нашей стране. Одни знают его по учебникам «Жанры периодической печати», «Расследовательская журналистика», «Аналитическая журналистика» и др. Другим повезло еще больше: они знают его как прекрасного, остроумного лектора, на занятиях которого всегда находилось время и место для шуток о профессиональном и о вечном. Наконец, для некоторых, немногих, Александр Алексеевич – всегда приветливый и доброжелательный, ответственный и надежный коллега. Каким он был, работая на факультете журналистики, каким он был на своей родной кафедре? Мы поговорили с Михаилом Васильевичем Шкондиным, профессором, ведущим научным сотрудником, почти четверть века занимавшим должность заведующего кафедрой периодической печати и проработавшим вместе с Александром Алексеевичем Тertyчным более 40 лет.

– Михаил Васильевич, расскажите о своей первой встрече с Александром Алексеевичем. Какое впечатление он тогда на Вас произвел?

– Когда я встретился с Александром Алексеевичем, то сразу понял, что он в каком-то смысле повторяет мою судьбу. Он пришел на факультет из центральной военной газеты «Красная звезда». Я тоже пришел из военной газеты авиаторов, артиллеристов и связистов Северного Кавказа «На боевом посту». В основе его и моего мотивов лежало одно. У нас обоих была интересная работа, но тяга к науке пересилила. Дальше – больше: желание не только постигать знания, но и самому их создавать в своем творчестве, нести их новому поколению журналистов. Быть исследователем, педагогом. Я проникся глубокой симпатией к Александру Алексеевичу и подумал, что тяга к знаниям, к свету, к научному поиску – это очень хороший стимул на жизненном пути. Этот человек, подумал я, многого добьется в своей жизни. И не ошибся.

– Большую часть времени вы с Александром Алексеевичем проработали вместе на кафедре периодической печати. Есть ли какие-то моменты, которые особенно Вам запомнились?

– Его всегда отличала настойчивость и высокая требовательность к себе. Достаточно вспомнить его защиту докторской диссертации: отзывы официальных оппонентов были положительными, но вопросы и выступления членов диссовета убедили его в том, что она нуждается в доработке. Поэтому, не дожидаясь голосования, он снял диссертацию с защиты, а через год представил и успешно защитил основательно доработанную диссертацию на тему «Методология и методика социального познания в журналистике».

Во всем проявлялась его высокая ответственность. Мы с ним первое время часто обсуждали его научные публикации, технологию их подготовки и сроки представления в редакцию нашего «Вестника» (я в то время был заместителем главного редактора этого издания). Он всегда добросовестно трудился, чтобы выдержать высокие требования и жесткие сроки. Никогда не жалел себя для дела и всегда держал свои обещания. Возможно, именно поэтому он всегда находится в топе рейтингов цитируемости публикаций – всегда занимал место в верхней части таблицы. Это, конечно, свидетельствует о его высоком авторитете в научных кругах.

– По инициативе Александра Алексеевича на журфаке был создан цикл лекционных курсов, посвященных журналистским технологиям. Когда разрабатывались эти учебные планы и как они менялись с течением времени?

– Во времена перестройки, как известно, возникла острая необходимость совершенствовать учебный процесс подготовки будущих журналистов, сблизить теорию журналистики с ее практикой. Тогда же по инициативе деканата факультета была изменена кафедральная структура факультета, были созданы кафедра PR и рекламы, а затем и кафедра теории и экономики СМИ.

По предложению ведущих сотрудников нашей кафедры периодической печати – Е. И. Пронина, А. А. Тертычного, Г. В. Лазутиной, М. И. Шостак, Т. И. Фроловой – была проведена «перестройка» учебных дисциплин, а также введены новые предметы. Среди них «Психология журналистского творчества», а также принципиально новые курсы, посвященные современным журналистским технологиям: «Журналистика новостей», «Аналитическая журналистика» и «Расследовательская журналистика». Последние два лекционных курса стал читать Александр Алексеевич. Этот наш опыт был использован во многих вузах страны и значительно повлиял на ка-

чество подготовки будущих журналистов. Высокие тиражи изданий учебной литературы по этим курсам и частота их переизданий свидетельствовали об их высокой востребованности.

– Лекции для студентов журфака, научные статьи, руководство дипломами и диссертациями. А чем интересовался и увлекался Александр Алексеевич вне стен университета?

– Он постоянно посещал другие факультеты и отделения журналистики по всей России, читал лекции для студентов, выступал с докладами по актуальным проблемам теории и практики журналистики на региональных конференциях, сотрудничал с региональными научными журналами, был членом редколлегий многих из них, такими как «Известия Уральского федерального университета», «Вестник Воронежского государственного университета», «Вестник БГУ», «Научные ведомости Белгородского государственного университета». Входил в состав диссертационных советов МГУ и Воронежского государственного университета.

Кроме того, он постоянно публиковал в журнале «Журналист» и других профессиональных изданиях различные методические рекомендации, которые высоко оценивали журналисты-практики.

– Как вы оцениваете его научное наследие?

– Его научная деятельность заключалась прежде всего в выявлении и систематизации характера деятельности и технологий современной журналистики, и он весьма в этом преуспел. Он оставил огромное творческое и научное наследие: написал 248 статей и 53 книги, создал 36 учебных курсов, прочитал 34 доклада на конференциях, участвовал в работе 2-х НИР, под его руководством было защищено 58 дипломных работ и 4 кандидатских диссертации.

– Какие человеческие качества Вы могли бы назвать главными у Александра Алексеевича?

– Его отличало благожелательное отношение к коллегам, ко всем аспирантам и студентам. Каждый знал, что Александр Алексеевич им всегда поможет, поддержит в трудную минуту. Строгость и доброта гармонично сочетались в его характере.

Беседу вела А. В. Белините

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ТВОРЧЕСТВО: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ

2.1 ЖУРНАЛИСТИКА НОВОГО ВРЕМЕНИ: ВЛИЯНИЕ СРЕДЫ И УСТОЙЧИВАЯ СУЩНОСТЬ

Разительные трансформации в технологической базе массово-информационного производства вызывают противоречивые оценки состояния и перспектив существования журналистики. Часть специалистов приходит к заключению о том, что журналистика якобы несовместима с цифровой революцией, другие ищут решение открывающихся проблем. Обращаясь к популярной метафоре Зигмунта Баумана «текущая современность» (Бауман, 2008), т. е. всеобщая переходность, растворение границ явлений и понятий, некоторые авторы пытаются «примирить» плюрализм технологий с природными свойствами журналистики. Так появляется, например, интеллектуальный проект трансмедийной журналистики, которая осваивает мобильные средства связи (Tellería, 2017). В международном исследовательском сообществе развернулось обсуждение парадоксального теоретического подхода, обозначенного как *“Beyond journalism”* (после, сверх, вне журналистики). По мнению его разработчиков, «журналистика превращается из более или менее гармонично организованной отрасли в чрезвычайно изменчивую и очень разнообразную практику... индустрия журналистики мертва, но... журналистика существует во многих местах... Журналистика существует в растущей сетевой среде, как в формальном, так и в неформальном контексте, вовлекая широкий круг субъектов и действующих лиц» (Deuze, Witschge, 2018: 166, 177). Внимание аналитиков все отчетливее смещается в сторону так называемых цифровых вызовов: «Журналистика и пресса всегда находились под глубоким влиянием технологических изменений. В настоящее время они конкурируют с новыми формами медиа в цифровом мире и сталкиваются с вызовами развития *Web 2.0*, включая автоматизированную журналистику» (Monti, 2018: 140).

Как можно заметить, главным импульсом к теоретическим размышлениям становится взрывное развитие медийных технологий.

Таким образом, ясно определяется научно-концептуальная проблема, которую мы рассматриваем в настоящей статье. Она заключается в соотношении воздействий на журналистику внешних сред ее обитания, включая технико-технологическую среду, и ее сущности как института, профессии и рода деятельности. С этой проблемой естественным порядком связываются науковедческие вопросы, а именно дисциплинарное самоопределение научного познания современной журналистики. Поиски решения обеих названных проблем определяют цель нашего исследования. В качестве гипотезы мы выдвигаем тезис о том, что динамика среды обитания активно воздействует на журналистику и способы ее теоретического осмысления, но не требует принципиального пересмотра представлений о ее сущности. В методическом отношении мы сопоставляем два исследовательских подхода к пониманию журналистики – реляционный и субстанциональный, приносящие разные результаты при анализе общего объекта изучения.

Реляционная и субстанциональная методологии в теории журналистики

Насколько нам известно, в исследованиях журналистики не рассматривается специально различие указанных подходов. В других социальных науках и по другим предметным поводам явное противопоставление реляционизма и процессуализма субстантивизму не просто практикуется, а кладется в основу фундаментальных произведений (Олик, 2012). В первом случае социальные институты и явления видятся в процессе непрерывной изменчивости под влиянием внешних факторов, т. е. через отношения и взаимодействия; во втором внимание концентрируется на относительно стабильном комплексе их сущностных характеристик. Разумеется, в действительности такое разделение не бывает жестким, институты испытывают на себе преобразующее воздействие внешней среды и в то же время они сохраняют свою природную идентичность в принципиальных чертах.

В теории журналистики понимание разницы между двумя методологическими установками может выражаться, например, в форме полемики с теми, кто полагает, что «журналистика – это буд-

то бы всего лишь добросовестное подобие общества, которым она создана... Однако функционирование журналистики нередко показывает довольно серьезные отличия от функционирования социума в целом» (Сидоров, 2020: 49). В приведенном полемическом высказывании стороной отношений с журналистикой выступает социум в широком значении слова. Но пресса вступает в отношения и взаимодействие не только с обществом как целостным образованием, но и с многочисленными специальными средами: политической, духовно-культурной, экономической, технико-технологической, экспансии которой мы касались выше, и др. Значит, в традициях реляционизма следует предположить, что каждая из сред производит «свою» модель журналистики, причем, соответственно, совсем не обязательно в этом переустройстве главная роль принадлежит технологиям.

Было бы крайне нереалистично отрицать факты воздействия извне, они проявляются со всей очевидностью. Но и абсолютизировать значение какого-либо из внешних факторов, включая технологию, было бы столь же недальновидно. Даже если иметь в виду только, к примеру, духовно-творческую составляющую профессии и деятельности, то напрашиваются параллели с другими духовными практиками – литературой, искусством, наукой и т. д. Они тоже, хотя и в разной степени, находятся под влиянием политики, социальных трансформаций, скачка цифровых технологий, но их содержательное ядро и назначение не претерпевают принципиальной ломки, во всяком случае, их сущность не помещается в центр научного дискурса, как это происходит с журналистикой.

В качестве духовно-творческой практики журналистика находит свое наивысшее воплощение в публицистике, история развития которой насчитывает тысячелетия. Но в последние годы и ее существование парадоксальным образом ставится под сомнение. Как отмечал А. А. Тертычный, «феномен публицистики в ходе “перестройки” российского общества, казалось бы, навсегда был повержен так называемой журналистикой “факта”. Если судить по рубрикам газет, журналов, интернет-сайтов и др., а также по названиям учебных программ обозримого числа факультетов журналистики соответствующих вузов, то создается впечатление, что данный вид информационной деятельности на самом деле уже исчез или, по крайней мере, вот-вот исчезнет» (Тертычный, 2018: 95). Однако ав-

торитетные ученые настаивают на том, что «публицистика сегодня особенно нужна людям, без нее крайне сложно разобраться в ситуации, принять адекватные решения и сделать правильный выбор социального поведения» (Мисонжников, 2014: 8).

Впрочем, далеко не все исследователи, в том числе известные зарубежные теоретики, согласны с пророчествами о «конце» журналистики и науки о ней. По оценкам критиков катастрофических прогнозов, кризис журналистики является кризисом той профессиональной парадигмы, которая принята на Западе, тогда как в других районах планеты журналистика прогрессирует и сталкивается с практическими проблемами, подлежащими целенаправленному изучению. Ученые в отдельных странах Запады реагируют не на общемировую, а на свою ситуацию, когда выступают «с призывами “перестроить”, “пересмотреть”, “переделать”, “реконструировать”, “переосмыслить” и “переизобрести” журналистику... и даже “переосмыслить еще раз”» (Hanitzsch, 2019: 216). Самое прямолинейное решение задачи «переизобретения» заключается в замене объекта изучения – от журналистики к медийным каналам, через которые она предстает миру.

Приведенные позитивные суждения точно соотносятся с идеями философов о том, что, во-первых, «субстанция явления есть то, без чего данное явление не может существовать», и, во-вторых, что «без субстанции явления нельзя определить существование явления, выделить его среди других явлений, а значит, и начать его исследование»¹. Сначала надо принимать во внимание субстанциональные характеристики журналистики как потенциал ее действия и взаимодействий с внешними средами и лишь потом приступать к анализу изменчивых форм на уровне явлений. Характерно, что применительно к миру прессы к таким же или близким выводам приводят эмпирические наблюдения. Новейшие исследования в 14 европейских странах подтверждают и развивают идею о самостоятельной ценности профессионального ядра журналистики. Явственно проступает вывод о том, что «все большее значение приобретают вопрос качества информации, а также роль журналистов и состояние дел в журналистике»; соответственно, «медиаполитика должна не только фокусироваться на наблюдаемых элементах медиасистем и практики (таких как собственность, общественное вещание и доступ к информации), но и находить способы продвижения...

тех элементов журналистской культуры, которые поддерживают публикацию качественной информации и в целом журналистского контента» (Lauk, Harro-Loit, 2017: 156, 167–168). По мнению других европейских экспертов, журналистов можно рассматривать как профессионалов, «обладающих определенной степенью автономии и не “управляемых” ни рынком, ни государством (как считается при политико-экономических подходах)... журналистика предстает как самореферентная и самоорганизующаяся система в обществе» (Deuze, 2000: 141, 143).

Субстанциональный подход к журналистике, стремление сохранить ее относительную автономию от внешних воздействий и покушений, подчеркнутый интерес к профессиональной культуре как гарантии качества продукции – все это свидетельства движения мысли в одном общем направлении. Неизбежные и благотворные перемены в методике труда, формах произведений, техническом оснащении деятельности не «отменяют» журналистику, которая на своем веку видела множество более или менее крупных новаций и реформ, но не утратила своей природы, а только расширила горизонты своих проявлений.

Исходя из этого постулата, видные теоретики призывают к еще более интенсивному ее изучению: «Мы должны заботиться о журналистике, потому что это помогает нам понять данный ключевой социальный институт. Не только мы придерживаемся этой убежденности: журналистика – одна из наиболее динамично развивающихся областей в рамках более широкой дисциплины исследования коммуникации и медиа» (Wahl-Jorgensen, Hanitzsch (eds.), 2019). В свою очередь, другие авторы настаивают на различении исследований журналистики (*journalism studies*), которыми занимаются представители любых дисциплин, и теорий журналистики (*journalism theories*) как самостоятельной отрасли науки. При этом «исследователи в области журналистики должны осознать, что в отсутствие определенной методологии маловероятно, чтобы журналистика располагала своей теорией. А без собственных теорий исследователи журналистики будут вынуждены решать неприятную задачу измерения их собственной территории чужими мерилками» (Machado, 2005: 18). Автономия журналистики создает основания для развития соответствующей суверенной научной дисциплины.

Субстанция, сущность, жизнеподобие в журналистике

Концентрируясь на формах, состояниях и меняющихся свойствах журналистики, мы остаемся в пределах ее бытия, или актуального существования; обращаясь к неотъемлемым атрибутам журналистики, которые отличают ее от других институтов и профессий, мы переводим анализ на уровень сущности, которая выявляется при субстанциональном подходе. Сама по себе эта непростая логическая операция не дает решения глубинных познавательных проблем, а лишь обозначает характер и направленность дальнейших рассуждений. Как несложно себе представить, исходная трудность заключается в том, чтобы определить, какие атрибуты должны быть признаны неотъемлемыми, т. е. жизненно необходимыми для сохранения журналистики. А это как раз пространство разночтений и полемики, которые, впрочем, естественны и органичны науке. Определенно можно утверждать лишь то, что она не отождествляется с другими институтами и не поглощается ими, иначе любые интеллектуальные упражнения утрачивают смысл и целесообразность.

О том, что в своих сущностных чертах журналистика сохраняет при всей видимой изменчивости ее облика, заявляют даже сторонники парадигмы «текущей современности»: «было бы ошибкой полагать, что типы журналистики, возникающие вне и наряду с традиционными новостными организациями, обязательно отличаются или противоречат основным ценностям, идеалам и практике профессии» (Deuze, Witschge, 2018: 168). Да и сами типы, или модели, отнюдь не меняются так резко, как может показаться при поверхностном рассмотрении. А. А. Тертычный, сравнив функции и формы журналистики советского и постсоветского периодов, установил, что в том и в другом случае «проявляли и проявляют себя все три принципиально возможные модели журналистики (они, кстати, существуют и в зарубежных СМИ)» (Тертычный, 2017: 11). Идею преемственности разделяют российские исследователи журналистской идеологии (Бережная, 2017: 34–35) и профильного образования (Blokhin, Korkonosenko, Khubetsova, 2015: 108).

Примечательно, что в условиях нарастающей цифровизации медиа ценность уникальных навыков и способностей журналистов со своей стороны подтверждают работодатели. В частности, мони-

торинг вакансий в редакциях показывает, что «цифровые навыки... воспринимались работодателями как полезные, но вовсе не главные для выполнения роли журналиста. “Журналиста” все еще рассматривают в традиционном смысле “века репортера”, тогда как работодатели полагали, что цифровая грамотность и онлайн-навыки в большей мере должны быть у других людей, работающих в редакции» (Young, Carson, 2018: 15). Аналитики фиксируют, что *Google* и *Facebook* перенимают от медиакомпаний обязанности отвечать на запрос общественности на журналистские публикации и предвидят наем очень большого профессионального штата журналистов и редакторов, как когда-то делали вещательные компании (Negone, 2017: 206).

В данном контексте в равной мере будут оправданными попытки либо определить журналистику по ее существенным признакам, либо отграничить ее от соседних или чуждых областей и видов социальных практик. К таким попыткам мы относим, например, представление о журналистике как о «креативном информационном пульсаре в сложных многоуровневых информационных системах (мета-, мега-, макро-, мезо- и миллиуровней) и соответственных типах информационного креатизма» (Свитич, 2016: 553), независимо от нашего согласия или разногласий с автором. Так же следует оценить и отрицающее, отграничивающее суждение (с которым мы, кстати, полностью солидарны): «Рыночная среда, коммерческая... не то чтобы противопоказана для журналистики, для нее она просто смертельна на уровне биологическом. Рынок – не ее пространство жизни, а территория *PR*, *GR*, *advertorial*, маркетинговых, других технологий, использующих каналы массовых коммуникаций в конечном счете исключительно в интересах капитала» (Иваницкий, 2015: 29).

Приведенные в качестве примеров высказывания объединяет общий уровень анализа, а именно сущностно-субстанциональный. Поэтому они служат откликами на потребность, которая сегодня настойчиво артикулируется в литературе: «перед теорией журналистики стоит задача более глубокого изучения... проблем целостности журналистики, того единого интегративного результата ее функционирования как системного объекта, на достижение которого направлено функционирование всех ее частей» (Демина, Шкондин, 2016: 564).

Свой взгляд на сущностные основы журналистики, предопределяющие ее своеобразие в ряду других феноменов и придающие ей целостность, мы выразили в концепции жизнеподобия журналистики, которое возникает хотя бы в силу ее документальной основы, обостренной злободневности, предметности и узнаваемости форм представления реального мира, проникновения во все области социального бытия в тематическом измерении с фокусированием внимания на повседневности (Корконосенко, 2009: 42–43). Стоит только лишить ее этого базового атрибута, как она станет бледным подобием литературы, политической или морализаторской риторики, бытовой коммуникации и т. п. Но стоит лишь придать публикациям атрибут жизнеподобия, как утратит важность вопрос о том, по каким каналам они распространяются – через традиционные СМИ или, к примеру, средства мобильной связи. Схожие атрибуты взаимодействия прессы с бытием общества и человека акцентируют и другие исследователи. Российские теоретики напоминают, что «задача журналистики – отражать целостный мир, текущую реальность через репрезентацию многогранной повседневности, создавать “летопись современности”» (Владимирова, Панферова, Шкондин, 2020: 46). Характерно, что примерно так же описывает особенную природу журналистики бразильский ученый: «Журналистика – это уникальная форма производства знаний... потенциал журналистского производства заключается в его неповторимости как повседневной деятельности и, следовательно, в присутствии ему характере рассмотрения связей и событий, составляющих современную социальную реальность» (Gadini, 2005: 137). Рассуждения в предлагаемой системе координат точно перекликаются с профессиональными стандартами журналистики, в которых центральные позиции отводятся достоверности, точности, оперативности как стремлению поспеть за событийной изменчивостью жизни.

Заключение

Субстанциональный подход не просто допускает, а предполагает изменения на уровне явлений – в формах, свойствах, состояниях. Что, несомненно, происходит с новейшей журналистикой, в том числе покинувшей лоно традиционных СМИ – газет, радио- и телевещательных компаний и т. п. Реалистический взгляд на происходящее в медийной индустрии дает возможность видеть то

мощное воздействие на профессию, которое исходит от социальной, политической, культурной, технологической и прочих сред ее существования. Однако сохраняется некое смысловое ядро, без которого журналистика перестала бы быть таковой. Диалектически выверенная методология исследования заключается в точном учете этих двух тенденций, без чрезмерного увлечения и тем более абсолютизации одной из них.

Пример сбалансированного сочетания реализма, новаторства и концептуальности содержится в Рекомендации Комитета министров Совета Европы государствам-членам о новом понятии медиа (обратим внимание: не о новых медиа, что звучало бы жаргонно и вне строгого терминологического контекста, а о новом понятии). Здесь явно отделены друг от друга подвижность формальных проявлений и сохранение основных характеристик медиа и журналистики. С одной стороны, новое, широкое понятие охватывает все субъекты, участвующие в подготовке и распространении сообщений среди потенциально большого числа людей и способствующие интерактивной массовой коммуникации. С другой стороны, документ предлагает набор критериев для придания ресурсам статуса СМИ (можно сказать – подлинных СМИ), которые, по сути, отличают журналистику от не журналистики: намерение действовать в качестве СМИ, редакционный контроль, профессиональные стандарты, общественные ожидания от СМИ, ответственность СМИ и др.² Думается, что этот продукт международного интеллектуального сотрудничества должен быть включен в теоретико-журналистский курс.

Библиография

Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.

Бережная М. А. Социальные темы как катализатор профессиональной идеологии в журналистике // Век информации. 2017. № 1. С. 29–38.

Владимирова Т. Н., Панферова В. В., Шкондин М. В. Публичный разум в медиапространстве жизненного мира повседневности // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 41–53.

Демина И. Н., Шкондин М. В. Журналистика: слагаемые целостности // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 4. С. 562–575.

Иваницкий В. Л. Журналистика как общественное благо, благо опекаемое // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 27–49.

Корконосенко С. Г. Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2009. № 2. С. 31–50.

Мисонжников Б. Я. Феноменология публицистического текста // Публицистика в современном обществе / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. СПб.: С.-Петербургск. гос. ун-т: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2014. С. 5–15.

Олик Дж. Фигурации памяти: процессо-реляционная методология, иллюстрируемая на примере Германии // Социологическое обозрение. 2012. Т. 11. № 1. С. 40–74.

Свитич Л. Г. Изучение журналистики в контексте общенаучных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 4. С. 546–561.

Сидоров В. А. Политическая культура журналиста // Политическая журналистика / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2020. С. 41–81.

Тертычный А. А. Модели отечественной журналистики советского и современного периодов // Акценты: новое в журналистике и литературе. 2017. № 3–4. С. 8–12.

Тертычный А. А. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика // Вестн. РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 1. С. 95–102.

Blokhin I. N., Korkonosenko S. G., Khubetsova Z. F. (2015) Journalistic education: Conceptualization and media competences // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol. 6 (3). Supplement 3. Pp. 107–114.

Deuze M. (2000) Redirecting education: Considering theory and changes in contemporary journalism // *Ecquid Novi: African Journalism Studies*. Vol. 21 (1). Pp. 137–152.

Deuze M., Witschge T. (2018) Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism // *Journalism*. Vol. 19 (2). Pp. 165–181.

Gadini S. L. (2005) Contemporary journalism: in search of a constructive theory // *Brazilian Journalism Research*. Vol. 1 (2). Pp. 137–158.

Hanitzsch Th. (2019) Journalism studies still needs to fix Western bias // *Journalism*. Vol. 20 (1). Pp. 214–217.

Lauk E., Harro-Loit H. (2017) Journalistic autonomy as a professional value and element of journalism culture: The European perspective // *International Journal of Communication*. Vol. 11. Pp. 156–174.

Machado E. (2005) From journalism studies to journalism theories. Three assumptions to consolidate journalism as a field of knowledge // *Brazilian Journalism Research*. Vol. 1(1), semester 1. Pp. 11–23.

Monti M. (2018) Automated journalism and freedom of information: Ethical and juridical problems related to AI in the press field // *Opinio Juris in Comparatione. Studies in Comparative and National Law*. Vol. 1 (1). Pp. 139–155.

Nerone J. (2017) What's new about truth // *Russian Journal of Communication*. Vol. 9 (2). Pp. 203–206.

Tellería A. S. (2017) Transmedia journalism within mobile devices // *Jornalismo móvel: Linguagem, géneros e modelos de negócio* / J. Canavilhas, C. Rodrigues (eds.). Covilhã: Universidade da Beira Interior. Pp. 547–582.

Wahl-Jorgensen K., Hanitzsch Th. (eds.) (2019) *The handbook of journalism studies*. N. Y.: Routledge.

Young S., Carson A. (2018) What is a journalist? The view from employers as revealed by their job vacancy advertisements // *Journalism Studies*. Vol. 19 (3). Published online: 07 Jun. 2016. Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190665> (дата обращения: 12.10.2020)

Примечания

¹ Афанасьев Г. П. Субстанциализм – теоретическое начало эры цивилизации // *Философия* [науч. форум]. Режим доступа: <http://www.newtheory.ru/philosophy/substancializm-teoreticheskoe-nachalo-eri-civilizacii-t246.html> (дата обращения: 15.10.2020)

² Recommendation CM/Rec (2011) 7 of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media // *Recommendations and Declarations of the Committee of Ministers of the Council of Europe in the field of media and information society*. Strasbourg: Council of Europe, 2016. Pp. 166–187.

2.2 К АНАЛИЗУ КОНЦЕПТА КРЕАТИВНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Обычно под креативностью понимается оригинальность журналистских текстов, появляющихся в результате творческой деятельности. Принятый в данной статье феноменологический подход предполагает более широкий взгляд на креативность журнализма, распространяя его, помимо самого творческого процесса и его продукта, на социальный креатизм, на способность творчески проникнуть в смысловую первосущность процессов, на состояние предрасположенности личности к творчеству. Для обоснования такого подхода придется обратиться к философским значениям понятия.

Рассмотреть разные стороны проявления креативности важно потому, что творческое отношение к миру, его создание и пересоздание, творческая самодеятельность, инновационность – одна из основных характеристик современного этапа развития цивилизации. Нельзя не согласиться с В. А. Яковлевым, который полагает, что сегодня «категория творчества постепенно становится ключевой не только для понимания динамики социально-исторических процессов и перспектив развития личности, возрастания ее нравственной ответственности, но и для осмысления устройства всего мироздания, неразрывной связи его творческого потенциала с инновационной деятельностью человека» (Яковлев, 2003: 142).

Латинское слово *creatio* означает созидание, порождение, сотворение; *creator* – создатель, родитель, отец; *creatura* – творение, тварь, создание, сотворение мира; *creatus* – отпрыск, сын, дитя. *Креационизм* – учение о возникновении жизни на Земле и человека в результате творения (обычно под ним подразумевают Божественное творение). *Креатизм* – созидательная, творческая деятельность. *Креативный* – творческий, созидающий. В принципе, понятие «креатизм» либо шире, либо равно понятию «творчество». Шире, когда под творчеством понимается только художественная деятельность. Равно – когда творчество понимается как любое созидание нового.

Приведем значения понятия **«креативность»** из разных словарей.

Творческая, созидательная, новаторская деятельность (*Большой энциклопедический словарь*).

Уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности (*Педагогический словарь*).

Творческие возможности (способности) человека, которые могут проявляться в мышлении, чувствах, общении, отдельных видах деятельности, характеризовать личность в целом и/или ее отдельные стороны, продукты деятельности (*Большой психологический словарь*).

Творчество, созидание (*Большой словарь иностранных слов*).

Словарь синонимов русского языка приводит соотносимые значения: творческое начало, способность, созидательность, новаторство, инновационность, предприимчивость, и даже суперсовременные – «модность», «крутость».

Таким образом, креативность трактуется как творческая деятельность, творческий процесс, творческие способности и уровень таких способностей.

Новая философская энциклопедия не дает определения слова «креативность», а отсылает к статье по творчеству, ставя знак равенства между этими двумя понятиями, а творчество описывает в двух значениях: как деятельность человека, направленная на создание духовных и материальных ценностей, и как результат этой деятельности. В. Л. Яценко, автор статьи по творчеству в этой энциклопедии, трактует понятие «творчество» весьма широко как категорию философии, психологии и культуры, выражающую важнейший смысл человеческой деятельности, «состоящий в увеличении многообразия человеческого мира в процессе культурной миграции»¹, т. е. суть творчества видит в увеличении многообразия мира. Кроме того, творчество понимается как «присущее индивиду иерархически структурированное единство способностей, которые определяют уровень и качество мыслительных процессов, направленных на приспособление к изменяющимся и неизвестным условиям в сенсомоторных, наглядных, оперативно-деятельностных и логико-теоретических формах»². Творчество связывается автором с развитием личности, с переходом на высокий интеллектуальный уровень, с высоким качеством решения творческих задач.

Но чаще всего понятие **«творчество»** определяется как деятельность, порождающая нечто качественно новое, никогда прежде не бывшее, отличающееся неповторимостью, оригинальностью, общественно-исторической уникальностью. Такие определения дают большинство философских, социологических, исторических энциклопедий и словарей. Но иногда есть важные добавления:

творчество – это деятельность, «порождающая новые ценности, идеи, самого человека как творца»³, «формирующая деятельность человеческого духа, обновляющая и облагораживающая реальную жизнь»⁴. Обычно описываются также сферы творчества: научная, художественная, производственно-техническая, хозяйственная, политическая, социальная и т. д.

В психологии творчества исследуется сам процесс, психологический «механизм» протекания творчества как субъективного акта индивида, как состояние своеобразного напряжения и подъема духовных сил, творческого вдохновения человека, ведущее к возникновению или реализации замысла и идеи произведения науки, искусства, техники и т. п.

Итак, толкование творчества, понимаемого широко как любая практическая деятельность, сужается, если называются его сферы: научное, художественное творчество, материальное творчество или его степени (например, создание духовных или материальных продуктов высокой степени новизны), или его значимость и распространенность (создание произведений разной степени красоты или полезности, доступных для элиты или широких масс, и т. п.).

Для того чтобы погрузиться в сущность понимания креатизма, творческих аспектов современного журнализма, коротко рассмотрим концепции творчества в разные периоды.

Античные мыслители видели в творчестве человеческое стремление к воссозданию совершенных образцов; «творческая способность понималась как божественная одержимость; в позднем героизме – как соревнование с богами, причем мудрость, созерцательное теоретическое познание оценивались выше экстатического творческого труда»⁵.

В античности широко была распространена *теория мимезиса* (мимесиса) – подражания высшим образцам и идеям в искусстве и творчестве (Пифагор, Демокрит, Платон и др.). Платон в «Пире» словами Диотимы называет творчеством всякий переход из небытия в бытие: «Все, что вызывает переход из небытия в бытие, – творчество, и, следовательно, создание любых произведений искусства и ремесла можно назвать творчеством, а всех создателей их – творцами» (Платон, 1965). Он сравнивает процесс творения с магнитом, в центре которого божество или муза, следующее кольцо – поэт, затем – исполняющий поэтическое произведение рапсод и уже за-

тем – слушатели, которым передается идущая от центра божества через поэта-исполнителя божественная истина. Художник творит по образцам, и его произведения есть копии копий. Философ считал земной мир порождением мира идей, а мимезис в искусстве – подражанием подражания, т. е. как бы третичным, копией копий, тенью теней, отражающих первоидею, первоистину.

В. А. Яковлев считал главным во взглядах Платона «утверждение бытийственности творчества, его изначальности и универсальности» (Яковлев, 2003: 142). При этом идеи Платона являются первоначальными для развития последующих концепций креативности: «Если видеть в демиурге и мировой душе метафоры, за которыми скрываются рациональные представления о законах природы, ее силах и энергетике (А. Ф. Лосев), то можно “вывести” из Платона и так называемую натуралистическую программу творчества, где природа выступает самодостаточной причиной вечного порождения самой себя (Б. Спиноза). При этом в креационизме понятие парадигмы трактуется как мысленный план творения самого Бога, а третье начало из Платоновских трансценденций выступает в качестве чистой потенциальности (Фома Аквинский)» (Яковлев, 2003: 142).

Аристотель говорил о разных сторонах творчества: творчестве первопричины, или метафизическом понимании творящих систем; творчестве как процессе создания творимого; творчестве как результате творческой деятельности творца. Плотин вслед за Платоном считает творчеством постижение божественного смысла в иерархичности смыслов-эйдосов, которые раскрываются в процессе творчества: идеальный чистый эйдос – эйдос души художника, эйдос, воплощенный в произведении, эйдос реальной вещи.

В христианской философии (в частности, у Августина) творчество главным образом трактуется как Боготворение. В эпоху Возрождения творчеством считалось художественное творение, основанное на созерцании. «Новое время рассматривает творчество как изобретательную комбинаторику или противопоставляет ему универсальный и общедоступный метод, логику и интеллект»⁶.

Одна из самых распространенных трактовок творчества – это идея врожденности и божественности творческих способностей, разделяется многими философами со времен античности и до наших дней. В новое время возникли теории творчества как продук-

тивного воображения, сплава сознательного и бессознательного (И. Кант); соприкосновение с абсолютным (Ф. Шеллинг); взаимодействие порождающего и воспринимающего (В. фон Гумбольдт); процесс выражения внутреннего мира и соединения с миром внешним (Э. Фромм); интеллекта и безумия как источников творчества (Г. Гегель, А. Шопенгауэр, Ф. Ницше); органического творческого начала, противоположного технической рациональности (А. Бергсон); самоактуализации личности (А. Маслоу); реализация бессознательного (З. Фрейд); управление интуицией через архетипы (К. Юнг); результат компенсаторных проектов жизненных целей (А. Адлер), изобретательство (прагматики); иррациональная свобода и способность выходить за пределы внешнего мира (экзистенциалисты)⁷. Понимание творчества русскими философами можно коротко описать как раскрытие в человеке божественного (Н. Бердяев), как любовь в ее философском значении (В. Соловьев), как полное слияние с предметом творчества (И. Ильин).

Анализируя современные парадигмы творчества, В. А. Яковлев обращает внимание на то, что Платоновские идеи вполне соотносятся с идеями современных естествоиспытателей, когда «укрепляются представления многих крупных ученых в реальности определенной интенциональности природных процессов. Физики серьезно говорят о “свободе воли электрона” (Н. Бор) и направленной “событийности” микромира (К. Хюбнер), о “подогнанности” физических констант, детерминирующих облик Вселенной (антропный принцип) и “глубокой целесообразности и гармонии физических законов” (И. Розенталь, И. Линник). Биологи рассуждают о телеономичности эволюционных процессов, лингвисты – об априорной универсальной грамматике, а космологи – о генетическом коде вселенной и информационной матрице космогенеза» (Яковлев, 2003: 153). Ученый в связи с этим задается вопросом: не приближается ли наука к тому рубежу, за которым возникает необходимость переосмысления самого понятия «естественное», и тогда Платоновская категория парадигмы мироздания может оказаться вполне «рабочим» и операционализируемым понятием науки будущего. И в этой связи «интерпретация “парадигмы” как модели самого творческого процесса, начиная с Р. Луллия, через Р. Декарта, до современных исследований по “искусственному интеллекту”, продолжает вдохновлять авторов на поиски универсального алгоритма творчества,

иначе говоря, на развитие нормативно-функциональной программы креативности» (Яковлев, 2003: 153).

Современные синергетические подходы (Пригожин, Стенгерс, 1986; Князева, Курдюмов, 2011) к креативности связаны с переходным, неравновесным хаотическим состоянием систем, которые в результате самоорганизуются и в этих условиях выдают искомое решение творческой проблемы. На сайте известного синергетика С. П. Курдюмова есть специальный раздел по творчеству и креативности, публикации которого постоянно обновляются. Одна из базовых статей – «Проблема творчества с точки зрения синергетики», авторы которой Д. С. Чернавский и Н. М. Чернавская, отдавая должное традиционному изучению творчества в гуманитарных науках и считая наиболее продуктивным определение творчества как «генерации (непредсказуемого возникновения) новой ценной информации»⁸, расширяют исследовательские подходы за счет изучения этого феномена в рамках естественных и точных наук, в частности синергетики. Ученые считают, что одним из важнейших факторов, которые стимулируют это направление в исследованиях, является то, что в теории динамических систем возникло новое направление – динамический хаос: «Появилась возможность с помощью математических моделей исследовать механизм непредсказуемых (случайных) явлений. Особую роль здесь играет хаос, который возникает, длится конечное время и затем исчезает. Именно на стадии хаоса (точнее, при выходе из него) возникает новая ценная информация... В этой стадии существует момент, когда генерация ценной информации наиболее эффективна. Этот момент, по существу, и является “моментом озарения”, или... “моментом истины”»⁹.

Для этой промежуточной хаотической стадии, которая является условием творческого прорыва, Д. С. Чернавский предложил понятие «перемешивающий слой» (Колупаев, Чернавский, 1997), Г. Г. Малинецкий использует образные термины: «джокер» – хаотическая стадия и «русло» – динамическая стадия. Чередование стадий: порядок – хаос – новый порядок (или в терминологии Г. Г. Малинецкого «русло» – «джокер» – «новое русло») является характерной особенностью всех развивающихся систем (Малинецкий, Потапов, 2000). Такое чередование, по мнению Чернавских, соответствует известной триаде Гегеля: «тезис» – «антитезис» – «синтез».

Чернавские описывают стадии творческого процесса очень близко к тем, что предлагаются в гуманитарных науках, в частности в психологии.

Первая, исходная стадия, когда имеется несколько областей знания, в каждой из которых существуют свои правила (аксиомы).

Вторая стадия, когда появляется необходимость объединить эти области, – интеграция. Но отказ от привычных правил и необходимость выбора влечет за собой растерянность и хаотичность как в умах людей, так и в обществе. Эта стадия и есть «перемешивающий слой», проявлением которого являются «муки творчества».

Третья короткая стадия – выход из перемешивающего слоя – и есть «момент истины», «озарение», «порыв вдохновения». «Когда выбор сделан, формулируются новые правила, в рамках которых парадокс разрешен. При этом оказывается, что прежние правила имеют область применимости, но ограниченную, в чем, собственно, и состоит их ревизия»¹⁰.

Авторы утверждают, что творчеством является именно выбор информации из определенной смежной области и перенос ее в другую. И указывают условия, необходимые для творчества, которые применимы к любым видам творчества, в том числе и журналистского: знание смежных областей, способность видеть противоречия при сопоставлении аксиом из разных областей, в результате «акт творческого озарения происходит в конце перемешивающего слоя. Именно тогда, когда наступает “момент истины” и “внутренний голос” может подсказать верное решение с вероятностью, близкой к единице»¹¹. Такое понимание творчества вполне соотносится с традиционными понятиями «вдохновение», «творческая интуиция», «божественное откровение», широко распространенными в философских концепциях и в высказываниях творческих людей.

Синергетический подход к определению творчества активно развивает во многих своих публикациях профессор московской консерватории А. А. Кобляков. Анализируя одно из распространенных определений творчества («Творчество есть процесс решения проблемы с рождением нового качества, нового результата») (Кобляков, 2002: 99), он утверждает, что в этом определении нет рациональной компоненты, способной отразить механизм именно творческого решения проблемы, и предлагает свое видение основного механизма творчества: «Творчество есть процесс решения про-

блемы через переход от дизъюнкции к конъюнкции с рождением нового качества, нового результата (синтез – антитез, образующий “новую сущность”)» (Кобляков, 2002: 107). Это переход из одной размерности в другую (большую) размерность. Такой переход автор назвал «трансерным», а само явление (межразмерные связи-переходы) – трансерностью. «Этот особый тип отношений составляет смысловое ядро творчества. Именно в пространстве большей мерности (метапространстве относительно исходного) и устраняются противоречия и парадоксы исходного семантического пространства»¹². При этом переход от дизъюнкции к конъюнкции означает переход от разделительного высказывания к соединительному, от противопоставления (разделения) свойств, процессов, явлений к их синтезу (соединению). То есть творческий процесс – это переход от противопоставления альтернатив к их объединению.

Такая концепция привела А. А. Коблякова от понимания творчества музыкального к общим выводам о природе творчества: общая основа синергетики и творчества – это «гармония как взаимодополнительность конкурирующих процессов». Автор проясняет свое представление о процессе как движении «от аксиоматики к метааксиоматике, от системы к метасистеме, иначе говоря, от системы с меньшей размерностью к системе с большей размерностью»¹³. При этом цикл решения проблемы имеет две основные стадии: 1) возникновение противоречия, его заострение до антитетичности (постановки проблемы); 2) нахождение общей (унифицирующей) точки зрения, трансформация позиций в комплементарность (решение проблемы).

Рассмотрев многообразные теории креативности и творчества, можем обобщить. Итак, креативность трактуется как отражение (копия), постижение первосмысла, как процесс и его продукт, как предрасположенность к созиданию, но главное – как само созидание, житнетворение.

Автор учебника по основам творческой деятельности журналиста Г. В. Лазутина определяет творчество как «феноменальное свойство человека, которое заключается в способности создавать и объективно новое – то, что не существовало раньше в мире вообще, и субъективно новое – что уже имеется в реальности, но для данного человека ново, создается им впервые, без жесткой ориентации на существующие аналоги» (Лазутина, 2001).

Соответственно разным видам креатизма, выявленным в результате анализа различных концепций творчества, важно выделить проявления креативности применительно к журнализму:

– как *отражение реальности, созданной до творящего* (в соответствии с Платоновской концепцией отражения первоидеи, сущности, смысла);

– как *творческий процесс* в состоянии вдохновенного напряжения духовной, творческой энергии;

– как *новый продукт, новое произведение*, в данном случае текст массовой информации;

– как *отсроченный результат творчества, воздействие на жизнь, созидание жизни*, как реальное влияние на сознание и поведение, а следовательно, и на состояние общества при помощи СМИ, их постоянного, ритмологического и направленного воздействия (либо без такового, стохастически).

– как *способности творческой личности* в качестве предпосылки и условия творчества.

Первое направление креативности (креатизма) – творчество как **сущностное отражение реальности** – нуждается, по учению классиков философии, в возможно более полном и адекватном отражении действительности. Платон говорил, что всякое отражение созданного искусством есть искажение реальности. Журналистика, которая призвана давать адекватную картину действительности, чтобы человек мог ориентироваться в ней, оптимально организуя свою жизнь и жизнь того сообщества, в котором он существует, призвана наиболее адекватно отражать реальность.

Несмотря на кажущуюся парадоксальность утверждения, *наивысшее проявление креативности журнализма в этом направлении состоит в наибольшем приближении к сути процессов и явлений, к наиболее адекватному отражению реальных процессов.*

По этому признаку может быть выделено несколько типов журнализма: более или менее *адекватное отражение реальности, искаженное отражение реальных процессов, создание параллельной, виртуальной модели жизни общества*, что в высшей степени негативно сказывается на поведении человека, который живет в одной реальности, а действовать часто вынужден по ложным моделям, заданным журнализмом, т. е. не адекватно тому, что требует реальная обстановка.

И здесь крайне продуктивным оказывается рассмотрение гносеологии журнализма, изучение его как феноменологической познавательной системы в свете категорий философии (Свитич, 2000).

Если понимать философию как познание сущности эволюции Вселенной и человека, а журналистику как более или менее адекватное отражение сегодняшней земной реальности, актуальной жизни общества и человека в нем, то можно (с точки зрения феноменологического подхода) условно назвать журналистику «философией сиюминутности», «философией обыденности», «философией момента», «земной философией», «актуальной философией», «конкретной философией», «философией ситуативной реальности». Философия – познание законов Вселенной и места человека в ней через понятия высоких степеней абстракции. Журнализм имеет предметом познания внешний, видимый, земной, конкретный, динамичный мир и пользуется в основном эмпирическими методами познания, хотя не чуждается и иных способов, стремления к познанию глубинных, потенциальных константных смыслов.

Общее между журналистикой и философией – их всеобщность, всеохватность, всепроникаемость, универсализм, только у философии – на метаинформационном уровне, у журналистики – на макро-, мезо- и микроинформационном земном, конкретном, видимом, хотя и связанном генетически и потенциально с метаинформационными процессами. В приложении к журнализму гносеология превращается в практическую познавательную деятельность. При этом журналист пользуется как рациональным, логическим способом освоения действительности, так и чувственным, эмоциональным, образным. Применяет и эмпирическое, и теоретическое познание, включает сознательные и подсознательные, интуитивные механизмы творчества.

В результате анализа парных *гносеологических философских категорий сущность* (смысл, логос, внутреннее содержание) и *явление* (реализация сущности, внешняя форма существования), которые соотносятся с *ноуменальным и феноменологическим, внутренним и внешним, необходимостью, субстанцией и случайностью (акциденцией), целым и частью, абстрактным и реальным, причиной и следствием*, в соотношении со спецификой познавательной деятельности в журнализме нельзя не прийти к выводу о синтезности журналистского познания, о его феноменологическом

типе, который больше связан с явлением, хотя стремится к сущности; с внешним, хотя способно познавать внутреннее; со случайностью и вероятностью, хотя за этим проглядывает необходимость; со следствиями, хотя пытается разобраться с причинами; познает в основном единичное и особенное, хотя через это стремится к познанию всеобщего и целого.

Одним словом, *журнализм – это феноменологическая система, которая в совокупности своих информационных познавательных усилий способна выйти на познание ноуменальных сущностных смыслов-констант*. Причем наиболее близким к постижению сущности можно считать аналитический журнализм. Новостной журнализм ориентирован на фиксацию фактов, очевидных явлений.

Конечно, одному или даже группе журналистов вообще не под силу сколько-нибудь адекватно отразить многообразные жизненные процессы. Это мог бы сделать журнализм в целом, освещая различные секторы жизни общества, из которых складывается разнообразная социальная действительность. Безусловно, это сложно сделать даже коллективными усилиями журналистского сообщества. Но главная проблема состоит в том, что часто отсутствует стремление этого достичь. И в прошлые годы, и теперь, как правило, структуры, в руках которых находятся СМИ, не заинтересованы в адекватности отражения реальности, поскольку хотели бы скрыть эту реальность или трансформировать ее в соответствии со своими целями, часто корыстными. Старые виртуальности заменились новыми: журнализм из партийно-пропагандистского и производственного превратился в развлекательный и, если можно так выразиться, «физиологический». Поскольку любые крайности плохи, то креатизм в этом направлении журнализма состоит в наибольшем приближении к адекватности, к сбалансированности отражения разных сфер жизни общества, к познанию сущности цивилизационных и социальных процессов.

Второе направление креатизма связано с творчеством как **процессом** в традиционном понимании слова в журналистике, т. е. с процессом создания произведения, выраженном в этапах и методах творчества, в поиске и отборе информации, ее подаче, жанрах, композиции, языковых и стилистических средствах оформления, характере информации, игровой стихии, драматизме повествования,

яркости, интересности – во всем том, что называется искусством журнализма и в чем всегда учитывались особенности восприятия текстов аудиторией.

Это направление достаточно хорошо изучено, есть базовые учебники, монографии, статьи¹⁴. Поэтому я не буду останавливаться на этом направлении креативности подробно, отошлю к одному из последних коллективных трудов, в котором речь идет о творчестве журналистов и их профессиональной культуре в условиях медиа-трансформаций (Мясникова (ред.), 2020), а также к нашей статье о социологическом исследовании авторской деятельности журналистов в этом сборнике.

Я же сосредоточусь на нескольких принципиальных идеях. Прежде всего – на специфике журналистского творчества и журналистской креативности в отличие от классических творческих профессий, писательской, например. В литературе – образы типические, часто сочиненные, сконструированные, последовательно развернутые во времени и пространстве. Журнализм – это творчество на основе документальности и конкретности. Он имеет дело с реальностями, определенным образом отобранными, освещенными и проинтерпретированными. Они могут быть высвечены коротковременными вспышками журналистского внимания или последовательно развертываться во времени. Но образ получается обычно мозаичный и динамичный. Какой-нибудь политик или звезда эстрады, показанные журналистами во всех сферах своей жизни (в профессиональной и личной), могут получиться не менее, а порой даже и более полнокровными и мощными образами, чем литературные типы. Весьма напоминала гоголевских героев из «Мертвых душ» наша политическая элита 1990-х гг.: Ельцин, Зюганов, Лебедь, Черномырдин, Жириновский, Березовский. Они стали архетипическими символами, созданными журнализмом, являя собой в то же время реальные полнокровные образы. Жириновский напоминает Ноздрева, Лебедь – Собакевича, Березовский – Чичикова. Впечатляемость этих мифологизированных журнализмом фигур была поразительна и поучительна.

Сила воздействия журналистики на жизнь не столько в силе самого информационного сигнала (он может быть и сильным, и весьма слабым, тем более что кратковременен и исчезает во времени, однократен по сути), сколько в его *мерности, ритмичности,*

повторяемости, как капля, которая точит камень, как росток, который каждый день прибавляет в росте и пробивает асфальт. Сила постепенности и ежедневности – это сила *постоянства воздействия*. Если произведение литературы или искусства, яркая речь политика и проповедника, прозвучав один раз, может запомниться надолго или забыться, ибо однократно, то даже слабая и как бы незаметная журналистская информация (словно пыль, туман, мелкий дождик, кажущаяся незначительной и слабой по сигналу и не воспринимаемой всерьез, фоновой и привычной), оказывается по долгодействию и постоянству сильнее самых великих творений искусства и выступлений самых сильных харизматических лидеров. Это информационное облако обволакивает человека, и он начинает жить в этой атмосфере и привыкает к ней, как к воздуху. Так рождается массовая культура, так возникает *информационный массовизм*, так появляется массовое сознание, так делается общественное мнение, так продуцируется *информационный зомбизм*. Информационные зомби ничуть не лучше зомбированных экстрасенсами или фанатиками. Это еще страшнее, ибо масс-информационным зомбированием охвачен земной шар.

В России журнализм сложился как творческая профессия, как литературная работа. Однако процессы, происходящие в последние годы, отчетливо показывают, что журнализм перенимает некоторые черты американской модели – новостного журнализма, который скорее можно назвать информационной работой, чем областью литературного творчества. Концепция фактологического безоценочного объективистского журнализма стала популярной в российской прессе начала и середины 1990-х гг., хотя она не могла полностью реализоваться, потому что Россия находится в ином состоянии пассионарности, нежели западные страны, и такой журнализм не адекватен ее теперешнему состоянию. Поэтому сейчас, как кажется, маятник журнализма (как все, что занимает крайние позиции) качнулся в другую сторону и журнализм снова все более воспринимается как творческая работа, хотя не теряет и приобретенных качеств оперативности, симультанности, динамичности, интерактивности, особенно в условиях технологических трансформаций профессии.

Творчество журналиста советских времен складывалось из искусства взглянуть в обыденное, найти в нем необычное по проявлениям и рассказать об этом интересно, хорошим литературным

языком. Журналистика жила обыденными делами и показывала рядовых людей, особое внимание обращая на их работу, на производство. Основой современного журнализма стало необычное, сенсационное: катастрофы, убийства, скандалы, конфликты, суперпроявления человеческих состояний. Это обычно и называется «креативным». Обыденная ежедневная, в том числе и профессиональная жизнь человека почти ушла со страниц СМИ. Простые люди показываются практически только в экстремальных («креативных») ситуациях (катастрофы, войны, забастовки, голодовки, демонстрации и пр.). В центре внимания – жизнь звезд политики, бизнеса, культуры (особенно поп-культуры). Хотя в самое последнее время в связи с успокоением революционных взрывов, удалением от точки бифуркации, организацией хаотического социального пространства ситуация меняется в сторону все более широкого, спокойного и многообразного отражения нашей жизни. Думается, что уже удовлетворен первый голод долго лежавших под спудом партийных идеологических и нравственных запретов «плодов эротизма», неизведанных темных сторон человеческого существования, и уже снова есть запрос у аудитории и журналистов на здоровое человеческое чувство меры и более сущностный подход к сложным процессам нашей жизни. И потому есть надежда, что прежнее понятие креативности как необычности (вплоть до неприличности) будет заменено Платоновским пониманием креативизма как глубокого постижения сущностных основ жизни.

Однако журналистика – обоюдоострая система. Часть публики, воспитанная в «физиологическом агрессивном журнализме» перестроечного хаотичного времени, может никогда не вернуться на здоровую почву гармонии и чувства меры в потреблении информации и в моделях жизненного поведения. Есть опасность, что может быть сформирован безголовый, ориентированный только на низшие отделы тела плотский индивид с потребностями жевания, секса, «бабок», не имеющий идеалов «качок», который владеет всеми видами оружия и не останавливается перед тем, чтобы разрядить их в любого, кто покажется несимпатичным. Сформировав такого «инфо-желтого» индивида, журнализм рискует поставить под вопрос судьбу человеческой цивилизации. Поэтому журналист особенно должен быть озабочен нравственно-ценностными, этическими проблемами своего творчества, его социальными последствиями.

Размышляя об этом, нельзя не вспомнить слова Александра Алексеевича Тертычного, которому посвящена эта книга: «В ходе исследования предмета отображения в центре журналистского внимания оказывается та сторона действительности, на которую “указывают” функции журналистики. Такой стороной является то богатство взаимосвязей, в которые включены отображаемые в текстах актуальные феномены реальности. Именно их и “отбирает” в исследуемых явлениях журналист. То, какие именно взаимосвязи окажутся в центре его внимания, зависит от того, что автор посчитает наиболее важным для своей аудитории, от масштабности, актуальности, основательности задачи, которую он решает в своем выступлении в прессе» (Тертычный, 2000).

Важным компонентом креатизма является **продукт творчества**, тесно связанный с журналистским процессом, а иногда (например, в теле-, радио- или онлайн-творчестве) просто неотделим от него. Креативность в современном журнализме часто понимается как поиск самого сенсационного, из ряда вон выходящего, в самом хлестком и парадоксальном к нему комментарии, в высказывании самых шокирующих интерпретаций случившегося. Стали более изощренными и прежние индикаторы творческого продукта: метафорическая форма подачи публикации, необычная композиция, внутренний драматизм изложения, необычные, иногда имеющие мало общего со смыслом текста, но «цепляющие» аудиторию заголовки. Несмотря на общую банализацию приемов журнализма, на ее процессуальную автоматизацию (по типу западных образцов рипотинга – информационные воронки, прямые и перевернутые, глагольный заголовок и пр.), самыми популярными в российской аудитории остаются издания и передачи творческие, т. е. несущие нечто новое в аспекте отражения, в форме подачи, в характере отношения, в парадоксальности взгляда, оригинальных поворотах мысли, игре слов, в смешении разных смысловых значений, в творческих заголовках, иронии, юморе, наличие нескольких планов изложения и понимания смыслов сказанного, в драматическом осмыслении, но, главное, в снятии глубинных метапластов, в философско-психологическом постижении реальности, адресованности к образам и мифологемам культуры и архетипическим смыслам. А также в композиции, необычном имидже журналиста, освещающего проблему, в верстке издания или программы, в монтаже,

в совмещении соседствующих по смыслу либо противоположных публикаций, в цвете или графическом оформлении, в фотографиях либо карикатурах. Вообще в современных медиа существенно большую роль, чем прежде, играет визуальная и динамичная составляющая контента.

При этом большую роль играет и тот бесспорный факт, что *творческий журнализм более адекватен российскому читателю, чем западный информационный, ретрансляционный (хотя он, безусловно, повлиял на теперешнее состояние российского журнализма), который не стал доминирующим, потому что российский народ изначально характеризуется менталитетом творческого отношения к миру.*

К сожалению, в теории журналистики редко обсуждается важнейшее направление креативности журналистики, связанное с **созиданием жизни**, с житнетворением, с воздействием на общество и человека.

Рассматривая креативные, творящие сущностные особенности информации, ее принципиальную возможность и потенцию воздействовать, оказывать влияние, оставлять след, формировать и переформировывать среду, попытаемся показать возможности информационного миротворения в земном конкретном жизненном пространстве. Если считать информационную деятельность, медиаторство, журналистику земным аналогом метаинформационного поля, то следует понимать его творящие функции как распространение некоторых идей-парадигм человеческого существования, как некое воплощение информационных моделей в жизни, деятельности людей, организации их совместной деятельности. И тогда это можно назвать социоинформационным или антропоинформационным креатизмом.

Основные цивилизационные идеи укореняются, мультиплицируются и распространяются среди людей и их сообществ разными путями, в том числе через вождей, царей, пророков, проповедников, героев и других лидеров. Но их влияние не было столь мощным и всеохватывающим, как влияние средств массовой информации, ни по широте, ни по быстроте. А с появлением аудиовизуальных СМИ – и по впечатляемости.

Профессия обладает творящим свойством и в том, что касается изменения миропонимания, мировосприятия, мировоззрения,

мироотношения, миропереживания людей, поскольку все эти социопсихологические феномены оказываются весьма действенными и сильно влияют на поведение людей, социальных групп и общества в целом. Информационное воздействие является творющим в широком смысле слова, когда под творчеством понимается любое изменение в объекте воздействия. Это воздействие может быть как позитивным, так и негативным, как созидающим, так и разрушающим. Созидание реальности через воздействие на сознание и поведение – самый глубокий вопрос теории журналистики, поскольку в данном случае журналист и журнализм как бы продолжают дело миротворения и несут за него колоссальную ответственность перед человечеством, перед цивилизацией, перед потомками.

В чем же суть творчества журнализма в этом направлении?

Основное – это предвидеть, как журналистское слово отзовется, какой эффект вызовет, и действовать не во вред человеку и обществу, а на пользу им, содействовать оптимальному, созидательному развитию личности и социума в соответствии с исходными ценностными Смыслами.

Но это очень сложная проблема и, к сожалению, ни теоретически, ни практически не разработанная ни учеными в области СМИ, ни социологами, ни политологами, ни педагогами, ни психологами журнализма. Но главное – она не осмыслена общественно, политически, не исповедуется журналистами, властями, другими социальными институтами. И поэтому мы зачастую имеем дело с *антитворчеством* в этом направлении, когда разрушаются устойчивые духовные ценности, пропагандируются самые низкие модели поведения и развиваются инстинкты потребления, вместо того чтобы развивать *творчество*, самостоятельность, пропагандировать духовные ценности как приоритетные над ценностями материальными и ценности созидания – над ценностями потребления. В результате имеем поразительные примеры распространения наркомании, алкоголизма, болезней, преступности, проституции и т. п. И, к сожалению, журнализм слабо противодействует, а иногда и содействует такому положению вещей.

В выполнении смысловых креативно-целевых потенций в этом направлении очень важными оказываются ценностная социальная

позиция журналиста, его понимание потребностей и направлений развития общества и цивилизации, способность разобраться в сложных проблемах современности, в сущности цивилизационных процессов.

И, наконец, последнее, о чем нужно сказать, — это о понимании креативности как **проявлении творческих способностей**, как предрасположенности к творчеству, как характеристик творческой личности. Это одно из важнейших условий творчества. Обычно этот аспект креативности оставался вне поля исследователей журналистики, хотя креативные способности, особенности творческого состояния вдохновения, интуиции, «вчувствования» в объект и условия, в которых наиболее продуктивно протекает творческий процесс, являются крайне важными для эффективности творчества (Гончаренко, 1991).

А. Маслоу на основе экспериментального исследования выявил несколько особенностей *креатизма как творческого состояния*: полная поглощенность делом, погруженность в настоящее, непосредственность восприятия и поступков, равнодушие к моде, независимость и самодостаточность, позитивная установка, отказ на первом этапе творчества (в момент вдохновения) от самоконтроля, от самонаблюдения, от критицизма и редактирования, любовь к предмету творчества, интеграция, собранность, цельность, полная сосредоточенность на предмете и процессе творчества, способность к интуитивному подсознательному, мифологическому, архаическому восприятию, стремление к целостному постижению, спонтанность, полное самоосуществление, искренность, естественность, правдивость, бесхитрость, радость постижения, неподражаемость, слиянность с миром (Маслоу, 1999).

Хотя журнализм, безусловно, является творческой профессией, но черты креативности, отмеченные А. Маслоу, можно отнести к журнализму с определенной долей ограничений. Это связано со спецификой журналистской деятельности, внешней и внутренней несвободой журналиста, неизбежной оценочностью и рационалистичностью, критичностью в отношении познаваемых фактов и явлений, невозможностью отказаться от самоконтроля в момент творчества в связи с особенностями самого объекта журналистского творчества: конкретной, текущей жизненной реальностью

(в отличие от придуманного образа в искусстве). Таким образом, *в связи с высокой социономичностью (социальностью) журналистской профессии следует сказать о налагаемых на полную креативность ограничениях*, что, безусловно, является одним из ее парадоксов и увеличивает психологическую дискомфортность журналистов, готовых к полному креативному самоосуществлению.

Сам процесс постижения сути любого процесса, явления, факта, как правило, требует сосредоточенности, углубленности, единенности, что в оперативной ежедневной потогонной системе журнализма редко достижимо. Поэтому крайне важно осознать необходимость создания творческих условий для работы журналиста. В нашем социологическом исследовании по проблемам журналистского творчества («Основные факторы эффективности журналистики») выяснилось, что журналисты крайне нуждаются в более свободном режиме работы, в возможности писать материалы в домашних условиях (теперь это возможно в связи с компьютеризацией процесса создания и передачи информации в редакцию). Относительно самого процесса журналистского творчества – от возникновения задачи и через сбор информации до создания текста и его последствий – следует сказать, что у журналистов с большей творческой результативностью (лауреатов журналистских премий) этот процесс проходит более спонтанно, менее программируемо, чем у других журналистов (Свитич, 2018).

О модели творческой личности журналиста нам уже не раз приходилось писать, отошлю читателя к своему учебнику, где есть профессиограмма журналиста и модель его личности для основных специальностей (Свитич, 2011), и к другим публикациям (Свитич, Ширяева, Дзялошинский, 1994; Свитич, Ширяева, 2006; Лашук, Смирнова, Свитич, Шкондин, 2018).

В 2018 г. на факультете журналистики МГУ был проведен опрос журналистов региональной печати (опрошено 93 журналиста из 26 газет), в котором выяснялись творческие черты личности журналиста. Не удивило, что творческие способности журналисты считают очень важными (средний балл по 5-балльной шкале – 4,8), но на балл ниже оценили наличие этих качеств у себя лично – 3,64 балла (см. табл. 1).

Ответы на вопросы:

1. «Какие из перечисленных в таблице свойств особенно важны для журналиста, работающего в такой же должности, как Ваша, в таком же отделе, редакции?»

**2. «В какой степени Вы лично обладаете этими качествами?»
(средний балл по 5-балльной системе в целом по массиву ответивших на вопрос)**

| ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СПОСОБНОСТИ | Важное | Реальное |
|--|---------------|-----------------|
| Творческие способности | 4,80 | 3,64 |
| Литературные способности, владение языком и стилем | 4,80 | 4,15 |
| Способность критически оценивать сделанное | 4,78 | 4,24 |
| Способность к самосовершенствованию | 4,74 | 4,07 |
| Способность создавать новое | 4,66 | 3,86 |
| Небанальность, своеобразие, оригинальность | 4,45 | 3,73 |
| Острота восприятия | 4,20 | 3,89 |
| Повышенная эмоциональность и впечатляемость | 3,11 | 3,39 |
| Воображение | 4,29 | 3,87 |
| Творческое, оригинальное воображение | 4,51 | 3,85 |
| Способность к ассоциативному мышлению | 4,45 | 4,05 |
| Яркость, отчетливость воспроизводимых образов | 4,42 | 3,99 |
| Хорошо развитое, богатое воображение | 4,23 | 4,07 |
| Хорошо развитая интуиция | 4,03 | 3,77 |

Выше 4-х баллов поставили себе оценки за литературные способности, владение языком и стилем, умение критически оценивать сделанное и способность к самосовершенствованию. Ниже 4-х баллов оценивается способность создавать новое, небанальность, оригинальность, своеобразие, острота восприятия и впечатляемость.

Напрямую связано с креативностью и воображение. Журналисты считают очень важными (выше 4-х баллов) умение критически оценивать сделанное, творческое оригинальное воображение, способность к ассоциативному мышлению, яркость, образность, хорошо развитую интуицию. Но тоже в среднем на 0,5 балла ниже оценивают наличие этих свойств у себя. Однако в целом, судя по

самооценкам, журналисты региональных газет обладают довольно хорошим уровнем креативности и творческими возможностями, которые содействуют креативности журналистики.

Поскольку судьбы человечества сегодня напрямую связаны с возрастанием роли информационных систем и журналистики, ее духовного, творческого потенциала, важно, чтобы эта креативность соотносилась с высокими ценностями, сущностным проникновением в явления и процессы жизнедеятельности общества, способностью помогать ему динамично и успешно развиваться.

Библиография

Гончаренко Н. В. Гений в искусстве и науке. М.: Искусство, 1991.

Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Синергетика: нелинейность времени и ландшафты коэволюции. М.: КомКнига, 2011.

Кобляков А. А. Основы общей теории творчества (синергетический аспект) // *Философия науки*. 2002. Т. 8. № 1. С. 95–107.

Колупаев А. Г., Чернавский Д. С. Перемешивающий слой // *Краткие сообщения по физике*. 1997. № 1–2. С. 12–18.

Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник. М.: Аспект Пресс, 2001.

Лазуцк О. Р., Смирнова О. В., Свитич Л. Г., Шкондин М. В. Авторская и редакторская деятельность в системе социального творчества: структурные аспекты // *Вестн. Волжск. ун-та им. В. Н. Татищева*. 2018. Т. 1. № 4. С. 199–207.

Малинецкий Г. Г., Потапов А. Б. Джокеры, русла, или поиски третьей парадигмы // *Синергетическая парадигма*. М.: Прогресс-Традиция, 2000. С. 138–154.

Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. СПб.: Евразия, 1999.

Платон. Избранные диалоги. М.: Худ. лит., 1965.

Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986.

Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций / под ред. *М. А. Мясниковой*. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2020.

Свитич Л. Г. Журналист и аудитория. Из социологического архива: в 2 т. М.: Икар, 2018.

Свитич Л. Г. Введение в специальность. Профессия: журналист: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2011.

Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М.: Икар, 2000.

Свитич Л. Г., Ширяева А. А., Дзялошинский И. М. Журналист: социологические и социо-психологические исследования. М.: Изд-во МГУ, 1994.

Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Российский журналист и журналистское образование. М.: ВК, 2006.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text2/03.htm#з_01 (дата обращения: 25.10.2020)

Яковлев В. А. Философия творчества в диалогах Платона // Вопросы философии. 2003. № 6. С. 142–154.

Примечания

¹ Новая философская энциклопедия: в 4 т. / под ред. *В. С. Стёпина* и др. М.: Мысль, 2001.

² Там же.

³ Философия: энциклопедический словарь / под ред. *А. А. Ивина*. М.: Гардарики, 2006.

⁴ Философский словарь. Режим доступа: <https://Slovariki 2.0 – 2020> (дата обращения: 09.10.2020)

⁵ Там же.

⁶ Новая философская энциклопедия: в 4 т. / под ред. *В. С. Стёпина* и др. М.: Мысль, 2001.

⁷ Там же.

⁸ *Чернавский Д. С., Чернавская Н. М.* Проблема творчества с точки зрения синергетики. Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/art/problema-tvorchestva-s-tochki-zreniya-sinergetiki/> (дата обращения: 12.10.2020)

⁹ Там же.

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же.

¹² *Кобляков А. А.* Синергетика и творчество: универсальная модель устранения противоречий как основа новой стратегии исследований. Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/art/sinergetika-i-tvorchestvo-universalnaya-model/> (дата обращения: 23.10.2020)

¹³ Там же.

¹⁴ См. работы *В. М. Горохова, М. Н. Кима, С. Г. Корконосенко, А. В. Колесниченко, Л. Е. Кройчика, Г. В. Лазутиной, Б. Н. Лозовского, В. Ф. Олешко, М. И. Стюфляевой, С. С. Распоповой, А. А. Тертычного, В. В. Ученовой, М. И. Шостак* и др.

2.3 ИЗУЧЕНИЕ ТЕКСТОВ ФИЛОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ МЕТОДИК

Изучение журналистского произведения как словесного текста, носителем которого служит бумага, в России зародилось в рамках филологической исследовательской традиции. Это было вполне органично, поскольку журналистика, как и литература, предлагала обществу свой продукт «в одежде слова». Оно незаменимый компонент в общении, без слова понимание в обществе не достижимо. Именно это имел в виду один из крупнейших отечественных словесников С. С. Аверинцев, когда назвал филологию «службой понимания между людьми», которая помогает выполнению одной из главных человеческих задач – понять другого человека (и другую культуру, и другую эпоху) (Аверинцев, 1969).

К исследователям журналистских произведений метафора Аверинцева относится столь же непосредственно, сколь и к лингвистам или литературоведам. Однако время показало, что «служба понимания» – понятие широкое. Оно вмещает в себя и внимание к смыслу текста, и к его герменевтике, и – что важно! – к обширному сопутствующему ему социально-культурному контексту. Употреблять это понятие, когда речь идет об исследованиях художественной литературы и журналистики, можно, но осторожно: надо помнить, что данные разновидности творчества не тождественны. У них разная направленность, разный характер произведений, разная языково-стилистическая и визуальная подача – они несут потребителям разную информацию, дают разный посыл. Потому и механизм постижения их не может быть одинаков: проникновение в смыслы в таких случаях требует различной глубины погружения, различных условий, различных усилий. Иначе говоря, *изучение литературно-художественных и журналистских текстов нуждается в разных подходах к их освоению, что должно проявляться в характере методов и методик исследований*. Будем считать это суждение нашей гипотезой. Разработка ее предполагает выявление стимулов, оснований и особенностей, характеризующих процесс формирования методического инструментария в сфере исследований журналистских текстов.

Стимулы к совершенствованию практики исследований журналистских текстов

Для практики исследователей журналистики по причине сказанного возникает существенное затруднение. Дело в том, что в наследство от филологии им достался научный подход, основанный прежде всего на использовании методов лингвистического и литературоведческого анализа. А в условиях, когда «влияние газетных журналистских текстов на экономику, политику, культурные, национальные, морально-нравственные традиции заставляет исследователей изучать журналистику и язык (лингвистику) в единении с внешней средой» (Богуславская, 2004: 3), опора преимущественно на методы и методики, применяемые к изучению литературно-художественных произведений, ограничивает возможности журналистской науки. Не удивительно, что в научной среде спонтанно начался поиск обогащения методического инструментария исследований.

На сегодняшний день рефлексия ученых, изучающих журналистское творчество, позволяет утверждать, что такой поиск стал интенсивным и осозанным (Фомичева, 2011; Калмыков, 2012; Коновалова, 2013; Кирия, Новикова, 2020). Более того, определились стимулы, которые делают его фактором целенаправленного развития методологии и методики науки о журналистике.

Первое место в ряду просматривающихся стимулов следует отнести осознанию *предназначения журналистики*. Тот факт, что, с легкой руки В. И. Бакштановского (Бакштановский, 1992), мы начали задумываться о неоднозначности понятий «предназначение журналистики» и «функции журналистики», приводит к выводу об интегральном характере предназначения (миссии) и заставляет увидеть (понять, осознать) в новом ключе смысл профессиональной деятельности журналиста и ее сложную структуру (Шкондин, 2013). А поскольку смысл состоит в том, чтобы обеспечивать общество *достоверным оперативным знанием* о видимых событиях и скрытых от глаз проблемах, т. е. *выявлять изменения в происходящем и своевременно сообщать о них людям, не искажая действительность*, исследователь рано или поздно должен столкнуться с необходимостью искать пути для проверки полноценности и качества сообщений, для увеличения их надежности, в том числе за счет

совершенствования процесса освоения реальности при создании текстов. Такая необходимость и подталкивает к обогащению методического инструментария исследований, выступающего в качестве необходимого условия для развития науки о журналистике как деятельности и профессии.

Другой стимул к обогащению методического багажа журналистских исследований формировался по мере того, как в научном сообществе осознавался *масштаб и структура медиаобраза социальной реальности*. Фактически в журналистских текстах в определенной временной последовательности дискретно отражается процесс движения общественной жизни со всеми метками ее особенностей: географическими, национальными, социально-политическими, социально-экономическими, культурными, психологическими, языковыми. Можно сказать, что человечество на новом уровне продолжает зародившуюся когда-то практику создания исторических летописей, ценимую до сих пор, потому что она при всем несовершенстве ее первых образцов давала возможность с большей или меньшей точностью ориентироваться в происходящих изменениях и как-то отвечать на них. Конечно, современная медиаиндустрия практикует не только летописание: обязанности производителей медиатекстов значительно расширились. Но полифункциональная направленность их сегодняшней деятельности не устраняет значимости того, что последовательное оперативное отражение текущей жизни, ориентированное на достоверность, расширяет с помощью медиа опыт отдельного человека до опыта общества в целом. Тем самым *для исследователей медийных текстов создается уникальный объект изучения – медиаобраз общественной жизни во всех ее составляющих и со всеми причинно-следственными связями, как они понимаются в данный момент*. Этот медиаобраз представляет интерес с самых разных точек зрения. Стимулирующую роль такого обстоятельства в момент стремления к новым возможностям обогатить методический инструментарий исследований трудно переоценить.

Еще один стимул образовался как результат научного осмысления *технологических особенностей профессиональной деятельности журналиста*. Процесс этот развивался как последовательное накопление знаний о специфике журналистского дела: от выявления его гносеологических характеристик – к фиксации стадий

творческого процесса, к анализу этапов творчества, к нащупыванию шагов, необходимых для их реализации, – методов (Ученова, 1971; Ученова, 1976; Горохов, 1982; Горохов (ред.), 1982; Лазутина, 2000; Лазутина, 2017).

В монографии о методах, вышедшей в 2011 г., инструментарий журналистского творчества был впервые обобщен и систематизирован так, что в научном сознании медиасообщества стало проясняться соотношение общего и особенного в профессиональном методическом багаже (Тертычный, 2011). Для исследователей оказалось возможно разглядеть, что в работе практического журналиста есть основа, характерная и для других разновидностей творческой деятельности. Эту основу образуют два типа активности как этологического свойства человеческого организма (Рубинштейн, 1998). Один тип – *активность потребительская*, направленная на контакты с окружающим миром в целях получения от него информации, энергии или вещества для стабильного поддержания собственных ресурсов. Второй тип – *активность созидательная*, направленная на обогащение окружающего мира с помощью производства новых для него компонентов, новых образований информационно-вещественной природы. *Проявляясь в совокупности, но с разной направленностью*, данные типы активности определяют возникновение особых черт в разных видах творчества. Таким образом, специфика той или иной разновидности творческой деятельности возникает как результат проявления целевой направленности этой деятельности. Она обнаруживает себя через цели конкретных актов творчества, через промежуточные цели в течение каждого из них (задачи), через умственные или практические действия для решения таких задач. Эти действия и принято называть методами, от которых зависит желаемый результат деятельности. Отсюда то представление о роли метода, которое академик И. П. Павлов сформулировал в свое время так, что оно оказалось универсальным и сохраняет свою силу до сегодняшнего дня. Экспериментальная практика ученого подтвердила его убеждение в том, что метод, методика «решает судьбу дела» (Коштоянц, 1936).

Любое дело, т. е. любая деятельность достигает цели, если найден наиболее подходящий вариант осуществления задуманного. Суть отношения к понятию «метод» – в этом. Сегодня словари дают ему много определений, но все формулировки сохраняют

в себе один и тот же смысл: исход деятельности зависит от выбора действий, необходимых для того, чтобы она состоялась.

Это в полной мере относится к любому виду творчества, в том числе связанному со словом. «Именно в методах сконцентрировано конкретное знание об эффективных путях создания оригинальных текстов, отвечающих самым разным творческим целям», – подчеркнул в своей монографии А. А. Тертычный (2011: 11). Да, он имел в виду журналистские работы. Однако, по существу, слова его раскрывают секрет всех удачных словесных текстов. Он заключается в правильном подборе методического инструментария для их создания: и тех, что создаются в результате литературно-художественного творчества, и тех, которые рождаются в журналистике, и тех, что производит наука. Можно сказать, что эта монография невольно высветила сегмент научной мысли, в рамках которого отчетливо просматриваются основания для расширения возможностей совершенствовать исследовательский инструментарий науки о журналистике. Сосредоточим свой взгляд на этом.

Основания для расширения возможностей обогатить методический инструментарий

Подчеркнем еще раз: творческая деятельность есть синтез двух типов активности, важного этологического свойства человеческого организма (Момджян, 2015). Анализ показывает, что заключается это свойство в способности ощущать, чувствовать, осознавать и удовлетворять возникшие в организме потребности. При этом следует различать два типа активности. Один характеризуется направленностью личности на использование контактов с внешним миром для разрешения своей потребности в пополнении наличных информационно-вещественных и энергетических ресурсов (*активность потребления*). Другой тип активности примечателен тем, что направлен на удовлетворение потребности личности участвовать в пополнении внешнего мира новыми реальными объектами информационно-вещественной и энергетической природы (*активность созидания*). И тот, и другой тип активности обнаруживает себя в двух формах: как *задачи*, представляющие собой результат осознания потребностей, и как *действия*, необходимые для осуществления этих задач.

Оба типа активности и обе ее формы присутствуют в любой разновидности творчества, но всегда – в разных пропорциях и в раз-

ных проявлениях. Определяются пропорции и проявления, прежде всего, характером *направленности личности* – свойства, которое формируется в процессе социализации на основе психобиологических качеств человека и заявляет о себе как его устойчивая ориентация на определенный тип предпочтений, целей и мотивов действий (Ковалев, Мясищев, 1960; Мясищев, 1995).

Собственно, целевая направленность и является той управляющей силой, которая формирует деятельность как творческую или как репродуктивную. Причем творчество выступает в разных видах, производя соответствующие разновидности продуктов, нужных обществу. Для личности целевая направленность часто определяет выбор того или иного вида деятельности как собственный жизненный путь.

Попытаемся выявить, что характеризует целевую направленность личности исследователя журналистских текстов, из чего складываются в его деятельности основные проявления активности потребления и активности созидания.

Если смысл профессиональной деятельности журналиста заключается, как уже сказано, в том, чтобы выявлять изменения в происходящем и своевременно сообщать о них членам общества, помогая им адаптироваться к переменам, то смысл деятельности *исследователя* журналистских текстов говорит о личностной направленности другого характера. Она предполагает необходимость *вырабатывать специализированное научное знание и превращать его в доказательный научный текст* (отчет, статья, монография), предназначенный для научной и профессиональной общественности в целях использования для оптимизации профессиональной деятельности журналистов и системы медиаиндустрии в целом. В случае большой общественной значимости этот текст может быть предъявлен массовой аудитории через любой из каналов коммуникации и вызвать актуальный общественный дискурс (Лазутина, 2017).

Таким образом, в работе исследователя, как и в любой творческой деятельности, фиксируются два типа активности, причем проявляются оба они в двух формах: как задачи, осознаваемые исследователем, и как действия, предпринимаемые им для решения этих задач. Активность потребления ориентирована в этом случае на задачи и действия, связанные с целевой направленностью личности

на выработку научного знания, и проявляет себя как пополнение наличных информационных ресурсов, т. е. как познание. Созидательная же активность направлена на задачи и действия, соответствующие нацеленности исследователя на превращение концепта полученного научного знания в доказательный и убедительный научный текст.

Как именно выглядят в том и другом случаях активности ее проявления в форме *задач*, т. е. осознанных потребностей личности?

Первое, на что нельзя не обратить внимание: семантика задач в проявлениях этих двух типов активности принципиально отличается. В первом случае исследователь включается в процесс познания, чтобы составить представление о характере изучаемого текста. Первая задача – установить, насколько соответствует рассматриваемый текст основным факторам, от которых зависит качество журналистского материала:

- реальной действительности;
- социально-политическому моменту;
- смысловым константам журналистского творчества;
- потребностям и ожиданиям аудитории;
- нормам права и этики;
- нормам и правилам языка.

Следующая задача – *выявить реальную значимость* данного текста в общественной жизни, определить его место в культуре, его особенности, его сильные и слабые стороны. Наконец, третья задача – *убедиться в доказательности выводов и сформулировать основные положения полученного знания*, т. е. составить целостное представление об изучаемом объекте и уяснить, чем он вызывает научный интерес.

Во втором случае целевая направленность исследователя выдвигает на первый план решение задач планирования и конструирования научного текста. Созидательная активность побуждает исследователя к определенной переработке накопленных сведений. Для этого требуется:

- *выделить основные смысловые узлы* полученного ранее знания, на которых следует поставить акцент;
- *определить предпочтительный порядок* их размещения в будущем тексте;
- *формировать систему аргументации суждений* и умозаключений, соответствующих концепту знания и оценкам его значения.

Но и это не все: последующий ряд задач представляет собой ключевые проявления созидательной активности:

– *определить композицию будущей научной статьи* (ориентировочный план и «ход», позволяющий обеспечить логичность, четкость и ясность повествования, необходимые для того, чтобы раскрыть его смысл);

– *сформировать основные блоки содержания*, соответствующие концепту полученного знания и замыслу автора (рождение первого варианта текста как единства его темы, идеи и структурно-композиционного решения);

– *откорректировать первый вариант в соответствии с критериями научного текста* и потенциальными возможностями оптимизации его восприятия адресатом информации.

Решение этих задач должно привести исследователя к реализации цели деятельности – созданию научного текста, содержащего импульсы к позитивным преобразованиям в сфере производства массовой информации. Однако получить такой результат исследователь может только при одном условии: если проявления активности потребления и созидания обретут форму *действий*, в которых сконцентрируется энергия, точно ведущая к цели. Эффективность таких действий зависит от целого ряда обстоятельств, и прежде всего – от глубины понимания цели и от знания возможностей, существующих для ее достижения.

Вопрос о возможностях в данном случае – это вопрос о вариантах действий, известных обществу на сегодняшний день как подходящих для рассматриваемой цели. И тут для нас есть очень значимое, хотя и не вполне осознанное обстоятельство: в процессе развития общества действия как закономерное проявление активности личности претерпели метаморфозу. Из стихийных, спонтанно найденных шагов по направлению к цели они превратились в осмысленные, изученные, обогащенные опытом человека средства деятельности. Процесс превращения осуществился не вдруг. История свидетельствует о том, что человечество долго и упорно двигалось к временам, когда его деятельность обзаведется надежным инструментарием. Потребовались столетия, чтобы это стремление осуществилось: накопившиеся варианты действий сегодня в значительной мере изучены, систематизированы, алгоритмизированы.

Они получили название, которое стало для всех привычным: методы. Сейчас мы уже не задумываемся о том, что слово «метод» не тождественно слову «действие». Между тем это так: понятие «метод» несет в себе более широкий смысл. Оно включает в себя и выработанные людьми приемы для осуществления действий, и правила, по которым осуществляются действия. Иначе говоря, словом «метод» обозначается действие особое – *научно обоснованное*, обладающее устойчивыми признаками надежности. Важнейшие из них – предназначенность метода к решению определенного типа задач; осмысленная структура применяемых приемов; порядок и правила их использования, образующие в совокупности надежный алгоритм деятельности.

Можно сказать, что методы являются для современного человека столь же необходимым инструментом деятельности, сколь необходим для него технический инструмент; отличие состоит в том, что их природа определяется *разными пропорциями* используемых информационных и вещественных средств. Метод – инструмент с преобладанием информационной составляющей. Его «технопарк» – запасники информационных сведений в виде классификаций, схем, диаграмм, таблиц и т. п. средств для хранения накопленной информации. Вещественно-энергетическая составляющая, конечно же, есть, но она возникает в деятельности как физическая сторона особых умений человека – приемов, которые он освоил.

Общее количество существующих на сегодняшний день методов деятельности трудно подсчитать. Ориентироваться в них помогают таблицы, классифицирующие их по разным основаниям. В эту совокупность входят:

- всеобщие, общенаучные и частно-научные методы;
- методы познания, методы проектирования, методы конструирования;
- эмпирические, логические и теоретические методы.

Своеобразным справочником для ориентации может служить предлагаемая ниже таблица методов научного познания, классифицирующая их по уровню освоения действительности (см. табл. 1).

Методы научного познания

| Уровень освоения действительности | Перечень методов |
|-----------------------------------|---|
| Эмпирический | Наблюдение, описание, сравнение, измерение, опрос, беседа, контент-анализ, тестирование, ранжирование |
| Логический | Анализ, синтез, дедукция, индукция, конкретизация, абстрагирование, сравнение, аналогия |
| Теоретический | Восхождение от абстрактного к конкретному, идеализация, систематизация, классификация, обобщение, моделирование, формализация, схематизация, научное описание |

Существуют таблицы методов анализа текста и дискурса (Тичер, Мейер, Водак, Веттер, 2009). Особый интерес для нас представляет изучение методов филологического анализа текста (см. табл. 2).

Таблица 2

Методы филологического анализа текста¹

| Ареал использования | Перечень методов |
|--|--|
| Общенаучные методы | Наблюдение, моделирование, эксперимент, количественно-статистический, сравнительно-сопоставительный анализ |
| Общезнаменательные филологические методы | Трансформационный, дистрибутивный, компонентный, контекстологический, семиотический, структурный, концептуальный анализ |
| Частные методы | Интертекстуальный, сопоставительно-стилистический, семантико-стилистический, биографический, мотивный анализ, метод «слово-образ»; метод, близкий к эксперименту |

Приведенные таблицы создают условия, которые позволяют выявить состав методов, необходимых для решения задач, являющихся проявлением личностной активности исследователя журналистских текстов. Для этого требуется провести сопоставительный

анализ задач, проявляющихся в обоих типах активности, и зафиксированных в таблицах научных (в том числе филологических) методов. Далее следует сформировать группы методов, соответствующих задачам, включив туда и частно-научные методы исследования журналистских текстов, ранее осознанно применявшиеся на практике. Результатом этой непростой работы оказывается таблица, демонстрирующая процесс выявления возможных методов исследования журналистских текстов (см. табл. 3).

Таблица 3

К выявлению методов исследования журналистских текстов (ж. т.)

| Задачи | Методы решения |
|--|---|
| <p>Установить соответствие текста:</p> <ul style="list-style-type: none"> • реальной действительности; • социально-политическому моменту; • смысловым константам журналистского творчества; • потребностям и ожиданиям аудитории; • нормам языка, права и этики. | <ul style="list-style-type: none"> • фактчекинг (проверка достоверности места, времени, имен участников события); • индуктивно-дедуктивный контекстный анализ; • профессиональный анализ ж. т. (основан на наблюдении устойчивых признаков); • контент-анализ; • дискурс-анализ, экспертный анализ ж. т. |
| <p>Выявить значимость текста</p> <ul style="list-style-type: none"> • в общественной жизни; • его место в культуре; • особенности содержания и формы. | <ul style="list-style-type: none"> • индуктивно-дедуктивный контекстный анализ, дитекс-анализ; • профессиональный анализ ж. т.; • научное описание. |
| <p>Сформулировать основные положения полученного знания, проверить доказательность</p> | <ul style="list-style-type: none"> • обобщение, синтез; • дитекс-анализ, систематизация; • экспертный анализ. |
| <p>Выявить главные смысловые узлы полученного концепта, определить их предпочтительный порядок в будущем тексте</p> | <ul style="list-style-type: none"> • абстрагирование; • систематизация; • опережающее моделирование текста. |

| | |
|---|--|
| Сформировать аргументацию основных умозаключений, оценок и предложений | <ul style="list-style-type: none"> • конкретизация; • научное описание. |
| Выстроить композицию будущего текста | <ul style="list-style-type: none"> • опережающее моделирование текста |
| Создать основные блоки содержания | <ul style="list-style-type: none"> • индуктивно-дедуктивный синтез; • научное описание. |
| Откорректировать первый вариант текста | <ul style="list-style-type: none"> • концептуальный; • компонентный; • структурный; • семантико-стилистический анализ. |

Разумеется, предлагаемая таблица дает нам представление о методах исследования журналистских текстов лишь в первом приближении. Но и это, как мы увидим далее, позволяет прийти к ряду существенных выводов.

Медиаведческий подход к исследованию журналистских текстов: попытка научного описания

Первое заключение, которое можно сделать, рассматривая список методов, пригодных для решения задач по исследованиям журналистских текстов, указывает на то, что в складывающемся подходе отсутствует ярко выраженная филологоцентричность. Филологические методы здесь есть, но они не являются базовыми. Из двадцати с лишним перечисленных положений к группе филологических методов относятся всего пять. Однако дело не только в количественном соотношении. Не менее важным является различие ключевых особенностей, характерных для использования методов. Поясним, о чем именно идет речь.

Филологические труды заявили о себе в глубокой древности. Они уходят корнями в далекие времена, когда еще не было понятийного аппарата, которым описываются явления художественной литературы. Сами же эти явления тогда уже дали о себе знать. Вместе с ними дала знать о себе научная мысль древних, пытавшаяся объяснить, чем вызываются к жизни словесные тексты, в которых правдоподобно или неправдоподобно воспроизводится мир людей. Сердцевиной таких размышлений уже тогда был подход,

названный позднее литературоведческим. И до сегодняшнего дня он сохранил свою суть – умственные действия исследователя, позволяющие ему через отношения автора и его литературных героев, через взаимосвязи вымышленных событий разглядеть хитросплетения человеческих судеб, судеб народов и стран, причины потрясений живого нашего мира.

Ключевое звено филологических исследований в подавляющем большинстве случаев – работа с текстом произведения, представляющая собой анализ того или иного его аспекта: семантического, нарративного, мотивного, композиционного, биографического, интертекстуального, дискурсного – в зависимости от задач, стоящих перед исследователем. Литературоведческий подход и воспринимается чаще всего как некоторая совокупность методик, ориентированных на рассмотрение того или иного из названных аспектов. Общая черта данной совокупности состоит в том, что все входящие в нее методы основываются на глубоком проникновении мысли исследователя в художественную ткань произведения, причем в том ракурсе, который соответствует поставленной цели исследования. Это определяет особенности деятельности литературоведа. Погружаясь в детали отношений действующих лиц, в их разногласия, переживания, размышления, он становится сопричастным событиям произведения, превращается в наблюдателя художественной ситуации «изнутри». Как субъект деятельности он сохраняет самостоятельность и независимость мысли, но вместе с тем обретает способность делать ее инструментом исследования, добывающим новое знание. Оно, как правило, многослойно, далеко не всегда несет в себе безусловную истину, но именно в этой многослойности – ключ к тем дискуссиям и мировоззренческим спорам, которые сопровождают литературоведческие открытия и стимулируют развитие общественного сознания.

Любое литературоведческое выступление есть откровение исследователя, родившееся от его соприкосновения с художественным произведением непосредственно через себя, через те накопления ума и сердца, которые и позволяют филологам время от времени выходить в лидеры общественного мнения. Поэтому в сознании общества давно закрепилось представление о том, что главная черта литературоведческого анализа – определяющая роль субъективного фактора, в качестве которого выступает исследователь, не отделимый от процесса исследования.

Методы исследования журналистских текстов, как можно заметить, тоже построены на анализе. Однако направлен он не столько внутрь текста, на тот или иной аспект изучаемого материала, сколько на его контекстные связи, на определение того, как он может отразиться на жизни общества. Вероятно, для исследований журналистского текста социоцентричность является их определяющим свойством, что вполне объясняется социальной сущностью той роли, которая вольно или невольно ожидается обществом от журналистики в соответствии с ее предназначением. Да, у СМИ – предназначение посредника в отношениях реальной действительности и общества, но посредника, от деятельности которого зависят судьбы людей. Совсем не случайно в мире в качестве одного из «критериев качества продукции средств массовой информации, влияющих на степень доверия, приверженности аудитории к деятельности тех или иных компаний и программ», закрепилась так называемая «media credibility» – медиумная надежность (Землянова, 2004). Этот критерий имеет объективную основу. Дело в том, что любой член общества подсознательно ориентирован на получение информации о своем завтрашнем дне. У исследователя журналистских текстов, если он оправданно занимает свое место, такая неосознанная потребность обретает новое качество. Оттого что он включен в процесс производства и распространения сведений о движении жизни, осознание ситуации неизбежно ведет его к формированию установки на ответственность за оценку надежности распространяемой информации, поскольку она может быть судьбоносной. В этом случае целевая направленность личности исследователя журналистских текстов становится фактором, непосредственно или опосредованно влияющим на социальную роль создаваемых журналистикой информационных потоков. Цели его конкретных исследований оказываются связаны с поиском потенциальных резервов повышения media credibility и включают в себя предвидение возможного результата.

В России советского периода, в силу деформации естественных механизмов регулирования общественной жизни, названный фактор влияния тоже был деформирован. В умы людей была искусственно внедрена идея необходимости партийного руководства жизнью народа. Для того сегмента науки о журналистике, который был связан с производством массовой информации, это означало

вытеснение из целевой направленности личности исследователя установки на ответственность за оценку степени надежности журналистской информации. Средством волюнтаристских разборок партийного руководства стала система регулярных обзоров печати. Это надолго притормозило естественное развитие взаимодействия науки о журналистике и ее практики, а, следовательно, и процесс влияния науки на уровень надежности массовой информации.

С изменением социально-политической ситуации в стране и возникновением информационного рынка «руководящая роль обзоров печати» ушла в прошлое, уступив место естественным механизмам регулирования. Целевая направленность познавательной и созидательной активности исследователей журналистских текстов сегодня проявляется в соответствии с ее исторической заданностью: она ориентирована на поддержание тенденций к росту надежности информационного участия журналистики в жизни страны. И вот тут нужно сделать паузу: о том, что такое надежность информации, не грешно лишний раз подумать.

Дело в том, что нередко выражение «media credibility», переводимое как надежность медиа (доверие к медиа), трактуется просто как достоверность фактических данных. «Сведения о происшедшем, факты – это и есть информация. Остальное – оценки, объяснения, предположения и прочие рассуждения к информации отношения не имеют, это не журналистика», – к сожалению, подобные заявления можно услышать даже в профессиональной журналистской среде. Между тем объем понятия «информация» много шире: этим словом обозначаются сведения не только фактического характера, но и те, что относятся к сущности происшедшего и обнаруживают себя только благодаря усилиям мысли познающего их человека. Вот почему надежность информации – это и точность определения причин и следствий событий, и доказательность оценок и выводов, полученных в ходе освоения происшедшего, и обоснованность предложений, если журналисту случается их давать. В условиях высокой оперативности – а журналист, как правило, работает именно так – в этой сложной умственной деятельности немудрено допустить ошибку. Поэтому исследование журналистского текста всегда сопряжено с развитием «техники безопасности» журналистского труда и одновременно «техники безопасности» общественной жизни. Этим и объясняется социоцентричность в формировании мето-

дов исследования журналистских текстов. Они все ориентированы на выявление связей случившегося события и разных аспектов общественной жизни, причем предусматривают все уровни освоения реальности мыслью исследователя: и эмпирический, и логический, и теоретический. Такая многовекторная и многоуровневая целевая направленность совокупной активности исследователей журналистских текстов сама по себе есть свидетельство того, что в теории журналистики складывается научный подход, отличающийся от литературоведческого. И не только целевой направленностью активности, но и соотношением субъективного и объективного начал в исследовательской деятельности. Умственные действия исследователя позволяют ему вскрывать смысл происходящих событий через анализ скрытых от наблюдения связей на основе объективных данных, получаемых с помощью методов, которые рассчитаны не только на субъектный потенциал ученого. Они аккумулируют его личностные возможности с богатым и разносторонним опытом широкого круга научных предшественников, закрепленным в алгоритмах и правилах, которые несут в себе используемые методы. И это оказывается условием, позволяющим на объективных основаниях обнаруживать новые резервы журналистской деятельности, благодаря которым становится возможным поднимать качество и надежность журналистской информации.

В соответствии со своей социоцентричностью, обусловленной положением медиа, складывающийся подход, по аналогии с литературоведческим, может быть определен как медиаведческий и описан с помощью признаков, образующих следующий ряд:

– *целевая направленность активности личности исследователя*, связанная с ориентацией на развитие «техники безопасности» журналистского труда и предотвращение вредоносности его результатов для общества за счет повышения надежности информации;

– *многовекторность журналистской деятельности*, обусловленная структурой общественной жизни и положением СМИ как медиа;

– *многоуровневость освоения действительности исследователем* как условие сбалансированности субъективного и объективного начал исследования;

– *комплексность в использовании методов*, предопределяющая глубину исследования;

– *междисциплинарность в использовании методов* как условие надежности заключений по поводу исследований;

– *открытость методик, объединяемых медиаведческим подходом*, связанная с непрерывностью социальных коммуникаций, протекающих при интенсивном развитии информационно-коммуникационных технологий в контексте глобализационных процессов (Землянова, 2010).

Предлагаемое научное описание медиаведческого подхода не претендует на строгость и доказательность, свойственных верифицированным научным теориям. Оно представляет собой завершающую часть гипотезы, сформировавшейся в результате собственной исследовательской практики автора в контексте анализа исследовательских усилий коллег. Проверка гипотезы требует развернутой и обстоятельной дальнейшей работы.

Библиография

Аверинцев С. С. Похвальное слово филологии // Юность. 1969. № 1. С. 98–102.

Бахитановский В. И. Гуманитарная экспертиза: возможности и перспективы: сб. науч. тр. Новосибирск: Наука: Сиб. отд-ние, 1992.

Богуславская В. В. Журналистский текст: лингвосоциокультурное моделирование: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2004.

Горохов В. М. Слагаемые журналистского мастерства. М.: Мысль, 1982.

Землянова Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующей коммуникативистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.

Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

Калмыков А. А. Медиалогия Интернета. М.: Российский гос. гуманитар. ун-т, 2012.

Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. М.: Изд. дом ВШЭ, 2020.

Ковалев А. Г., Мясичев В. Н. Психические особенности человека. Т. 1. 2. Л.: Изд-во ЛГУ, 1960.

Коновалова М. В. Основные методы исследований в современной журналистике // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2013. Т. 2. № 12. С. 28–30.

Коштовянец Х. С. И. П. Павлов и его учение // Наука и жизнь. 1936. № 10. С. 18–23.

Лазутина Г. В. Журналистское познание мира // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. *С. Г. Корконосенко*. СПб.: Знание, 2000. С. 59–78.

Лазутина Г. В. Информационное поле страны: актуальность изучения в условиях цифровой революции // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 4 (28). С. 15–23.

Лазутина Г. В. Основы журналистской деятельности. М.: Юрайт, 2017.

Методы журналистского творчества / под ред. *В. М. Горохова*. М.: Изд-во МГУ, 1982.

Момджян К. Х. Процесс принятия решений и его место в деятельности людей // Пространство и время. 2015. Т. 9. № 2. С. 25–37.

Мясищев В. Н. Психология отношений. Воронеж: МОДЭК, 1995.

Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 1998.

Тертычный А. А. Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2011.

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Гуманит. центр, 2009.

Ученова В. В. Гносеологические проблемы публицистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971.

Ученова В. В. Творческие горизонты журналистики. М.: Мысль, 1976.

Фомичева И. Д. Социально-гуманитарные исследования журналистики и массовой коммуникации // Исследования СМИ: методология, подходы, методы: материалы лекций. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2011.

Шкондин М. В. Миссия журналистики: системные аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 37–48.

Примечания

¹ *Болотнова Н. С.* Филологический анализ текста. М.: Флинта: Наука, 2009.

2.4 ЖУРНАЛИСТИКА КАК ДИАЛОГ КУЛЬТУР¹

В условиях глобализации, перманентных социальных трансформаций новейшего времени тема мультикультурализма стала одной из приоритетных в исследовательских практиках представителей большинства гуманитарных наук. Причем подходы к вопросу реализации идеи поликультурности при посредстве журналистики с развитием новых информационных технологий претерпели высококачественную эволюцию. Если в так называемую эпоху Гуттенберга и на начальном этапе интернетизации российского общества предполагалось, что именно средства массовой информации различных типологических групп должны достаточно четко отражать дифференциацию, этническое, конфессиональное и собственно культурное разнообразие, а также предпочтения их реальной и потенциальной аудитории, то за сравнительно короткий исторический период медиа в целом стали не только средой, но и условием жизнедеятельности практически каждого современного человека (Вартанова, 2020).

При этом медиасфера как принципиально новая сфера общественной жизни, причем развивающаяся в эпоху цифровизации в условиях, когда контент могут создавать и транслировать не только профессионалы², приобретает все возрастающее значение, во многом результирующее деятельность и поведение индивидуумов. «Как при этом функционирует медиасфера? Она является своеобразным переводчиком и популяризатором идей, которые зарождаются в каждой отдельной сфере. Она позволяет понять и поучаствовать в проблемах узкоспециализированных сообществ, не погружаясь в детали их функционирования» (Буряк, 2014: 210–211). Вместе с тем позиционирование информации не только как нужного кому-то товара, но и как «самой реальной действительности» предельно актуализирует роль журналистики в контексте диалога культур отдельных индивидуумов и представителей тех или иных социумов (Соколыч, 2014). Ведь одной из главных ее задач как социального института является формирование у массовой аудитории *медиакультуры личности*.

Медиакультура личности

Мир современного человека буквально насыщен различными медиа, и его пространство постоянно расширяется. Медиакультура находит выражение, во-первых, в способности полноценно воспри-

нимать информацию, анализировать и оценивать ее, а при необходимости и продуктивно использовать в личной повседневной практике. Это в конкретных случаях также определяет умение человека противостоять манипулятивным и асоциальным интенциям различных акторов. Во-вторых, медиакультура – это не только способ восприятия и интериоризации информации, но и культура ее поиска, трансформации и эффективной передачи. А в настоящих условиях – и системной трансляции мультимедийного контента. В отличие от пользовательских практик данные умения и навыки определяют в том числе профессиональную культуру субъектов информационной деятельности. Она находит выражение прежде всего в ментальных и инструментальных (технологических) характеристиках и компетенциях ее носителей. Причем опять же акцентируем внимание на том, что сегодня данные субъекты могут представлять сферу не только профессиональной журналистики, но и пиара, политехнологий, рекламы и ряда других видов коммуникации. Что создает, в свою очередь, проблему определения интегративной роли информационного обмена в медиапространстве в контексте оптимизации актуальных социальных практик (Смирнова, Шкондин, 2020).

В этой связи в качестве важнейшего фактора, характеризующего концептуальные отличия различных видов массовой коммуникации, можно определить текстотворчество в различных его формах и видах. Эта, казалось бы, очевидная истина довольно долго рассматривалась (в том числе и в теории журналистики) лишь с точки зрения прикладной ценности работ, включающих данного рода тематику. Вот и ставшее для нескольких поколений студентов-журналистов настольным учебное пособие А. А. Тertyчного «Жанры периодической печати» (2000) рекомендовалось, как правило, лишь в качестве своеобразного «букваря» начинающего журналиста или справочника для успешной самореализации автора в том или ином конкретном жанре. Поэтому сегодня, в период развития журналистики как конвергентной, нередко можно услышать мнение, что жанровый подход к медийной практике устарел, а мультимедийность текстов предполагает не столько авторское самовыражение, сколько их «обвес» контекстным технологическим сопровождением и «расшаривание» по глобальной сети.

Но, на наш взгляд, именно сейчас со всей отчетливостью можно оценить экспертно-прогностический талант Александра Алек-

сеевича Тертычного, который он реализовал в этой и других своих работах. И текстотворчеством в его понимании всегда было не столько умение следовать некоему жанровому стандарту, а прежде всего креативность и самореализация в контексте диалоговых отношений с аудиторией, что в первую очередь отличает журналистику от того, что ею не является. В качестве своеобразного программного тезиса исследователь писал: «Аудиторию интересует не только то, что происходит в окружающем мире (события, происшествия, процессы, ситуации), но и люди как основные действующие лица происходящего, прежде всего со стороны их личностных особенностей» (Тертычный, 2000).

В хрестоматийных работах по аналитическим жанрам (Тертычный, 2010), расследовательской журналистике (Тертычный, 2002), в серии статей в журнале «Журналист» в 2006–2009 гг., а также в одной из его публикаций (Тертычный, 2016) в качестве центрального тезиса можно выделить тот, что мы определили как культуру текстотворчества журналиста. Не случайно одна из долго вынашиваемых, по утверждению коллег, книга А. А. Тертычного так и была озаглавлена – «Логическая культура журналиста» (2005). Рассмотрев в ней множество конкретных примеров, демонстрирующих логическое мастерство современных авторов, а также проанализировав наиболее часто встречающиеся в публикациях российской прессы логические ошибки, автор диалектически точно представил методологию, при посредстве которой и сегодня, с одной стороны, можно избежать подобных ошибок, а с другой – легко определить манипулятивные интенции любого актора.

Диалог журналиста с аудиторией предполагает, писал он еще на рубеже веков, «генерирование возможных вариантов (программ) деятельности, способных привести к удовлетворению общественной потребности, связанной с отображаемым в тексте явлением, что представляет немалую трудность. Программирование в журналистском тексте предстает как совокупность определенных мер, действий, средств, условий, предлагаемых для решения тех или иных проблем» (Тертычный, 2000). В дальнейшем данный тезис многократно был представлен и в других работах ученого и педагога как автора. Более того, рассматривая ситуацию, при которой «феномен публицистики, в ходе “перестройки” российского общества, казалось бы, навсегда был повержен так называемой журна-

листочкой “факта”» (Тертычный, 2018: 95), Александр Алексеевич в данной статье не только выявляет ситуативные социально-политические факторы, затрудняющие существование и развитие публицистики в современном информационном пространстве России, но и по сути формулирует сущность настоящей журналистики как диалога различных культур, т. е. эффективного канала для коммуникации, а в идеале и взаимодействия представителей различных социально-демографических групп с разнообразием мировоззренческих установок.

Этот тезис, в той или иной форме отраженный в работах А. А. Тертычного, можно рассматривать и как прогноз дальнейшего развития различных медиасфер, и как способ сохранения значимости социального института журналистики в цифровую эпоху. Но в любом случае их методология и гражданский пафос автора позволяют выделить несколько направлений исследований, актуальных именно для современной медийной практики. Тем более что в новейших исследованиях, подтверждающих продуктивность институционального подхода к пониманию современного состояния и тенденций развития журналистики (Вартанова, 2015), убедительно доказывается, что он может быть распространен и на ее функционирование в сфере культуры во всех формах ее бытования. В частности, поскольку это «способствует преодолению технократического детерминизма, проявления которого наблюдаются в теоретическом дискурсе о журналистике XXI столетия. Журналистика как институт культуры не только обладает высоким потенциалом влияния на общественную жизнь, но и повседневно реализует себя в этом качестве, участвуя в формировании системы ценностей, социокультурной идентичности человека и социальных общностей, духовной интеграции социума и тесно взаимодействуя с другими институтами и т. п.» (Корконосенко, Воскресенская, 2020: 118–119).

Впрочем, современная практика характеризуется рядом противоречий. К примеру, развитие технологий трансляции медиаконтента видоизменили в массовом сознании представление о том, что есть понятие «качественный текст». Книга, журнал, газета как артефакты, материализовавшие авторские интенции на протяжении нескольких веков, в конце XX – начале XXI в. оказались потеснены интернетом и цифровыми технологиями. И оказалось, что в соперничестве с достаточно обезличенной в этих условиях массой

актеров коммуникативного действия далеко не всегда победителями в борьбе за внимание аудитории выходят те, кто создают безупречные тексты с претензией на «художественность», «публицистичность» или элементарную объективность с точки зрения отражения фактов и явлений реального мира. Играли в этом свою роль и экономические условия, при которых печатный продукт стал недешевым элементом рыночных отношений или даже предметом роскоши. А тот, что транслируется в цифровом формате, в сугубо информационном смысле был гораздо более «мобильным» для потребления молодежной, да и просто, как говорится, «продвинутой» в техническом плане аудиторией.

Хотя быстро выяснился и факт другого характера. Илья Ильф в своих записных книжках остроумно замечал в том числе и по поводу развития новых медиа: «В фантастических романах главное это было радио. При нем ожидалось счастье человечества. Вот радио есть, а счастья нет» (Ильф, 1966). Так и в случае с потреблением массовой информации не только в традиционных, но и в новых форматах. Что являет нам практика? Социологи Левада-центра, к примеру, в исследовании молодежной аудитории, проведенном в 2020 г., зафиксировали следующую тенденцию: «Зачастую респонденты называли в качестве основного [источника информации] площадку вообще (“ВКонтакте”, телеграм-каналы, социальные сети), что может указывать как на то, что респондент не запоминает названия использованных медиа, так и на то, что он(а) не обращает внимания на конкретный источник. Многие использованные медиа назывались всего несколько раз, но их спектр указывает на сильную фрагментацию медиаландшафта»³. Еще ранее в своем мониторинге социологи Центра неоднократно отмечали разрушение, по сути, в России института системного чтения. Так, «34% респондентов с высшим образованием вообще не читали книг, а упование на компенсацию данных пробелов интернет-контентом опровергается теми фактами, что читают при посредстве Сети тексты по специальности лишь 6% из них и ровно столько же ищут там учебные тексты»⁴. Новейшие исследования (Oleshko, Oleshko, 2020) лишь подтверждают данную негативную тенденцию, причем не только по отношению к институту чтения, но и в контексте реализации массмедиа креативных практик взаимодействия с аудиторией.

Не нужно, на наш взгляд, доказывать, что упование современных медийщиков лишь на скорость передачи информации

и отсутствие в подавляющем большинстве их текстов аналитики и представления всего спектра мнений по той или иной актуальной для общества проблеме во многом разрушает аксиологическую, смыслоценностную составляющую деятельности массмедиа в целом и не позволяет в полном объеме реализовать «их формирующую роль в российской социальной реальности» (Скрипченко, 2015). Разговоры об архаическом характере объемных вербализованных текстов – не просто дань еще вчера модной теме «В каком году умрут газеты?», а непонимание, к сожалению, и некоторыми исследователями медиа закономерностей развития журналистики как важнейшего элемента Культуры с большой буквы и как способа эффективной реализации при ее посредстве повседневных культурных практик. Что мы отметили в связи со значимостью работ А. А. Тертычного для полноценного раскрытия составляющих понятия медиакультура. Практика подтверждает значимость именно вербализованных текстов и в контексте достаточно неожиданно возникающих социальных трансформаций. Так, например, «по данным исследовательской компании Ipsos Comcon за 2 квартал 2020 г., аудитория ежедневной газеты “Комсомольская правда” за год выросла в 1,5 раза и составила 2 137,1 тыс. человек. Отметим, что именно на второй квартал пришлось самые строгие правила самоизоляции, связанные с пандемией коронавируса. И читатели, и сами медиа оказались физически ограничены в передвижениях, а при этом эксперты отмечали рост потребности в получении достоверной информации из проверенных источников»⁵.

Культурологический медиадискурс

В связи с обозначенной выше проблематикой в рамках актуального культурологического дискурса логичным представляется описание закономерностей развития массмедиа в контексте концептуальных подходов, в рамках которых объединены (с долей условности, конечно) сферы искусства, массовой культуры и коммуникации. В частности, это можно отнести к исследованиям проблематики результативности творчества различных акторов, поскольку внимание в них акцентируется на соответствии данного процесса социальному времени и месту (Горностаева, 2004; Горностаева, 2008). Ведь это позволяет в том числе прогнозировать и степень влияния трансформационных процессов в сфере медиа последних десятилетий

на общество в целом или на представителей отдельных его социумов. Междисциплинарный методологический потенциал данных концептуальных подходов, на наш взгляд, дает возможность определить развитие журналистики именно как *диалога культур*.

Сторонники позитивистского подхода в социологии и культурологии рассматривают общество чаще всего как набор многих механически взаимосвязанных переменных, характеризующих в том числе и закономерности человеческого поведения. Этот подход приводит к концептуализации культурных символов в качестве своего рода «черных ящиков», смыслы и взаимоотношения которых не требуют анализа. Понятие «черные ящики» в позитивистских исследованиях, если брать прежде всего искусство, как это сделала М. В. Горностаева, или в целом результаты творческой медиатеатральности индивидуумов (Олешко, 2020) имеет, как свидетельствует практика цифровой эпохи, два аспекта.

Первый заключается в том, что данного рода отношение позволяет, помимо всего прочего, описывать взаимодействие между обществом и искусством. В нашем контексте – между журналистикой как социальным институтом и обществом, представленным массовой аудиторией. Какова степень прямого влияния медиатекстов на модели поведения личности? Новейшие исследования свидетельствуют, что «для современного мира потребителей медиапродуктов характерна мозаичность восприятия, подмена творческого освоения мира подражанием, размытость эстетических границ между реальностью и виртуальным пространством экрана, что влечет за собой смещение духовно-нравственных и ценностных представлений о мире культуры» (Челышева, 2018: 4). То есть это влияние нередко или опосредованное, или сугубо прагматическое.

Заметим, что в рамках советской пропагандистской модели возможны были варианты «перерастания» границ остро публицистического фактологического материала и его вторжения в тот или иной жанр литературного произведения. Достаточно вспомнить «Повесть о настоящем человеке» Бориса Полевого, повесть «Всем смертям назло» Владислава Титова, многие другие произведения. Хотя Виктор Пелевин в романе «Омон Ра» в контексте отечественного постмодернизма к фэнтези и соц-арту добавил еще и сюрреалистическую линию с ярко выраженной трагической окраской. По сюжету в летном училище имени Алексея Маресьева из нович-

ков обещают сделать «настоящих людей», таких как литературный герой. Но плакатная метафора реализуется буквально – утром обнаруживается, что на кроватях лежат курсанты с ампутированными ступнями. Первый шаг к превращению в «настоящего человека» сделан. Автор тем самым как бы протранслировал парадоксальный тезис: если журналистский поход к освещению реальных фактов действительности может влиять на развитие конкретного литературного жанра, то почему данное влияние на реальность при реализации журналистикой лишь пропагандистской функции, в отсутствии иных, нельзя понимать буквально?

Но вот отсутствие в деятельности многих СМИ в «буквальном» понимании эффективно реализованной культуроформирующей функции исследователи констатируют сегодня как одну из самых насущных проблем. Ведь культурные события чаще всего оказываются в поле зрения журналистов в цифровую эпоху лишь как информационные поводы, и то далеко не для всех типов массмедиа. А «разной степени яркость, хаотичность и бессистемность предъявления этих поводов является знаком отсутствия именно культуртрегерской концепции»⁶. Культуртрегерской в том числе и как расширяющей межкультурную компетентность личности. Вместе с тем, сегодня даже самая яркая фактология отнюдь не гарантирует не только успех, но и простое явление ее широкой аудитории. Только один пример. Почти полтора десятилетия назад самым молодым Героем России в современной истории стал двадцатилетний свердловчанин, танкист Сергей Мильников. Не нашлось ни журналиста, ни писателя, который бы вне идеологических догматов смог если уж не раскрыть содержание пресловутых «черных ящиков» относительно конкретной судьбы молодого человека, то хотя бы типологизировать на его примере какие-то характерологические особенности современника. Не все же эксплуатировать государству в пропагандистских целях образы героев Гражданской и Великой Отечественной войн из фильма «Офицеры» с ярким слоганом «Есть такая профессия – Родину защищать!».

В рамках второго аспекта использования позитивистской методологии в исследованиях современной среды функционирования медиа нередко констатируется факт трудности, или даже невозможности, системного эмпирического анализа результатов творческой деятельности по объективным причинам. Подобный подход чаще всего можно отнести к таким понятиям, как «историческая

обусловленность появления произведения», «эстетика представленного формата», «внутренний мир автора» и др. Социологи, действующие в данной парадигме (Гьюо, 2015), считают, что их анализ и изучение являются уделом представителей конкретных наук, которые смогут это сделать лишь «на расстоянии» или абстрагировавшись от сиюминутной действительности. Но жизнь подавляющего большинства пользователей, потребляющих продукцию медиа в режиме реального времени, сегодня все чаще не дает им возможности «остановиться, оглянуться...».

Ведь медиасфера цифровой эпохи характеризуется не только перманентным развитием технологий, дающим возможность восприятия происходящего даже в режиме реального времени, но и принципиально иным характером авторской репрезентации. Особенно наглядно это проявилось в период коронавирусной пандемии 2020 г., когда во многом закрытым оказалось не только общественное, но и культурное пространство. В этих условиях многократно возросла роль массмедиа не только как информаторов, но и модераторов виртуальных практик. Культура общественного ренессанса в качестве одной из наиболее востребованных их функций (может быть, даже несколько неожиданно для нашего прагматичного времени) вывела на первый план ту, что можно назвать стремлением людей к солидарности. Вынужденное дистанцирование преодолевалось при посредстве массмедиа, которые нередко давали людям возможность прямого коммуницирования. Многим из них важно было также высказать слова благодарности врачам, фрилансерам, помогающим представителям старшего поколения, живущим вдали от родственников, деятелям культуры, ведущим и пропагандирующим трансляции из музеев, картинных галерей, театров. Многократно при этом возросла посещаемость медийных платформ, а контент журналистов, также чаще всего работавших «на удаленке», активно дополнялся и комментировался затем в социальных сетях. Причем представители массовой аудитории стали при этом транслировать свое разноформатное творчество. Поскольку любой тип институционального дискурса в той или иной мере выражает и основные интересы, стремления, проблематику деятельности представителей определенной профессиональной группы, в нашем случае – журналистов, то диалогичный характер данного рода контента предопределил активное развитие в массмедиа такого жанра, как сторител-

линг. А также возродил ушедшую было с развитием глобальной Сети моду на работу в жанре подкастов, правда, значительно расширив их мультимедийную составляющую. Ведь дискурс в условиях повсеместной цифровизации – это результат именно совместной деятельности коммуникаторов и коммуникантов, который имеет не только динамичный характер, но и объединяет социальные и личностные начала. Но эти и ряд других тенденций, на наш взгляд, характеризуют очевидное: именно представители конкретных наук в своем анализе разнообразных компонентов творческой деятельности индивидуумов в качестве доминанты должны сегодня с непреложностью выделять функциональные возможности современных медиа в целом и массмедиа в частности.

Таким образом, методологический анализ понимания и объяснения данного рода трансформаций в науках об обществе требует обращения к понятиям смысла и значения текста, все чаще «перерастающего» границы лишь журналистской актуальности. Проблематика интерпретативной социологии, в рамках теорий которой «основной задачей считается изучение “смысловой нагруженности” социальной жизни и образующего ее структуры человеческого поведения»⁷, при этом все чаще пересекается сегодня с проблематикой теорий медиа. Каковы смысл и значение конкретной публикации или в целом продукта творческой деятельности индивидуума, представленного чаще всего в глобальной сети? Под воздействием каких факторов этот смысл формируется и как он влияет на социальное поведение индивида или представителей того или иного социума?

Следовательно, дискуссии по поводу аксиологической, смысловенностной составляющей журналистских текстов не только актуальны, но и их результаты все чаще имеют прикладной характер для развития различных социальных институтов. Только один характерный пример. Осенью 2020 г. Всемирная организация здравоохранения «объявила угрозой всему миру, наряду с пандемией, инфодемию – информационную эпидемию, избыток фейкньюс о ковиде»⁸. То есть этот и многие другие подобные примеры новейшей практики свидетельствуют о том, что информационная открытость без правил и разумных ограничений способна разрушить и без того зачастую достаточно зыбкую грань, разделяющую различные виды массовой коммуникации, – публицистику, пропаганду, пиар, лоббистскую деятельность СМИ и рекламу. А глобальная Сеть при этом, образно гово-

ря, все чаще вступает в борьбу с семьей, школой, вузом за приоритет прямого и косвенного влияния и даже способна видоизменять характер и структуру личности. При этом виртуальные френды становятся для человека порой значимее реальных друзей. Не имея возможности разумно «отфильтровать» на базе системно приобретенных медиакомпетенций информацию манипулятивного характера, потребитель иногда выбирает в качестве своего рода «путеводителей» либо брендовые массмедиа, либо авторитетных, по мнению его самого или ближайшего окружения, ньюсмейкеров и медиаперсон.

Но рекламно-информационная, коммерчески обусловленная деятельность, а зачастую к тому же и идеологическая всеядность большинства данных субъектов современного информационного пространства нередко предполагают в итоге формирование поведенческих стандартов общества консьюмеризма, в котором, по мнению Ж. Бодрийяра, потребляются не сами материальные блага и услуги, а тот образ, который они транслируют. Латентно, а иногда и открыто, при этом в текстах массмедиа выражается позиция либо человека-соглядатая, либо предполагается, что единственно разумная форма самоидентификации личности – «я всегда против». Ведь среда медиа чаще всего лишь информирует, вытесняя жанры, в рамках которых культурологическая и этико-аксиологическая составляющие открыто транслировались и утверждались как ведущие.

К тому же информационная перегрузка, возникшая в обществе в результате несоответствия количества поступающей информации возможностям ее восприятия, переработки, интериоризации, формируют у многих индивидов синдром «информационной усталости», характеризующийся всеми признаками реальной болезни, причем прежде всего у представителей социумов, практически круглосуточно включенных в цифровую реальность. Как аргументированно свидетельствует Г. В. Лазутина, в ответ на снижение качества массовых информационных потоков как одной из тенденций развития современной журналистики, «в обществе формируется тревожный, содержащий в себе отрицательную энергию дискурс, ведущий к росту социального напряжения и агрессии. ... Такая ситуация говорит о противоречии, которое существует сегодня между назначением журналистики и реальной деятельностью СМИ» (Лазутина, 2015: 108).

Журналистику можно соотнести со многими сферами культуры. Но с использованием методов критической социологии можно ана-

лизировать отдельные продукты журналистской деятельности с точки зрения оценки их как артефактов массовой культуры. Гламурные, глянцево-журналы с надуманными, а то и откровенно выдуман-ными «историями», псевдосенсационные расследования и скандалы, занимающие прайм-таймы электронных СМИ, а также бесконечный вал информации на мелкобытовые темы в сетевых изданиях, нескрывае-мая физиологичность и эротика медийного контента – это далеко не полный перечень того, что может быть не только объектом дан-ного рода критики, но и кладезем пропублицистической фактологии, столь расточительно транжирящейся журналистами. В связи с вы-шеназванными, а также рядом других тенденций все большей «мас-совизации» медиаконтента предельно актуальными нам видятся и исследования влияния еще только формирующейся интернет-культу-ры на процессы социализации и формирование смыслоценностных установок индивидов и представителей различных социумов.

То есть все большая эскалация в цифровую эпоху массовой культуры, космополитичной по своей природе и в большей степе-ни развлекающей, нежели ориентирующей человека в жизненном пространстве, предопределяет значимость деятельности медийных профессионалов. Тех, кто умеет формулировать и выражать в твор-честве свою позицию в противовес умелым рерайтерам, становится все больше и больше. Данный вид откровенно коммерческой дея-тельности, как, впрочем, и тот, что отражает тенденцию тщательно маскировать под журналистские тексты интенции политтехнологов, пиарщиков, рекламистов, также обуславливает общественную зна-чимость формирования и развития *профессиональной культуры журналистов*. Ее потенциал и функциональные аспекты находят выражение в гармоничном сочетании ментальных («что в голове у индивида?») и инструментальных («что он умеет делать руками?») компонентов индивидуально-творческой деятельности медийной личности, особенно важных в условиях перманентных социальных и технологических трансформаций (Мясникова (ред.), 2020).

«В деонтологическом проявлении профессиональная культура журналистов – это не просто процесс осознания человеком даро-ванных ему способностей или таланта, но постоянное стремление к обучению и совершенствованию навыков к тем или иным видам медийной деятельности. Их эффективность во многом обусловлена именно активным усвоением и реализацией в повседневной, зача-

стю внешне рутинной работе, профессиональных норм и медийных форматов, сложившихся практик, в том числе и мировоззренческого, морально-этического характера» (Олешко, Олешко, 2019: 123).

Постмодернистские теории в данном контексте, как и так называемая «понимающая социология», реализуются в основном в изучении аудитории, а также проблем восприятия и потребления продукции современных медиа. Исследования в этом направлении связаны, в частности, с новым типом социальной дифференциации на основе особенностей представителей уже нескольких цифровых поколений массовой аудитории, их жизненного стиля, меняющейся моды на коммуникаторов различных типов, а также влияния этих и ряда других факторов на социальную идентичность.

В контексте культурологического медиадискурса также всегда было важным исследование процессов интериоризации продуктов медиа. А одной из наиболее актуальных для практики цифровой эпохи является при этом проблематика отражения в них различного рода конструктов, определяющих сущность коммуникативно-культурной памяти российской нации.

Факторы развития культуры потребления медиапродуктов

Многообразие сформировавшихся в течение последнего десятилетия интернет-сообществ отражает, как свидетельствуют социологи⁹, тенденцию утраты в определенной степени роли традиционных, прежде всего государственных, СМИ как наиболее авторитетного источника информирования, и трансформации многих компонентов, значимых для формирования и развития информационной культуры. В большей степени это касается проблематики формирования цифрового капитала российского общества (Vartanova, Gladkova, Ragnedda, 2020) и межпоколенческих взаимоотношений на базе приобретаемых сегодня повседневных привычек медиапотребления и поведенческих реакций индивидов (Саймонс, Мухин, Олешко, Сумская, 2019).

Вместе с тем, проведенное авторами в 2019–2020 гг. исследование, в рамках которого методом интервью с путеводителем было опрошено 210 респондентов разных возрастных групп, проживающих в Уральском регионе, свидетельствовало не только о кардинальных изменениях потребительских практик, но и позволило выявить ряд негативных факторов сугубо психофизиологического

свойства. Так, к примеру, подавляющее большинство респондентов (87%) заявили об информационной перегрузке при использовании интернет-технологий. Она, по их мнению, была обусловлена выполнением учебных (22%), профессиональных (48%) обязанностей или просто личностной необходимостью «быть в курсе происходящего» (12%), что «превратилось в своего рода зависимость» (18%). При этом 76% опрошенных отметили, что и организацию досуга они сегодня «не представляют без использования компьютера, айпада или телефона».

Закономерно, что проблематика формирования и развития информационной культуры прежде всего как культуры разумного медиапотребления стала сегодня объектом внимания не только теоретиков журналистики, но и психологов, социологов, педагогов и даже экономистов. Так, ученые Петербургской школы медиаисследований резонно замечают, что «кризис в журналистике представляется преимущественно кризисом традиционных бизнес-моделей для печатных СМИ и вещательных организаций... С тех пор, как потребители могут выбирать, какую информацию и из каких источников они хотят получать, они существенно реже автоматически воспроизводят привычки в медиапотреблении» (Корконосенко, 2018: 14). Одной из актуальнейших проблем, требующих решения, как мы уже отмечали, в условиях перманентного развития новых информационных технологий является приобретение достаточно большой частью массовой аудитории современных медиа синдрома «информационной усталости». Что с неопровержимостью предполагает видоизменение основополагающих принципов формирования информационной культуры общества цифровой эпохи. Если еще не так давно этим были озабочены прежде всего специалисты медиаобразовательных структур, то сегодня доминирующая роль медиа в процессах политической социализации индивидов, выражающаяся все чаще в поведенческих реакциях массового характера, выводит данную проблематику в число приоритетных для большинства социальных институтов.

В этой связи на всех уровнях заявляется, что в том числе и в интересах информационной безопасности российского общества важно, чтобы даже в условиях мультимедийности, технологизации большинства рутинных операций прерогативой именно массмедиа и журналистов оставались «сферы, требующие творческого подхода,

работы со смыслами, ценностями и эмоциями» (Яблоновская, 2016: 107). Таким образом, предполагается, что информационная культура должна включать в себя соответствующие нормы и ценности, которые призваны развивать именно институт журналистики. Хотя сегодня уже не вызывает сомнения тот факт, что под воздействием глобальной Сети значительно меняется контент как традиционных, так и новых медиа, а также социальные роли участников массово-коммуникационных процессов. Ведь многократно возросшая в этих условиях интенсивность социальной мобильности индивидов в качестве одного из важнейших условий развития правового государства предполагает реализацию диалогичности как основной формы взаимоотношений всей совокупности его субъектов. Во-первых, контент массмедиа в этом случае позволяет не только реализовать функцию отражения общественного мнения, но и сфокусировать внимание на социально-психологических приемах активизации представителей различных групп массовой аудитории. Во-вторых, роль массмедиа при этом заключается в преодолении цифрового поколенческого разрыва, т. е. привлечения индивидов при посредстве журналистов к со-творчеству, что способствует эффективному решению в новых условиях задач сугубо профессионального уровня.

В результате проведенного нами исследования не подтвердилась гипотеза, что основополагающим принципом деления людей на представителей «аналогового» поколения (отдающих предпочтение периодическим изданиям, радио, телевидению) и «цифрового» поколения (их информационный ареал – прежде всего сетевые издания, соцсети, мессенджеры) являются возрастные характеристики. В среднем до трети представителей тех и других групп в равной степени можно было считать медиапотребителями одновременно продуктов того и другого свойства. Наиболее ярко проявлялось при этом такое качество, как опыт использования техники, приобретенный, к примеру, людьми старших возрастов при взаимодействии с родными и близкими (28%), или расширившиеся на базе технологий профессиональные навыки и компетенции (42%). Учащиеся и студенты в подавляющем большинстве случаев использование аналоговых текстов связывали с процессом выполнения разнообразных учебных заданий (88%).

Показательны технологии индивидуального медиапотребления, что имеет, на наш взгляд, прикладной характер. Более полови-

ны опрошенных респондентов из числа представителей «цифровых» поколений указали в своих ответах, что чаще всего предпочитают при знакомстве с текстами массмедиа «просматривание содержания публикаций» или «выбор лишь по заголовкам». Вместе с тем, более 85% от общего числа опрошенных смогли назвать конкретные СМИ и авторов, чьи тексты неоперативного характера по тем или иным причинам «чаще всего дочитываются до конца», «публикации всегда привлекают внимание», «дают пищу для размышлений» и т. д. Это позволило с определенными оговорками отнести их к числу тех, что можно именовать «смыслотворческими» текстами, способствующими установлению диалоговых отношений с аудиторией.

В ходе сравнительного анализа данных факторов, определявших предпочтения, и соотнесения их с конкретными текстами массмедиа, мы попытались акцентировать главное – что должны сделать, изменить в своей медийной повестке или в форме подачи текстов журналисты, чтобы их контент стал не только привлекательным для массовой аудитории, но и важным аспектом межпоколенческого коммуницирования. Выяснилось, что в большинстве своем выделялись публикации массмедиа и авторы, в равной степени интересные как для молодежной аудитории, так и для тех, кто был старше – в диапазоне 36–65 лет. То есть в качестве эмпирического инструмента для измерения индивидуальных уровней цифрового капитала индивидов, влияющих на сущность и дальнейшую эффективность формируемой модели коммуникативных практик, на данном этапе развития журналистики как конвергентной можно определить характер медиапредпочтений. Кто-то заметит, что и раньше они являли собой доминантные составляющие, в целом определявшие эффективность деятельности СМИ. На что можно ответить очень просто: но тогда не было столь острой конкуренции между авторами-профессионалами медийной сферы и непрофессионалами, между журналистами и очевидцами событий, между источниками, транслирующими объективную и фейковую информацию, и т. д. Поэтому нам представляется предельно важной для осмысления новейшей практики совокупность результатов междисциплинарных исследований факторов, определяющих культуру медиапотребления в контексте анализа журналистики не только как социального института, но и как формы, способа, канала, способствующего диалогу всего многообразия культур, окружающих человека в цифровую эпоху.

Полученные нами результаты исследований последних двух лет позволили суммировать ряд таких факторов и компонентов, характеризующих, по мнению респондентов, как «аналогового», так и «цифровых» поколений, эффективную творческую деятельность журналистов (Олешко, Олешко, 2020). Это своего рода взгляд со стороны аудитории на то, каким должен быть в идеале журналистский текст, выделяемый сегодня из многообразных информационных потоков, дочитываемый (досматриваемый) до конца, оставляющий в сознании неизгладимый след, а, возможно, и определяющий сущность психологического термина интериоризация¹⁰ по отношению к авторскому смыслотворчеству.

В информационных жанрах суть новости должен полностью отражать заголовок; информационное сообщение должно быть максимально визуализировано; обязательным сегодня является наличие контекстных ссылок, по которым можно получить информацию о фактах или событиях в полном объеме. В контексте смыслотворческих интенций восприятия текстов важной их характеристикой является уникальность представленных фактов, позитивный социальный опыт, всегда интересна подавляющему числу представителей аудитории жизнь «такая, как есть», но обязательно при этом «объективное», разностороннее освещение случившегося.

Для формата аналитических публикаций важным аспектом был указан комментарий авторитетного эксперта по поводу широко обсуждаемой в обществе новости. Представители «цифрового поколения» (причем в их число нередко входили и люди старших возрастов) в качестве необходимых компонентов эффективной публикации статьи называли «ярко выраженный субъективный анализ», мультимедийный характер представляемого контента, «элементы data-журналистики», «разъяснения в форме карточек», «пошаговых гайдов с примерами» (проводников по теме) и т. д.

В нарративных жанрах (спецрепортаж, очерк, расследование) достаточно высокое доверие респондентов к массмедиа и авторам, по их мнению, чаще всего бывает обусловлено, если «отражаются разнополярные точки зрения», «если рассказывается о небанальных поступках личности», «если автор делает минимум обобщений на базе только своего опыта», «если в текстах проявляется внимание к деталям», «если налицо – ироничность, сарказм автора» и т. д.

Таким образом, даже на базе результатов одного исследования как частного случая социологической практики можно увидеть тенденцию к трансформации информационной культуры и индивидуальных технологий работы людей с текстами. Вместе с тем, как свидетельствует новейший медийный опыт, системное смыслотворчество – мультижанровый подход к организации текстов, вовлечение массовой аудитории в дискуссии с конструктивными выводами, представление статей просветительского характера, визуализированных stories (историй реальных людей), публикация материалов прикладного, а не рекламно-манипулятивного характера – под силу только профессиональным журналистам. В цифровую эпоху профессиональная культура и реализованные в повседневной практике этические принципы являются залогом развития гуманистических традиций социального института журналистики. Тех традиций, которые всем своим творчеством старался развить и преумножить Александр Алексеевич Тертычный.

Библиография

- Буряк М. А.* Медиафера: концептуализация понятия // Вестн. С.-Петербургск. ун-та. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 2. С. 200–212.
- Вартанова Е. Л.* Медиа и город: об актуальных взаимовлияниях // МедиаАльманах. 2020. № 1 (96). С. 8–21.
- Вартанова Е. Л.* Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1744> (дата обращения: 11.10.2020)
- Горностаева М. В.* Искусство как социологическое явление (некоторые современные концепции в западной социологии искусства) // Социс. 2004. № 4. С. 84–89.
- Горностаева М. В.* Художник как социальный актер: современный научный дискурс // Социс. 2008. № 1. С. 97–105.
- Гуйо Ж. М.* Искусство с точки зрения социологии. М.: URSS, 2015.
- Ильф И.* Из записных книжек. Л.: Художник РСФСР, 1966. Режим доступа: <https://proza.ru/2008/01/20/391> (дата обращения 21.09.2020)
- Корконосенко С. Г.* Дисциплинарный статус теории журналистики // Теория журналистики в России / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Алетейя, 2018. С. 11–41.
- Корконосенко С. Г., Воскресенская М. А.* Журналистика в модусе культуры: институциональный взгляд // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 108–119.

Лазутина Г. В. Ведущее противоречие журналистики в условиях современной России как научная проблема: к разработке проекта исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 5. С. 108–116.

Олешко В. Ф. Психология журналистики. М.: КноРус, 2020.

Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Потенциал и функциональные аспекты профессиональной культуры современного журналиста // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2019. № 3. С. 121–126.

Олешко В. Ф., Олешко Е. В. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2020.

Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций / под ред. *М. А. Мясниковой*. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2020.

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.

Скрипченко Д. В. Формирующая роль масс-медиа в российской социальной реальности // Вестн. Ленинградск. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2015. Т. 2. № 1. С. 99–107.

Смирнова О. В., Шкондин М. В. Интегративная роль информационного обмена в медиапространстве в контексте оптимизации социальной практики // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 194–201.

Соколыч В. Mass-media в культуре 21 века: сущность и проявления // Международная журналистика – 2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. *Т. Н. Дасаевой*; сост. *Б. Л. Залесский*. Минск: Изд. центр БГУ, 2014. С. 266–271.

Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text2/03.htm> (дата обращения: 04.10.2020)

Тертычный А. А. Логическая культура журналиста: учеб. пособие. М.: Изд-во МГУ, 2005.

Тертычный А. А. Модели аргументации в современных медиатекстах // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 6. С. 46–69.

Тертычный А. А. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 1. С. 95–102.

Тертычный А. А. Расследовательская журналистика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002.

Чельшева И. В. Медиатворчество в социально-культурной среде: теория и практика. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018.

Яблоновская Н. В. Подготовка аналитика для массмедиа как ответ на информационно-коммуникационные вызовы XXI в. // Высшее образование для XXI века: докл. и мат. XIII Междунар. науч. конф. Ч. 1 / отв. ред. *О. Е. Коханая*. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2016.

Oleshko V., Oleshko E. (2020) Reading as a Democratic Value and Resource for the Formation of the Communicative and Cultural Memory of a Nation // *KnE Social Sciences*. No. 4(2). Pp. 284–298. Режим доступа: <https://doi.org/10.18502/kss.v4i2.6347> (дата обращения: 11.10.2020)

Vartanova E., Gladkova A., Ragnedda M. (2020) Digital divide and digital capital in multiethnic Russian society // *Journal of Multicultural Discourses*. Vol. 15. No. 2. Pp. 126–147. Режим доступа: <https://doi.org/10.1080/17447143.2020.1745212> (дата обращения: 30.09.2020)

Примечания

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РНФ № 19-18-00264 в рамках научного проекта «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции».

² Профессиональная и гражданская журналистика. Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/downloads/2013/ОЖ_6.ppt (дата обращения: 30.09.2020).

³ Отчет о потреблении новостной информации среди молодых жителей крупных городов (дневниковое исследование). Режим доступа: <https://www.levada.ru/2020/04/15/otchet-o-potreblenii-novostnoj-informatsii-sredi-molodyh-zhitelej-kрупnyh-gorodov-dnevnikovoe-issledovanie/> (дата обращения 30.09.2020).

⁴ Дубин Б. 34% россиян с высшим образованием никогда не читали книг. И не хотят // Новая газета. 2010. 28 июня. Режим доступа: <https://novayagazeta.ru/articles/2010/06/28/2737-boris-dubin-34-rossiyan-s-vysshim-obrazovaniem-nikogda-ne-chitali-knig-i-ne-hotyat> (дата обращения: 11.10.2020).

⁵ Аудитория ежедневного издания «Комсомольская правда» выросла в 1,5 раза. Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article150138.htm> (дата обращения 12.10.2020).

⁶ Загидуллина М. В. Культуртрегерская деятельности СМИ [блог Марины Загидуллиной]. Режим доступа: http://zagidullina.ru/my_articles/gogo_itogy (дата обращения 09.10.2020).

⁷ Подвойский Д. Г. Интерпретативная социология. Режим доступа: <https://bigenc.ru/sociology/text/2014879> (дата обращения 24.09.2020).

⁸ Яковлева Е. Правда против сумятицы // Российская газета. 2020. 2 окт. Режим доступа: <https://rg.ru/2020/10/01/kak-v-latinskoj-amerike-protivostoiat-informacionnoj-epidemii.html> (дата обращения: 09.10.2020).

⁹ Социологи зафиксировали снижение доверия россиян к государственным СМИ. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/27/11/2018/5bfd31189a79475d5dae5a51> (дата обращения 08.10.2020).

¹⁰ Интериоризация (от лат. interior – внутренний) – формирование внутренних структур человеческой психики благодаря усвоению структур внешней социальной деятельности. Понятия, схожие с термином «интериоризация», используются в психоанализе при объяснении того, каким образом в онтогенезе и филогенезе под влиянием структуры межиндивидуальных отношений, переходящей «внутрь» психики, формируется структура бессознательного (индивидуального или коллективного), в свою очередь определяющая структуру сознания. Режим доступа: <https://psychology.academic.ru> (дата обращения: 12.10.2020).

3.1 МАСТЕРСТВО СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА

Профессионализм и мастерство в журналистике

Слова «профессионализм» и «мастерство» можно рассматривать как синонимы, но если более углубленно подходить к определению этих понятий, то следует отметить, что первое шире второго: действительно, мастерство как умение, владение навыками в какой-либо области или даже как высокое искусство выполнения чего-либо, например, в журналистике есть лишь одна из сторон профессионализма, характеризующего систематически эффективную и сложную работу по сбору, обработке и транслированию массовой информации на основе совокупности специальных компетенций и с материальным вознаграждением.

Профессия журналиста – одна из древнейших в мире, и, казалось бы, к XXI в. должно было сложиться устоявшееся представление о ней. Тем не менее, не только в кругу практиков, но и в среде ученых и преподавателей журналистики не существует общепринятого понимания нашей профессии. Отсутствие же «профессионально-общественного договора», согласия создает проблемы при определении специфики журналистского труда – такое положение приводит к скрытому или явному конфликту между СМИ и обществом (аудиторией), между СМИ и центрами подготовки журналистов, между работодателями и молодыми специалистами, выпускниками факультетов и отделений журналистики.

На наш взгляд, продуктивным является подход при определении профессионализма в нашей области, согласно которому основу деятельности журналистов, с одной стороны, составляют мастерство и творческие способности, реализация которых невозможна без проявления природного таланта и призвания к профессии, с другой – «технологизм», т. е. «владение в совершенстве технологией труда, знание тонкостей ремесла и умение спланировать свою деятельность так, чтобы она была полезной для других людей»

(Симкачева, 2006: 9). Технологизация деятельности современного журналиста предполагает *универсализм* (совмещение нескольких видов работы одновременно; исполнение любых ролей и удовлетворение разнообразных потребностей и интересов аудитории), *супероперативность* и *мобильность*. При этом важно, чтобы отношение к труду как к зарабатыванию денег корректно сопрягалось с этическим пониманием профессии – здесь уместно будет вспомнить крылатое выражение Габриэля Гарсиа Маркеса о том, что в журналистике профессионализм и этика так же неразделимы, как жужжание и муха.

Системный подход к рассмотрению профессионализма предполагает учет комплекса факторов, влияющих на его формирование: *природную предрасположенность, призвание к духовно-практической, общественной деятельности, к созиданию и творчеству; гуманитарную направленность личности; физическое здоровье – динамизм, активность, а также ценности, знания, умения и навыки*. Ожидается, что журналист-профессионал понимает логику происходящего, умеет ярко, аргументированно и ответственно излагать (устно или письменно) информацию – так, чтобы и привлечь к ней аудиторию и убедить ее в верности отстаиваемой им позиции. Но мастерство современного журналиста как творческой единицы оценивается не столько по тому, насколько виртуозно он владеет русским письменным и устным языком, сколько по уровню специальных профессиональных знаний, позволяющих ему широко и нетривиально мыслить; по его инициативности и самостоятельности в принятии решений; по организаторским навыкам и умению работать с людьми. Ответственный журналист постоянно совершенствует свое мастерство, углубляя знания, расширяя арсенал навыков, творчески подходит к каждому заданию. Журналист-мастер представляет в тонкостях социальную, экономическую, политическую обстановку в мире, стране, регионе и умеет ориентироваться в ней.

Функции журналистики и профессиональные роли корреспондентов

Современные СМИ – это одновременно и предприятия, и творческие коллективы. В связи с этим, например, меняется роль редактора – он уже не столько литературный редактор, сколько менеджер, организатор производственно-творческого процесса.

Предприятие по «производству и распространению информации» подразделяется на редакционный, технический и коммерческий отделы, к работникам которых предъявляются свои требования. Но нас интересует прежде всего журналист, создающий контент СМИ. Повторяемость операций при выполнении тех или иных профессиональных задач дает возможность создавать некие идеальные модели деятельности. Например, на основе функций, присущих журналистике (Прохоров, 2009), можно выделить целый ряд профессиональных ролей: журналист-информационщик, журналист-аналитик/критик, журналист-пропагандист, журналист-развлекатель.

Журналист-информационщик (распространитель информации – disseminator). Очевидно, что каждый журналист в процессе своей профессиональной деятельности реализует практически весь набор функций журналистики, но с разной степенью их презентации. И хотя все корреспонденты призваны о чем-то *информировать* аудиторию¹, для хроникеров и репортеров эта задача все же является основной. Ценится динамизм корреспондентов, умение работать в оперативных жанрах.

Журналист-аналитик (эксперт, комментатор, аналитик информации – interpreter), журналист-критик (оппонент власти – adversary). Применяя такие логические методы познания, как анализ и синтез, комментируя события и явления действительности, выступая своеобразным общественным контролером власти, такие журналисты реализуют прежде всего *контролирующую* функцию. Рассматривая многоаспектно ту или иную проблему, находя однотипные факты, они обобщают их так, чтобы выявить значимые тенденции. При этом важно специализироваться в какой-то области, чтобы определять и скрытые мотивы явлений и событий, чтобы уметь прогнозировать их развитие.

Журналист-пропагандист (агитатор, социальный организатор). Стремясь оказывать влияние на мировоззрение населения, пропагандируя определенные идеи и ценности, предлагая образцы для подражания, призывая к осуществлению некой деятельности, журналисты решают многочисленные *идеологические* и *культурно-просветительские* задачи.

Здесь позволим себе некоторое отступление об агитации и пропаганде, которые нередко противопоставляют журналистике (Тулупов, 2019: 9–10). Их часто упоминают вместе, и в истории нашей

страны даже сохранилось понятие агитпропа, сначала являвшееся обиходным названием отделов агитации и пропаганды партийных комитетов КПСС различных уровней, а со временем приобретшее негативную и даже юмористическую окраску при обозначении произведений советской культуры в целом, журналистики того времени в частности.

Между тем агитация и пропаганда не являются феноменами XX в. – этим словам очень много лет, ведь они имеют латинское происхождение: агитация (*agitatio*) означает приведение в движение, а пропаганда (*propaganda*) – распространение. Но со временем их значения расширились. Когда говорят, что кто-то кого-то агитирует, то имеется в виду стремление одного человека убедить в чем-то другого, склонить его на свою сторону. В широком же смысле – это целенаправленное воздействие на массовое сознание, на общественное мнение, на настроения людей с целью побуждения их к политическим или другим действиям. Интересна эволюция значений слова «пропаганда». Поначалу им называли «укрепление побегов и корней растений для их лучшего роста», затем – коллегию, распространявшую религиозную информацию, и наконец – процесс распространения философских идей. Это понятие также не избежало политизации: в конце XIX в. его связывали с действиями революционеров, в середине XX в. – с информационной политикой конкретных режимов (Германия, СССР и др.).

На наш взгляд, агитацию и пропаганду следует рассматривать как специфические методы информирования. Агитационный метод связан с внушением (лат. *suggestio*) – психологическим воздействием на сознание человека, при котором происходит некритическое восприятие им убеждений и установок. Он реализуется в новостных жанрах, предполагающих оперативное эмоциональное воздействие на аудиторию (заметка, репортаж и др.). Пропагандистский метод связан с убеждением – психологическим воздействием на сознание человека, обращенным к критическому восприятию системы доводов коммуниканта (журналиста), предполагающего, что реципиент (читатель, слушатель, зритель) положительно воспримет собранные им факты, приведенные им аргументы, которые пополнят (разовьют) уже сложившуюся систему взглядов человека. Понятно, что пропаганда, предполагающая осмысленное восприятие информации, ее анализ и оценку, реализуется в более сложных

жанрах аналитической (корреспонденция, статья и др.) и художественно-публицистической (очерк, эссе и др.) групп.

Журналист-развлекатель (entertainer). СМИ могут способствовать эффективной релаксации аудитории, адресуя ей развлекательную информацию (*рекреативная/гедоническая/развлекательная функция*). В последнее время все более популярным становится способ подачи информации с оттенком развлекательности, называемый *инфотейнментом* (от слов «информация» – *information* и «развлечение» – *entertainment*). Такой способ начал применяться сначала на телевидении, но сегодня охотно используется и в массовой печати, например, в изданиях квалоидного типа².

Журналист-публицист – это скорее даже не роль, а звание профессионала, органично реализующего весь комплекс функций журналистики, понимающего ее как инструмент общественного мнения, следующего принципам этики и стремящегося к творческой самореализации. И здесь будет уместно вспомнить Оноре де Бальзака, написавшего в свое время следующее: «Некогда публицистами именовали великих писателей, таких, как Гроций, Пуфендорф, Боден, Монтескьё, Блекстон, Бентам, Мабли, Савари, Смит, Руссо, ныне же так именуют всех писака, которые *делают* политику. Из творца возвышенных обобщений, из пророка, из пастыря идей, каким он был прежде, публицист превратился в человека, занятого сомнительной Современностью. Лишь только на поверхности политического тела выскакивает прыщ, публицист принимает его терзать, расчесывает болячку до крови и пишет по этому поводу книгу, оказывающуюся зачастую сплошным обманом. Публицистика была огромным концентрическим зеркалом: нынешние публицисты распилили его на части и ослепляют толпу каждый своим осколком»³.

Что касается *рекламно-справочной функции* журналистики, то ее реализацией должны заниматься не журналисты, а рекламисты и пиармены (при этом заметим, что многие журналистские тексты могут производить рекламные и *PR*-эффекты).

Влияние конвергенции и типологии СМИ на профессиональные роли корреспондентов

Работа на различных каналах (платформах) требует от современного журналиста особого набора качеств, умений и навыков. В связи с тенденцией, называемой *конвергенцией*, в редакциях все

более востребованными становятся *журналисты-универсалы*, что не отменяет *специализации*: журналисты могут отдавать предпочтение тому или иному виду творчества – словесному, визуальному или словесно-визуальному. Отсюда – *различия по характеру труда* – творческому, техническому, комбинированному: корреспондент добывает, обрабатывает и транслирует информацию, редактор – редактирует и компоунет информацию, бильдредатор – визуализирует информацию и т. д.

Журналист печатной прессы. Есть своя специфика в деятельности журналистов, работающих в редакциях *газет* и *журналов*. В первом случае ценится оперативность, умение работать в малых жанрах и т. д., во втором – аналитизм, проявляющийся особенно в крупных жанрах. Работа газетчика – это каждодневный труд по довольно жесткому графику, работа в редакции журнала (если это, конечно, не еженедельный журнал) дает корреспонденту больше свободы, но и предъявляет особые требования к качеству готовящихся текстов, которые должны быть «долгоиграющими», достаточно фундаментальными по выводам и т. д. Один из первых русских профессиональных журналистов Николай Полевой сформулировал, пожалуй, главное различие двух представителей печатной прессы: «Девиз газеты есть новость, девиз журнала – основательность известий»⁴.

Наиболее дальновидные редакторы бумажных изданий поняли, что конкурировать в оперативности представления информации с радио, телевидением и интернетом бессмысленно, а потому необходимо усиливать преимущества, которые дают прессе аналитические и художественно-публицистические жанры. К сожалению, таких редакторов еще немного, а большинство новых журналов отличает дилетантский подход. Главная ошибка – типологическая, когда под видом журнала читателям доставляется сугубо газетный контент. Статья – основной журнальный жанр – должна быть такой, чтобы читатель, обратившийся к ней через много лет, смог бы оценить богатую фактуру, возможно, собиравшуюся на протяжении десятилетий; проблему, явление или тенденцию, которую за чередой фактов смог увидеть публицист.

Журналист электронных СМИ. Различия в деятельности радио-, теле- и интернет-журналистов связаны прежде всего с техникой и технологией сбора, обработки и трансляции информации.

Индивидуально-коллективный и производственно-творческий характер журналистского труда здесь проявляется особенно ярко, ведь корреспондент в процессе подготовки публикации сотрудничает с оператором, режиссером, звукорежиссером, художником, осветителем и другими специалистами, входящими в творческую группу.

Радио- и телерепортеры готовятся к записи заранее, но все-таки основную информацию получают во время нее, оживляя происходящее описанием выразительных деталей, создавая таким образом эффект присутствия (при этом в телерепортаже нежелательно словесно лишь дублировать картинку). Корреспондент при создании материала учитывает роль шумов и звуков, при ведении беседы – личность интервьюируемого, мнение и позиция которого либо усиливаются, либо опровергаются при помощи логичных аргументов.

Ведущий радио- или телепередачи – это особая специализация, при которой ценится не только умение держаться в кадре, но и мастерство модератора полилога, который, будучи опытным журналистом:

- осознает и подчеркивает актуальность поднимаемой проблемой;
- знает уровень компетентности приглашенных участников;
- реализует сценарный замысел, выступая одновременно как диктор, использующий текст, подготовленный другим автором, как комментатор и как интервьюер, помнящий, что он лишь посредник, а главные лица – герои передачи;
- режиссирует ток-шоу, перемежая дискуссию цитатами, инфографикой, видеофрагментами и рекламными вставками.

Журналист, работающий в интернет-СМИ, помимо знаний и умений работников традиционных СМИ, должен обладать специальными навыками активного пользователя Сети. Поскольку в качестве источников информации он использует мировую паутину как глобальное СМИ, то требования к поиску различных сведений, к фактчекингу, к каталогизированию информации здесь усиливаются, для чего, кстати, существуют особые компьютерные программы, которыми также он должен владеть. Поскольку в интернете текстовую публикацию можно озвучить, сопроводить статичным или движущимся изображением, журналист овладевает инструментами создания, обработки и транслирования в Сети звука, фото и видео.

В рамках системного подхода к выявлению профессиональных ролей следует учитывать и форму собственности, статусные отношения владельца, издателя, учредителя (*журналист общественных СМИ, журналист государственных СМИ, журналист частных СМИ, журналист СМИ смешанной формы собственности*⁵), и тип СМИ (*журналист универсального СМИ, журналист специализированного СМИ, журналист корпоративного СМИ*).

В первом случае особую роль играют взаимоотношения между корреспондентом и редактором, редактором и владельцем (учредителем, издателем), опирающиеся на законодательство о СМИ, систему редакционных нормативно-правовых документов, общие взгляды на миссию журналистики и журналистов, на проблему свободы слова, на профессиональные и этические стандарты и т. д. Характер отношений зависит и от статуса работника: *штатный журналист* более ограничен в своих действиях, *фрилансер* (журналист на договоре, на гонораре)⁶, по определению, более свободен в выражении собственной позиции.

В зависимости от типа СМИ редакции имеют особую систему отделов, в которых готовятся определенные разделы периодического издания. В универсальном СМИ – это социальная проблематика, политика, экономика и т. д.; например, в специализированном спортивном СМИ – это футбол, хоккей, баскетбол и т. д., а в корпоративном вузовском – учеба, наука, специальности, специализации и т. д.

На характер журналистской деятельности накладывает отпечаток специфика социальной сферы, представляемой СМИ или отделом редакции (структуры гражданского общества, государственные структуры, политика, экономика, искусство и т. д.), как и направленность СМИ – качественного, квалоида или бульварного по преимуществу.

Жанровая специализация журналистики

С годами журналист отдает предпочтение определенной специализации творческой деятельности, в частности жанровой – репортерской, аналитической, образной (Тертычный, 2000).

Журналист-новостийщик. Не все, что происходит в мире, достойно опубликования: факт или событие могут быть обычными, банальными, или они могут быть интересны, но лишь небольшой группе – большинству же не нужны. То, о чем с интересом прочитаешь

в своей многотиражной газете, будет проигнорировано городским или областным читателем по причине незначительного масштаба события. Газетчики научились придавать вчерашней информации «вторую свежесть», дополняя ее новыми деталями, – именно такие материалы, которые практики называют «расширенной информацией», сегодня ценятся в газетах, даже не пытающихся понапрасну состязаться в скорости с интернетом. Исторический факт, «откопанный» журналистом, может стать новостью, если будет привязан к современности. И в этом проявится еще одно свойство новости – актуальность. Информация, полезная бизнесмену, не будет воспринята в качестве новости обывателем, далеким от экономических проблем, – здесь важна контекстность информации, осознаваемая ее потребителем. То есть новость требует от читателя, слушателя, зрителя определенной «социальной подготовленности».

Современные медиаисследователи считают, что качественную новость должны отличать сенсационность, броскость, оригинальность, «прикольность», полезность, значимость, оглушительность, опирающиеся на документальность, правдивость и объективность.

Когда люди слышат слово «интервью», то справедливо связывают его с работой журналиста. Хотя этим методом сбора информации с успехом пользуются ученые, практикующие социологи, психологи, медики и многие другие профессионалы. Видимо, благодаря своей универсальности этот метод имеет такую массу разновидностей: стандартизованное, фокусированное или свободное; предварительное, основное или контрольное; индивидуальное, групповое или массовое интервью.

Что же касается журналистики, то в ней интервью является не только основным, хотя и не единственным способом поиска информации, но также специфическим жанром печатных и электронных СМИ. При этом бытует мнение, что большой заслуги в опубликованном интервью у журналиста нет: мол, главный в беседе – герой, и именно ему следует платить гонорар. Если это и справедливо, то лишь наполовину.

От интервьюируемого, конечно, очень многое зависит, но за публикацию (и за ее успех) все-таки отвечает интервьюирующий. Опытный журналист тщательно готовится к беседе, зная, что если он будет спрашивать «по делу», то больше шансов, что собеседник будет «по делу» ему отвечать. То есть важно быть интересным ге-

рою, прийти к нему (а значит, к аудитории) с мыслью и за мыслью. Конечно, добиться исповедальности непросто, но она все же до определенной степени возможна, если один проявит искренний интерес к другому, если герой поверит в журналиста как в порядочного этичного человека.

Журналисту всегда следует быть готовым к тому, что, возможно, придется еще и разговорить человека, если тот по своей природе застенчив, некоммуникабелен. Могут быть и другие – объективные и субъективные – причины нежелания пространно отвечать. Еще начинающим журналистом автор прочитал книгу Валерия Аграновского «Ради единого слова», в которой известный журналист «Комсомольской правды» очень интересно размышлял об искусстве беседы. И до сих пор пересказываю студентам один случай, описанный им. Вот как В. Аграновский описывает свою командировку в Дубну: «Группа академика Флёрова открыла 104-й элемент таблицы Менделеева. Помню, когда я приехал и явился в приемную Г. Н. Флёрова, там уже была дюжина корреспондентов. Стоя в живой очереди, я с ужасом наблюдал, что происходит. Журналисты входили в кабинет академика, получали от него уже отпечатанный текст, написанный научным обозревателем ТАСС, и ровно через пять минут возвращались назад. Не скажу, чтобы уж очень довольные, но и не сильно опечаленные.

“Что делать? – мучительно думал я, все ближе продвигаясь к дверям. – Как привлечь внимание академика, чтобы получить для газеты хоть несколько лишних слов?” Очередь неумолимо двигалась, и вот передо мной распахнулась дверь. Я вошел. Г. Н. Флёров сидел за письменным столом и довольно мило улыбался. Стопкой лежали отпечатанные на гектографе тассовские тексты, я их сразу заметил. “Присядьте”, – сказал Флёров. Я представился. Сел. “Мне нравится ваша газета. Если вас интересуют подробности открытия, прошу!” – и академик протянул мне сообщение ТАСС. “Простите, а сколько человек в группе авторов?” – спросил я сдавленным голосом. “Там написано”, – ответил Г. Н. Флёров. И все! Я мог со спокойной совестью ретироваться. В школе мои знания по физике выше “тройки” не котирировались. Между мною и академиком лежала пропасть. Однако выход, как известно, надо искать на дне отчаяния! И я сказал: “Только один вопрос, Георгий Николаевич!” Академик кивнул. “Скажите, почему вы атом рисуете кружочком, а не ром-

биком или запятой?” – и показал на доску, висящую за спиной Г. Н. Флёрова, а он тоже посмотрел на доску, испещренную формулами, потом на меня, и на лице его появилась снисходительная улыбка врача-психиатра, имеющего дело с необратимо больным человеком. Он сказал: “Почему кружочком? А так удобней, вот почему! Берешь и прямо так и пишешь – кружочек!” – “Позвольте, – сказал я, – но запятую легче рисовать!” – “Вы думаете? – заметил Г. Н. Флёров и на листочке бумаги нарисовал сначала кружочек, а потом запятую. – Пожалуй, – согласился он. – В таком случае по аналогии, вероятно, с планетарной системой...” В его голосе уже не было ни снисходительности, ни даже уверенности. Он определенно задумался! “Помните, – сказал он, – как у Брюсова? И может, эти электроны – миры, где пять материков... Хотя, конечно, аналогия с планетарной системой не вполне корректна, поскольку атом не круглый, скорее всего эллипсообразный, но даже этого никто не знает. Хм! Почему же мы рисуем его кружочком?” Он встал, прошелся по кабинету и нажал кнопку звонка. Вошла секретарша. “Попросите ко мне Оганесяна, Друина и Лобанова, – сказал Флёров. – И еще Перельгина!”

Через несколько минут его соавторы по открытию явились. Академик хитро поглядел на них, а потом сказал мне: “А ну-ка повторите им свой вопрос!” Я повторил. “Товарищи, – сказал я, – почему вы атом рисуете кружочком, а не ромбиком, крестиком или параллелепипедом?” И у них сначала появилось на лице нечто похожее на улыбку врача-психиатра, однако минут через десять они уже яростно спорили, забыв обо мне. Им было интересно!

Вечером, приглашенный Г. Н. Флёровым, я сидел у него дома в коттедже, потом побывал в лаборатории, излазил весь циклотрон, перезнакомился с девятью авторами открытия, задержался в Дубне на целый месяц и написал в итоге не информацию в газету и даже не статью, а документальную повесть»⁷.

Журналист-аналитик. Факт, фактура, фактография, фактурность – привычно оперируя этими понятиями, важно осознавать их многозначность. Ведь факт (от лат. *factum* – сделанное, совершившееся) – это и событие, и результат, и эмпирическое знание, и истина.

Репортеры по-прежнему одной из главных задач считают поиск свежего факта и оперативное сообщение о нем аудитории: «Быть первыми! Вставить фитиль!» Может быть, в этом первопричина того, что сегодняшние СМИ заполнены псевдофактами и не-

точными фактами? Хотя заметим, что недостоверная информация не всегда публикуется по злой воле журналиста-манипулятора: порой просто не хватает времени на проверку, перепроверку факта, ведь редактор настаивает на оперативной поставке материалов в номер.

А чистый факт – это знание, достоверность которого доказана. Для чего необходимо наличие двух-трех и более источников и субъектов информации, которые еще надо разыскать, с которыми еще надо хотя бы созвониться. Но иногда даже проверенный факт не указывает на закономерность, и журналисту могут возразить: «Это нетипично! Голый факт ни о чем не говорит! Ваших фактов недостаточно для такого вывода!» Опытного работника СМИ спасает то, что он – вечный наблюдатель – имеет в копилке много фактов. К тому же у него есть и такое оправдание: «Эти факты собраны сегодня, завтрашние могут опровергнуть мой вывод, но я об этом честно напишу». Американскому теологу и философу Майклу Новаку принадлежит парадоксальное высказывание: «Фактов не существует, существуют люди, наблюдающие за ними. А люди, наблюдающие за фактами и пытающиеся при этом быть нейтральными, становятся еще более субъективными...» (Дэннис, Мэррилл, 1997: 182). Возможно, это прежде всего относится к журналистам и к публицистике, в которой существует, например, факт-образ.

Журналист-очеркист (эссеист, фельетонист). Считается, что сегодня на смену авторской журналистике приходит журналистика экспертная. Мол, журналист, по определению, – дилетант, по объективным причинам он не может глубоко разобраться в вопросе, о котором готовит публикацию. Поэтому его роль – это лишь роль добросовестного транслятора мнений специалистов. Можно принять подобный взгляд (кстати, такой подход давно известен и применяется в отечественной журналистике), а можно привести и примеры успешной специализации публицистов. Так, Василий Песков, начинавший фотокорреспондентом, затем прославился в качестве знатока растительного и животного мира. А с Юрием Черниченко, написавшим такие книги, как «Ржаной хлеб», «Земля в колосьях», «Русский чернозем», «Про картошку», «Русская пшеница», «Вокруг комбайна» и другие, нередко консультировались самые серьезные ученые-аграрники.

Подлинная авторская журналистика – это качественная журналистика, несущая на себе отпечаток интересной личности. Недаром

многие успешные газеты и журналы, телевизионные и радиоканалы ассоциируются с конкретными «звездами». И неслучайно лучшие времена «Известий» связывают с творчеством Анатолия Аграновского, а расцвет «Комсомольской правды» – с периодом деятельности Ярослава Голованова и его коллег. Очевидно, что журналисты «Литературной газеты» (знаменитой «Литературки», «ЛГ» 1960–1970-х гг.) создали особую школу, в которой «преподавали» Юрий Щекочихин, Анатолий Рубинов, Аркадий Ваксберг, Ольга Чайковская и многие другие. Они были неравнодушными публицистами, писавшими «историю современности» умом и сердцем, оставив следы, до сих пор помогающие людям найти верную дорогу в жизни.

То и дело слышишь: «Очерк умер. Фельетон умер. Газета скоро умрет». И есть те, кто приветствует эти процессы, создавая новые «форматы» периодических изданий, ратуя за фактологичность, краткость изложения, структурированность материала, богатую иллюстрированность. В этом кругу очерку явно тесно. Но хорошо ли это? Ведь человеку всегда интересен человек, и если он исчезает со страниц газет, то, конечно, следует ждать неминуемого конца и самих газет. Как и качественной журналистики, стремившейся «через человека» поднимать социальные проблемы. Когда говорят о падении тиражей, приводят массу объективных факторов, забывая об одном субъективном, связанном с вымыванием «простого человека» с поля СМИ.

И все-таки история движется по диалектической спирали. Умные издатели обязательно обратятся к традиции – например, к опыту «физиологического очерка», начатого Бальзаком во Франции, продолженного Григоровичем, Тургеневым, Успенским и многими другими литераторами в России. Зачем отказываться от формы, выкованной веками, причем в «творческих лабораториях» самых знаменитых мастеров слова (есть у кого и есть по чему учиться)? Ведь у этой формы – множество достоинств, которые, правда, надо суметь реализовать: документальность (описание реальных фактов и событий, «писание с натуры»), сюжетность (обращение к житейским историям), эмоциональность (проявление искренней заинтересованности в судьбе героя). К тому же у этой формы – несколько разновидностей (путевой, портретный, проблемный очерки), в которых талантливый публицист может проявить и наблюдательность, и любознательность, и психологизм.

Слово «колумнист» (от англ. *column* – колонка) чуть более десяти лет назад обогатило современный тезаурус работников СМИ, войдя в «Словарь модных слов» Владимира Новикова. Это постоянный ведущий газетной или журнальной рубрики, телевизионной или радиопрограммы, в роли которого выступает либо выдающийся журналист, либо эксперт, заслуживший право на субъективное мнение. Недаром подобные публикации, верстаемые колонкой, нередко сопровождается ремарка: «Мнение автора может не совпадать с точкой зрения редакции». Они имеют броскую рубрику, обозначающую тему, проблему или направленность публицистического выступления, сопровождаются характерной фотографией автора. При этом авторская личность – не только жанрообразующий фактор колонки, но и фактор, влияющий на «формат» издания. Действительно, по «звездам» нередко судят о позиции издания. Внимательному, общественно активному читателю станет многое ясно, если он даже лишь ознакомится со списком колумнистов, например, «Новой газеты» (Дмитрий Быков, Леонид Никитинский, Ирина Петровская), «Литературной газеты» (Вероника Крашенинникова, Олег Неменский, Анатолий Макаров) или «Свободной прессы» (Юрий Болдырев, Захар Прилепин, Сергей Шаргунов). В роли колумнистов нередко выступали и выступают известные писатели. Так, по этому рангу проходят Федор Достоевский с «Дневником писателя», выросшим из ежемесячных фельетонов в журнале «Гражданин», Максим Горький с «Несвоевременными мыслями», Умберто Эко с его «Записками на спичечных коробках» и др.

Попутно заметим, что некоторые все же не считают колонку особым жанром, полагая, что эта форма подачи публикации может содержать как эссе, так и комментарий, мини-корреспонденцию и др. Главное, что должно объединять тексты, – это оригинальное стилистическое лицо и демонстрация особого способа мышления и специфической реакции автора на текущую действительность.

Практика реализации профессиональных ролей в современной журналистике

Уточним дефиниции таких ключевых понятий журналистского мастерства, как метод, стиль и жанр.

Метод в журналистике – это путь познания текущей действительности конкретным журналистом или редакционным коллекти-

вом конкретного издания, призванного «писать историю современности». Это система законов, принципов, правил, литературных и дизайнерских приемов, и их совокупность ориентирует публицистов в решении определенной творческой задачи, в достижении определенного идеологического результата.

Журналист на всех этапах подготовки будущей публикации применяет как практические (наблюдение, сравнение, эксперимент), так и теоретические (моделирование, абстрагирование, анализ, синтез) методы, переплетение которых рождает особый *стиль*. То есть стиль – это не механический набор *приемов* (хотя с годами каждый журналист опирается на наиболее выигрышные из них), а комплексное, охватывающее аспекты содержания и формы явление, в основе которого и лежит метод, который может приобрести черты авторского.

В отличие от науки в журналистике особую роль играет эмпирика, и именно усиление роли эмпирических методов-операций и методов-действий⁸ способствовали появлению таких направлений в современной прессе, как расследовательская журналистика и дата-журналистика.

Жанр в публицистике рассматривается как исторически сложившаяся, удостоверенная традицией и тем самым наследуемая совокупность определенных тем и мотивов, закрепленных за определенной художественной формой, связывающая их между собой узнаваемыми чувствами и мыслями. В научный оборот введено и понятие *формы подачи материалов* (Тулупов, 2010) как более динамичной организации информационного материала, которая может быть предтечей жанра. Так, в свое время обозначение нижней части полосы, называвшейся фельетоном (в российской терминологии – «подвал»), перешло на один из жанров сатирической публицистики. В печатной журналистике есть устоявшиеся формы подачи, связанные с местом на газетной полосе или в номере, а также конфигураций материала: «открытие», «закрытие», «шпигель», «чердак», «окно», «стояк» («колонка»), «бутерброд» («бокс»). Еще одна группа форм подачи связана с объемом и характером объединения материалов: «подборка», «тематическая страница», «разворот».

Сегодня все чаще применяется «свисток» – первополосный анонс материала, размещенного на одной из внутренних страниц номера. Некоторые большеформатные газеты все первую полосу

верстают из публикаций, заканчивающихся на внутренних страницах. Система подачи «с полосы на полосу», «из номера в номер» удобна при больших объемах публикаций. В толстых еженедельниках возможно включение ведущего, который открывает номер, комментирует отдельные публикации и выступает с заключительным комментарием. Прием, держащий внимание читателя, можно применять при подаче сквозной – через весь номер и из номера в номер – рубрики. Так, в еженедельных газетах успешно функционирует рубрика «Тема номера», объединяющая несколько публикаций словесной и изобразительной журналистики.

Журналисты ищут и находят все новые формы организации материалов: ответы известных и неизвестных читателей на актуальный вопрос; публикация откликов на вышедшие материалы; отрывки из писем и цитаты из блогов; рейтинги событий и популярности тех или иных лиц; журналистские и рекламные тексты на одну тему; мнения о газете (в период подписных кампаний регулярные читатели отвечают на вопросы редакционной анкеты); публикация анекдотов «в тему» и др.

Тенденция, называемая визуализацией, рождает оригинальные формы подачи: иллюстрация – часть заголовочного комплекса; иллюстрация, не имеющая прямого отношения к тексту, но расширяющая его главную мысль; иллюстрация читателя («Фото в конверте», «Фото на конкурс»): простая и сложная инфографика. В некоторых газетах жанровые или этюдные фотографии сопровождаются поэтическим или лирическим прозаическим текстом.

В настоящее время в печати все активнее применяется информационная графика. И это не только различные карты, таблицы, диаграммы, схемы, чертежи, картограммы, картосхемы, но и более сложные композиции. Это – визуальное представление некоей социально-политической темы или проблемы с использованием тех же карт, таблиц, диаграмм и т. п., а также фотографических и рисованных иллюстраций, коллажей, фотомонтажей. Такая инфографика может занимать страницу или разворот периодического издания, сопровождаться лаконичным пояснительным, обязательно озаглавленным текстом.

Отдельно следует сказать о системе жанров фотожурналистики, в которой исторически сложились три «родовых», канонических жанра: фотоинформация (фотозаметка), фотопортрет и фоторепор-

таж. К ним примыкает фотоплакат, представляющий собой либо самостоятельный снимок (портрет, этюд, «жанр» и др.), либо монтаж, коллаж. В свою очередь фотоинформация, фотопортрет, фотоплакат могут приобретать качества репортажа. «Репортажные снимки» характеризуются динамичностью кадра, оперативностью информационного повода и т. д. К другим жанрам фотожурналистики, которым также не чужда публицистичность, относят фотоэтиюд (пейзаж, портрет, «жанр»), фоторепродукцию и фоторекламу (монтаж, коллаж, натюрморт и др.). В прессе представлены и непублицистические жанры – фоторубрика, фотозарисовка и фотоанонс.

Любая жанровая классификация не способна учесть все подвидовые деления, но должна предполагать взаимодействие, взаимопроникновение жанровых разновидностей и их подвидов. Какие-то жанры становятся на время наиболее частотными («популярными»), как, скажем, фотопортрет, фоторепортаж сегодня. «Союз» журналистской фотографии и публицистического текста дает такие симбиозы: фотокорреспонденция, фотозарисовка, фотоочерк, фотофельетон. Их нельзя назвать, собственно, фотожурналистскими жанрами, но это и не видовые формы: к последним относятся групповой портрет, репортажный снимок, пейзаж и др.

Таким образом, следует различать жанр – некую идеальную литературную норму, некий ориентир, позволяющий воспроизводить тексты определенного характера, и форму подачи материалов – более мобильную, связанную с современностью, модой систему организации информации. Думается, что на базе устоявшейся формы подачи со временем может сложиться и некий жанр или его разновидность.

Сегодня, в эпоху визуализации и конвергентности редакции газет, журналов, электронных СМИ, и информационные агентства нуждаются в квалифицированных бильдредаторах. В РИА «Новости» даже существует должностная инструкция бильдредатора, согласно которой он осуществляет подбор фотоматериалов для иллюстрирования информационных проектов Агентства; проводит мониторинг информационного потока Агентства с целью своевременного и качественного иллюстрирования новостей Агентства на информационных площадках, а также мониторинг информационного потока как собственных фотонОВОСТЕЙ Агентства, так и фотонОВОСТЕЙ по подписке; загружает фотографии в редак-

туры информационных площадок и осуществляет их первичное описание; ведет электронное планирование; взаимодействует с редакциями.

В прессе накоплен богатый опыт бильдредактирования, который необходимо изучать и пропагандировать. Вряд ли правы те, кто ограничивает функции бильдредактора областью светописи. Конечно, это прежде всего специалист в фотографии, призванный отбраковывать технически несовершенные отпечатки. Но гораздо важнее для редактора иллюстраций уметь подсказать тему будущего репортажа, проверить «фотофакт» на достоверность, оценить значимость тех или иных фотоизображений, грамотно и нестандартно скомпоновать, при необходимости скадрировать их, выявить жанровую специфику. То есть подлинный бильдредактор не только и не столько специалист в области фотосъемки, сколько эстетически образованный человек и обязательно журналист, понимающий природу медиа и медиадизайна.

Визуализатор призван решать творческие задачи. Например, кадрированием снимков занимается прежде всего сам фотожурналист, но при необходимости – и бильдредактор или макетчик. Цель во всех случаях – не вытягивание «изначально слабого кадра», а улучшение конкретного снимка (за счет изменения его композиции), или поиск оптимальной подборки снимков, в которой каждая фотография связана с другой.

Бильдредактор оценивает идейную и эстетическую значимость иллюстраций. Например, роль фотографии в эстетизации периодического издания велика, но эстетическая выразительность пресс-фотографии все же второстепенна. Фотография, имеющая художественную самоцель, уже не пресс-фотография, тем более что снимок в газете (журнале) всегда должен рассматриваться в сочетании с текстом. По мнению А. Щербакова, опубликовавшего в свое время в «Журналисте» статью «Два мира бильдредактора», бильдредактор, «в отличие от нас, грешных, не просто чувствует, смотрят или не смотрят рядом три разных снимка, а точно знает, что с чем сочетается и почему. Его художественно-фотографический вкус должен быть надежным барьером перед безвкусицей, с чьей бы стороны она ни угрожала нашим полосам – фотографа ли, принесшего свои работы, редактора ли, утверждающего их к печати» (Щербаков, 1980: 32).

Вряд ли разумно давать какие-либо эстетические рекомендации по фоторедактированию, но ряд требований, предъявляемых к этому процессу, назвать можно.

Бильдредатор – это знаток поэтики фотографии, обладающий чувством композиции и ритма.

Бильдредатор – это еще и журналист, призванный выявлять информативные, иллюстративные и символично-пиктографические функции, а также художественно-публицистическую образность пресс-фотографии. Он должен учитывать и комментирующую способность фотоиллюстрирования как одного из важнейших этапов графического дизайна.

Компоновкой самых заурядных снимков, расположенных в определенном порядке (монтажный метод), можно добиться эмоционального сюжетного эффекта, как и при умелой верстке различных, но близких по теме фотографий и текста. Если их соседство органично, возникает своеобразный симбиоз от журналистики, когда снимки и текст, взаимообогащая, дополняя друг друга, воспринимаются как единое целое.

Есть мнение, что профессиональные особенности мышления фотокорреспондентов и литераторов связаны с определенным типом образности: мыслительный тип первых приближается к целостности детского восприятия (единство цвета и контура, буквализм метафор и др.), для вторых характерны быстрота оценочных реакций, противопоставление цвета и контура, умозрительность метафор и проч. Вполне логично предположить, что мышление квалифицированного бильдредатора скорее всего *визуально-словесное*, т. е. объединяющее описанные типы образности. Более того, бильдредатор призван обогатить процесс коммуникации, предлагая, а возможно, и создавая визуальные образы, преодолевающие «догматизм словесных формул».

На наш взгляд, разделение жанров на группы происходило потому, что в ходе подготовки публикаций начинали доминировать различные частные методы: например, теоретические методы⁹ востребованы прежде всего в аналитических жанрах, и, как правило, авторы корреспонденций и статей применяют весь их арсенал. Публицисты, следуя фактам, выражая к ним определенное отношение, стремясь преодолеть неопределенность информации и применяя образное начало, создают оригинальные произведения

в рамках публицистического стиля. При этом выделяются такие его разновидности, как *аналитический, репортажный, диалоговый, образный, эссеистский и сатирический* стили. Это становится возможным потому, что, например, интервьюирование как метод используется не только в жанре интервью, но и во многих других жанрах публицистики, что репортажность как метод применяется не только в классических репортажах, но и в других публицистических текстах как наджанровое образование (Стюфляева, 1975). Дуализм наблюдается и в случаях с анализом (корреспонденция, статья, комментарий), образностью (очерк), эссеизмом (эссе) и сатиричностью (фельетон, памфлет).

В публицистике под интерференцией жанров (жанровой диффузией) следует понимать проникновение публицистических методов, характерных для определенных жанров, в те, для которых данные приемы не были раньше свойственны или не проявлялись в них перманентно. Диффузия в публицистике фактически приводит к трудностям в определении жанровой принадлежности публикации, и потому, на наш взгляд, можно говорить о том, что диффузия, интерференция способствуют не столько размыванию жанровых границ, сколько их масштабированию – т. е. границы жанров становятся шире. И подобное явление встречается не только в медиатекстах. Например, публикации Юрия Роста, Василия Пескова нельзя отнести к чисто литературным или к чисто изобразительным жанрам. В одних случаях доминирует текст, в других – изображение (фотография/-и), в третьих материал может представлять собой неразрывную словесно-визуальную ткань. В 1970-е гг. в молодежных газетах (например, в «Комсомольской правде», в областной молодежной газете Башкирии) активно использовалось *сопровождение жанровой или этюдной фотографии поэтическим или лирическим прозаическим текстом*. Такая форма подачи применялась в случаях, когда и фотография, нередко становившаяся зрительно-смысловым центром полосы, и «текстовка», включавшая недокumentальное изображение в публицистический контекст, обладали несомненными художественными достоинствами.

Описанные выше явления происходят на фоне процесса *конвергенции*, который «связан с техническими достижениями в области передачи и хранения информации и приводит к слиянию ранее различных СМИ (на базе интернет-платформы и (или) конвергент-

ной редакции), отделов и подразделений медиакомпаний с целью совместного производства контента и тиражирования его на разных медиаплатформах; он привел к появлению новых видов СМИ, новых форм предоставления контента, а также к глобальным изменениям, происходящим на всех стадиях от создания до распространения контента, и поискам иных моделей развития медиабизнеса» (Баранова, 2016). Современные медиахолдинги, объединяющие сайт, газету, телевидение, радио, имеют возможность представить, например, одну тему в рамках телевизионного сюжета, мультимедийного текста или объемного аналитического материала в газете (при этом контент, подготовленный для одной платформы, может быть интегрирован в другую).

Обратимся за примерами к региональной прессе (Тулупов, Тюрина, 2020). В очерке «Четыре года в аду», вышедшем в «Московском комсомольце в Воронеже», автор осмысливает положение героини публикации, демонстрирует его специфические характеристики, ведя при этом повествование в репортажном стиле. Описывая внешность женщины и ее быт, журналист отмечает: «Оля сидит в небольшой комнате с видом на водохранилище. На ней – вишневый объемный свитер, темные брюки, седеющие волосы собраны в хвост. Рядом – с плюшевой обезьянкой в руках кружится четырехлетняя дочка Снежана»¹⁰. Так *репортажный прием* выступает инструментом, позволяющим создать в тексте предельную наглядность, которая, в свою очередь, помогает погрузить аудиторию в описываемый фрагмент действительности.

Другой пример – *проявление диалогового стиля* – можно наблюдать в *репортажно-очерковой публикации* «Старики заказывают волонтерам продукты, лекарства и... сено» еженедельника «МОЕ! Плюс»¹¹. Через диалог волонтеров, которые привозят домой пенсионерам продукты и лекарства, и пожилого мужчины автор дает возможность проследить реакцию объектов наблюдения, прожить эмоции, испытанные участниками ситуации, осмыслить поведенческие особенности героев: «“А это вам от нас подарок – торт, у вас же завтра юбилей”, – протягивает пенсионеру кондитерский десерт Мария. От неожиданности Владимир Васильевич расплакался. “Ой, спасибо, девочка... Да не надо было”, – смущенно говорит он».

В *корреспонденции* «“МОЕ!” нашла свидетеля, как депутат резал колеса немецким путешественникам»¹² автор в *эссеистской*

манере излагает взгляд на ситуацию, связанную действиями депутата облдумы Сергея Почивалова, который в День воздушно-десантных войск, предположительно, порезал колеса немецким туристам: «Прикидываю, что могло бы грозить депутату воронежской облдумы Сергею Почивалову, окажись на месте немецких пенсионеров-путешественников какой-нибудь наш, например, прокурор»; «Я уже говорила, что депутат Сергей Почивалов в этой истории все-таки проявился – на сайте государственного телеканала. По-нашему, по-репортерски, значит “озвучил свою версию событий”»; «Я говорила, что эта история печальная. Но нет, неправильное слово. Она – гадкая» и т. п.

Эссеизм может проявляться и в информационных жанрах – например, в *событийном репортаже*. В «Непрямом репортаже», опубликованном в газете «Воронежский курьер»¹³, прослеживается ярко выраженное авторское «я», проявление которого обеспечивает эссеистский метод. Вот характерные фрагменты материала: «Если бы меня спросили, каким звуком запомнился праздник, я бы ответила – шумом барражирующего вертолета»; «Если бы поинтересовались, какое правило стало главным, я бы сказала – запретов не было, делай что хочешь. Вроде бы знала памятку для СМИ наизусть: прибыть в медиапункт за час, стоять только в отведенной зоне, не снимать бедж с голограммой, говорить с факелоносцем не больше минуты» и т. д.

И все же эссеистский стиль чаще всего проявляется в *авторских колонках*, либо может применяться в разножанровых материалах том случае, когда мнение автора, его позиция, реакция на событие или ситуацию актуальнее для аудитории, чем информационная составляющая. То есть когда имеем дело с «*журналистикой мнений*». Безусловно, далеко не каждый автор использует такой метод и далеко не каждый материал требует подобного подхода. Но хотя эссеизм используется современными журналистами избирательно, он всегда играл и продолжает играть значимую роль в отечественной публицистике. Эссеистский стиль является попыткой автора понять и представить происходящие процессы (а также событие или ситуацию) в обществе через себя, обозначить собственную позицию по исследуемому вопросу (выступает носителем психоэмоционального состояния, убеждений, переживаний и пр.) и за счет этого в каком-то смысле может «сверить часы» с аудиторией. Таким

образом автор как субъект высказывания провоцирует аудиторию на дискуссию, на осмысление описанных процессов, на осмысление себя в контексте действительности.

Заметим, что указанные публикации опираются сразу на несколько методов публицистики: например, в материале «Четыре года в аду» прослеживается аналитический, диалоговый, образный и репортажный стили. Текст «Старики заказывают волонтерам продукты, лекарства и... сено» обладает помимо диалогового также репортажным и образным стилем, а материал «“МОЕ!” нашла свидетеля, как депутат резал колеса немецким путешественникам» содержит элементы аналитизма и диалогизма. И подобные ситуации, когда в одном тексте могут сочетаться сразу несколько методов, позволяют говорить нам о таком понятии, как *жанровая интерференция*.

В публицистике под интерференцией следует понимать проникновение публицистических методов, характерных для определенных жанров, в жанры, которым данные приемы не были раньше свойственны или не проявлялись в них перманентно. Такое определение схоже с интерпретацией понятия «*жанровая диффузия*», которое также предполагает изменение состояния сложившегося жанра под воздействием проникающих в него элементов другого жанра. Чаще всего речь идет об интеграции репортажности в очерк и корреспонденцию, интервью – в отчет, отчета – в репортаж. Видимо, поэтому исследователи журналистики нередко относят один и тот же текст к разным жанрам.

Например, на портале РИА «Воронеж» вышел материал «Петр Мамонов в Воронеже: “Перед операцией на сердце попрощался с жизнью, а случился облом”»¹⁴ о творческом вечере музыканта. Во время выступления герой материала общался со зрительным залом, и журналист опубликовал самые яркие высказывания – визуально текст напоминает монологичное интервью, и потому его можно было бы отнести именно к этому жанру. Но мы видим, что в основе текста лежит событие, зафиксированное во времени и пространстве, и автор об этом сообщает в лиде публикации: «Встречу он поделил на два отделения: в первом исполнил с десятком песен под гитару, во втором, вооружившись стопкой черновики, читал стихи, разбавляя их историями из жизни и ответами на вопросы зрителей. Самые яркие монологи артиста – в материале РИА

“Воронеж”». То есть говорить о возникновении преднамеренного диалога между героем и журналистом мы не можем – журналист здесь скорее лишь зафиксировал событие. А потому можно полагать, что данный текст относится к одной из разновидностей отчетов.

При подготовке публикации «Все про опыт – о возрасте ни слова. Как 51-летний журналист РИА “Воронеж” искала работу»¹⁵ применен репортажный метод, и текст можно было бы определить в репортажную подгруппу, однако по жанрообразующим признакам его было бы логичнее отнести к аналитическому жанру, к корреспонденции, так как в нем осмыслена конкретная ситуация, сложившаяся на рынке труда: найти работу 50-летнему человеку сложно. А потому можно говорить о том, что в этом материале проявляется репортажность как наджанровое образование, о котором мы говорили выше.

Очевидно, что диффузия в публицистике фактически приводит к трудностям в определении жанровой принадлежности публикации. И потому, на наш взгляд, можно говорить о том, что диффузия, интерференция способствуют не столько размыванию жанровых границ, сколько их масштабированию – т. е. границы жанров становятся шире.

Есть, разумеется, и другой подход: когда исследователи, понимая, что жанровая теория претерпевает изменения, стремятся вывести новые жанровые подвиды. Например, исследователь Елена Зеленина использует такое понятие, как «портретный репортаж», рассматривая публикации, в которых отображен герой репортажным методом (Зеленина, 2014). Речь идет прежде всего об очерковых материалах. И такой подход, безусловно, имеет право на существование, так как он помогает в осмысливании процессов, происходящих в современной журналистике. Однако нам ближе другая концепция, которая предполагает более широкое понимание жанров, чем это возможно при опоре на жанрообразующие признаки.

Пример конвергентной интерференции мы видим в материалах «Комсомольской правды – Воронеж» о взрыве машины главы Рамонского района Николая Фролова¹⁶. Публикациям, которые были подготовлены журналистами с места события, предшествует новость на сайте издания, в которой отражен лишь факт взрыва. В последующих текстах журналисты уже объясняют подробности происшествия, при этом важно заметить, что в материале «Раненого во время покушения главу района под Воронежем прооперировали» журналисты для решения профессиональной задачи

прибегают к мультимедийным технологиям. Например, описания места происшествия и эмоций очевидцев, которые свойственны и необходимы репортажу, заменяют фотографии и видео (синхрон с соседкой главы района и видеосъемка с места покушения). Текст дополнен подкастом «Возвращение 90-х: покушение на главу района под Воронежем» – фрагментом прямого эфира на радио «Комсомольская правда», в котором журналист Станислав Шевченко ведет радиорепортаж с места события. На наш взгляд, такая форма организация репортажного материала довольно эффективна, так как она позволяет аудитории потреблять информацию дозированно, а также предоставляет ей выбор – прочитать только текст, посмотреть видео, послушать подкаст или ознакомиться со всеми компонентами. Более того, по нашему мнению, видео, снятые на месте происшествия, позволяют аудитории собственными глазами увидеть место события, а значит, обеспечивают более ярко выраженный «эффект присутствия», подчеркивают сильнее достоверность сведений, чем описания автора в канонических репортажах. Заметим также, что репортаж на эту же тему вышел в газете «Комсомольская правда – Воронеж».

Влияние интерференции мы видим и в лонгриде «Погружение в воронежское море. Легенды и тайны водохранилища»¹⁷, в котором редколлегия «КП – Воронеж» обстоятельно рассказала о «секретах» Воронежского водохранилища. И здесь мы тоже видим, как интерференция обеспечивает взаимосвязь словесно-визуальной формы: лонгрид построен на колоритных фотоиллюстрациях, видео, некоторые разделы открывает анимированная обложка, встречается инфографика. И при этом текст в нем обладает информационно-публицистической ценностью. В данном случае удачная взаимосвязь, взаимопроникновение визуально-речевых методов постижения действительности позволяют сформировать у аудитории целостную картину осмысливаемого явления.

Библиография

Баранова Е. А. Трансформация института СМИ в условиях медиаконвергенции // Коммуникология. 2016. № 3. С. 188–199.

Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа. М.: Рос.-амер. информ. пресс-центр: Вагриус, 1997.

Зеленина Е. В. «Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 2. С. 33–52.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник. М.: Аспект Пресс, 2009.

Симкачева М. В. Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2006.

Стюфляева М. И. Поэтика публицистики. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1975.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000.

Тулупов В. В. Жанры публицистики и формы подачи материалов в газете // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2010. № 1–2. С. 36–38.

Тулупов В. В. Уроки журналистики: учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2019.

Тулупов В. В., Тюрина Е. В. Метод, стиль, жанр и наджанровые образования в публицистике // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2020. № 3. С. 130–134.

Щербаков А. Два мира бильредактора // Журналист. 1980. № 6.

Примечания

¹ В этом смысле логично рассматривать информационную функцию как суперфункцию журналистики. Некоторые исследователи не выделяют также отдельно и коммуникативную функцию, полагая, что каждый журналист через средства массовой коммуникации при помощи информации налаживает связи между различными организациями, общественными институтами, конкретными людьми, и это является имманентным свойством профессии.

² Основа термина «квалоид» – от лат. *quails* – какой, какого качества, а суффиксальная часть – от англ. *tabloid* – таблоид.

³ *Бальзак О.* Монография о парижской прессе (Отрывок из «Естественной истории двуруких общественных»). Режим доступа: <http://aafokin.narod.ru/Balzak.pdf> (дата обращения: 19.09.2020).

⁴ *Полевой Н. А.* Взгляд на некоторые журналы и газеты русские. Режим доступа: http://dugward.ru/library/polevoy/polevoy_vzglad_na_nekotorye.html (дата обращения: 19.09.2020).

⁵ Видимо, в этом же ряду – журналисты партийных и корпоративных СМИ.

⁶ Фрилансер (от англ. *freelancer* – вольный копеещик, свободный копьеносец, наемник; в переносном значении – вольный художник) – человек, выполняющий работу без заключения долговременного договора с работодателем, нанимаемый только для выполнения определенного перечня работ (внештатный работник). Также фрилансером является работник, приглашенный для выполнения работ в ходе аутстаффинга.

⁷ *Аграновский В.* Ради единого слова. Режим доступа: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/agranov/03.php (дата обращения: 25.09.2020)

⁸ Напомним, что к эмпирическим методам-операциям относят изучение литературы, документов и результатов деятельности; наблюдение; измерение; устный и письменный опросы; экспертные оценки; тестирование; к эмпирическим методам-действиям – обследование, мониторинг, обобщение опыта; эксперимент; прогнозирование.

⁹ К теоретическим методам-операциям относят анализ, синтез, сравнение и др.; к теоретическим методам-действиям – доказательство, индукцию, дедукцию, постановку проблем, построение гипотез и др.

¹⁰ *Тюрина Е.* Четыре года в аду // Московский комсомолец в Воронеже. Режим доступа: [https://vrn.mk.ru/articles/2017/05/25/v-voronezhe-zhenshhina-proshedshaya-через-domashnee-nasilie-nashla-podderzhku-v-priyute.html](https://vrn.mk.ru/articles/2017/05/25/v-voronezhe-zhenshhina-proshedshaya-cherез-domashnee-nasilie-nashla-podderzhku-v-priyute.html) (дата обращения: 12.03.2020).

¹¹ *Писаненко О.* Старики заказывают волонтерам продукты, лекарства и... сено // МОЕ! Плюс. 2020. 14 апр. Режим доступа: <https://plus.moe-online.ru/paper/1326/12206> (дата обращения: 10.06.2020).

¹² *Тельпис Т.* «МОЕ!» нашла свидетеля, как депутат резал колеса немецким путешественникам // МОЕ! Online. 2019. 15 авг. Режим доступа: <https://moe-online.ru/news/control/1041920> (дата обращения: 19.03.2020).

¹³ *Рузанова Е.* Непрямой репортаж // Воронежский курьер. 2014. 21 янв.

¹⁴ *Трубчанинова Н.* Петр Мамонов в Воронеже: «Перед операцией на сердце попрощался с жизнью, а случился облом» // РИА «Воронеж» [сайт]. 2020. 17 мар. Режим доступа: <https://riavrn.ru/news/petr-mamonov-v-voronezhe-pered-operatsiy-na-serdtse-poroshchalsya-s-zhiznyu-a-sluchilsya-oblom/> (дата обращения: 19.06.2020).

¹⁵ *Тарасова С.* Все про опыт – о возрасте ни слова. Как 51-летний журналист РИА «Воронеж» искала работу // РИА «Воронеж» [сайт]. 2018. 25 сен. Режим доступа: <https://riavrn.ru/news/vse-pro-opyt-o-vozraste-ni-slova-kak-51-letniy-zhurnalist-riavoronezh-iskala-rabotu/> (дата обращения: 10.05.2020).

¹⁶ *Козлов Ю., Шевченко С., Диденко Ю.* Раненного во время покушения главу района под Воронежем прооперировали // Комсомольская правда – Воронеж. 2019. 26 дек. Режим доступа: <https://www.vrn.kp.ru/daily/27073.4/4143161/> (дата обращения: 19.03.2020); *Шевченко С., Диденко Ю.* Покушение на главу района в Воронежской области: что известно к этому часу // Комсомольская правда – Воронеж. 2019. 26 дек. Режим доступа: <https://www.vrn.kp.ru/daily/27073/4143359/> (дата обращения: 19.03.2020).

¹⁷ Погружение в воронежское море. Легенды и тайны водохранилища // Комсомольская правда – Воронеж. Режим доступа: <https://www.kp.ru/best/vrn/voronezhsea/> (дата обращения: 19.03.2020).

3.2 СОВРЕМЕННОЕ ЖУРНАЛИСТСКОЕ ТВОРЧЕСТВО: ТРАНСФОРМАЦИИ ФОРМ И МЕТОДОВ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Технологические перемены расширили рамки журналистского творчества и одновременно сузили его практики. Возможности журналистов по сбору, обработке и подаче информации стали велики, как никогда, и продолжают увеличиваться. Но при этом реальная журналистская работа во многих случаях становится все менее творческой, превращаясь в разновидность конвейерного производства, подчиняясь алгоритмам новостных агрегаторов и соцсетей и лишаясь присущего профессии сверхсмысла – познавать окружающий мир и делиться этим знанием с аудиторией.

Цифровизация дала журналистам доступ к большей части информации, произведенной человечеством, а также возможность быстро связываться с большинством живущих на Земле людей. Цифровизация дала новые средства и инструменты для подачи журналистской информации, позволила совместить текстовый и аудиовизуальный контент, результатом чего стал целый спектр новых форм подачи материала. Цифровизация сняла имевшиеся ранее ограничения, такие как площадь в бумажном издании или эфирное время на телевидении или радио. Наконец, цифровизация, по сути, победила цензуру и контроль над СМИ со стороны внешних сил, потому что в современном мире можно контролировать отдельные каналы, но не всю массово-коммуникационную сферу.

Однако в редакционной практике российских СМИ, как правило, используется лишь малая часть этих новых возможностей. Это связано прежде всего с экономическими причинами. На общемировую проблему сложностей с монетизацией медиаконтента в интернете накладывается российская уже почти десятилетняя стагнация в экономике, падение рекламных доходов СМИ и возрастание роли государственного и спонсорского финансирования. Это приводит к деградации СМИ. Деградации технологической, когда работа журналиста все чаще сводится к рерайту чужих новостей в кликбейтинговом ключе для «нагона» трафика на сайт издания. И деградации тематической, когда в редакционной политике появляется все больше «покойников», про которых можно говорить или хорошо, или ничего. И то, и другое уничтожает творческую составляющую

журналистской профессии и обесмысливает работу, когда журналист вынужден готовить материалы, которыми он не будет гордиться, либо транслировать аудитории то, во что сам не верит.

Эволюция творческой составляющей журналистской работы

Журналистика традиционно считалась творческой профессией (Лазутина, 2001; Олешко, 2005), несмотря на значительную технологизацию и запрет на вымысел. Творческие компоненты журналистской работы – это и создание новых произведений, и новые способы решения рабочих задач в каждом конкретном случае (поиск темы, сбор информации и др.), и предоставляемые профессией возможности для познания мира, саморазвития и самореализации.

Рамки творчества задаются журналистскими жанрами – устойчивыми исторически сложившимися формами произведений. Наиболее развернутая жанровая классификация представлена у А. А. Тertyчного (2014). Она включает в себя 42 жанра, объединенных в три группы (информационные, аналитические, художественно-публицистические) в зависимости от трех способов отображения действительности: фактографического, аналитического и наглядно-образного.

Таблица 1

Жанровая классификация А. А. Тertyчного

| Группа жанров | Жанры |
|--------------------------------------|--|
| Информационные жанры | Заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос – ответ, репортаж, некролог. |
| Аналитические жанры | Аналитический отчет, аналитическая корреспонденция, аналитическое интервью, аналитический опрос, беседа, комментарий, журналистское расследование, анкета, социологическое резюме, рейтинг, мониторинг, рецензия, статья, обозрение, обзор СМИ, версия, прогноз, эксперимент, эпистола, исповедь, рекомендация, аналитический пресс-релиз. |
| Художественно-публицистические жанры | Очерк, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда, эпиграф, эпитафия, анекдот, шутка, игра. |

Количественное доминирование аналитических и художественно-публицистических жанров, где творческая составляющая максимальна, отражает, с одной стороны, специфику бумажной прессы, ориентированной на вдумчивое неспешное чтение, а с другой стороны, традиционную для советской и российской культуры роль журналиста как мыслителя и просветителя, знающего и понимающего больше аудитории и способного вести ее за собой. Подобно тому, как поэт в России – больше, чем поэт (а еще политик, правозащитник, проповедник и т. д. ввиду неразвитости демократических институтов, коррумпированности чиновников и правоохранителей, зависимости судов от исполнительной власти и других причин), журналист – больше, чем репортер, только добывающий, проверяющий, упаковывающий и передающий информацию. Журналист также транслирует ориентиры и ценности, содействует решению проблем, причем в российской традиции нередко допускается и даже приветствуется выступление журналиста на одной из сторон конфликта, если журналист убежден в правоте этой стороны (Фролова, 2014).

Технологическая трансформация повлияла на все аспекты журналистики – от методов сбора информации и форм ее подачи в СМИ до процесса потребления медиаконтента и конкуренции за время и внимание аудитории. Хотя сайты у российских СМИ появились еще в середине 1990-х гг., на тот момент они не играли значимой роли из-за малочисленности интернет-аудитории и бедности контента этих сайтов. Началом перемен можно считать 1999 г. – время появления целого ряда общественно-политических интернет-изданий (*gazeta.ru*, *lenta.ru*, *strana.ru* и др.) и стремительного увеличения аудитории Рунета от сотен тысяч до нескольких миллионов пользователей.

За последующие два десятилетия интернет-среда прошла несколько трансформаций, обозначаемых как *Web 2.0*, *Web 3.0* и *Web 4.0*. Если интернет конца 1990-х – начала 2000-х гг. – это сайты, транслирующие информацию посетителям, то *Web 2.0* – это коммуникационная среда, возникшая в середине 2000-х гг. благодаря блоггерским платформам и соцсетям. Пользователи интернета из потребителей информации превратились в производителей значительной части сетевого контента. *Web 3.0* – это персонализированный интернет с учетом интересов пользователя и его местонахождения,

что стало возможным к началу 2010-х гг. *Web 4.0* – это появившийся в конце 2010-х гг. «интернет вещей», включающий высокотехнологичные сервисы, такие как голосовые помощники, автоматический перевод интернет-страниц, распознавание лиц и жестов и дополненная реальность (Чумиков, Горошко, Корнев, 2019).

Параллельно менялись и СМИ. 2000-е гг. – время перехода от мономедийных сайтов к мультимедийным, к превращению всех наиболее передовых СМИ в конвергентные, т. е. производящие все формы контента (текст, фото, видео, аудио). Распространялся подход *digital first*, когда сайт становился приоритетной платформой для публикации материалов, и лишь затем часть опубликованного на сайте шла в эфир или печать. В 2010-е гг. обострилась конкуренция между СМИ и социальными сетями за время и внимание аудитории и за деньги рекламодателей. У СМИ появились страницы в соцсетях и *SMM*-специалисты в штате редакций, а интеграция с соцсетями и продвижение контента через них стали одним из приоритетных направлений развития медиа. Высказывались даже прогнозы о скором отказе СМИ от сайтов в пользу страниц в соцсетях как пользовательских экосистемах¹. В соцсетях также появились персональные медиа с миллионами подписчиков и с сотнями миллионов просмотров, например, youtube-каналы журналистов-интервьюеров Юрия Дудя и Ирины Шихман.

Менялись и предпочтения аудитории. К концу 2010-х гг. основным гаджетом для потребления журналистского контента для многих людей стал смартфон, а сам контент поставлялся аудитории в самых различных формах (почтовая рассылка, подкаст, push-уведомление и др.)². Возросла роль новостных агрегаторов (Яндекс-новости, Google-новости и др.) как источников трафика на сайты СМИ. У многих СМИ с новостных агрегаторов заходит больше посетителей, чем напрямую на сайт через главную страницу, а темы, попавшие в ротацию агрегатора, оказываются наиболее популярными.

Новость как основной жанр современной интернет-журналистики

В результате «королем жанров» в современных медиа стали новости. Новостные заметки – и самый востребованный журналистами жанр публикаций в интернете (Колесниченко (а), 2018), и самый популярный жанр по количеству просмотров (Колесниченко,

2019). Исследования показали, что на новостные заметки приходится две трети публикаций наиболее популярных сайтов российских СМИ и три четверти материалов-лидеров по числу просмотров, причем последнее практически не зависит от срока, за который подсчитываются просмотры (81% среди лидеров за сутки, 80% – за неделю, 67% – за месяц).

Такое положение дел изменило характер работы значительной части журналистов, занятых подготовкой текстов. Поиск темы свелся к выбору среди опубликованных сообщений других СМИ тех, которые ретранслируются многими СМИ или потенциально могут ретранслироваться, а потому вошли или войдут в ротацию новостного агрегатора. Как правило, это новости о масштабных или курьезных происшествиях, знаменитостях или подвижки в рамках большой темы (например, судебный процесс с участием знаменитости), которая находится в центре внимания в данный момент (Колесниченко (б), 2018). Затем новость подвергается рерайту – обработке, цель которой – сделать новость более привлекательной, чем у конкурентов, либо хотя бы отличающейся от исходного сообщения. Нередко рерайт сводится к компиляции сообщений из различных СМИ, чтобы на выходе был текст, не похожий дословно на материалы других изданий, хотя и не добавляющий ничего нового по теме. При этом текст должен соответствовать правилам новостного агрегатора. Особенно это касается заголовков, которые в идеале должны подробно описывать случившееся с указанием на источник информации³.

Однако максимум, на что способны правила новостных агрегаторов, – это ограничить плагиат и чрезмерно агрессивный кликбейтинг. Прочие характеристики новостей отдаются на откуп СМИ, которые в гонке за трафиком игнорируют и социальную значимость информации, а нередко и ее достоверность и соответствие действительности. В результате новостное поле заполняется фактоидами (например, высказываниями ньюсмейкеров о предположениях, которые с большой вероятностью не подтвердятся: прогнозы курса доллара, распространения коронавируса и др.). Журналисты же превращаются в работников конвейера по «нагону трафика» на сайт СМИ. Творческая составляющая профессии зачастую сводится к замене слов в тексте для избегания плагиата. Не ставится задача ни поиска эксклюзивных тем, ни подготовки выдающихся матери-

алов, которыми можно будет гордиться. За рубежом это называют «хамстеризацией журналистики» (от англ. *hamster wheel* – беличье колесо), отмечая, что сокращения в редакциях приводят к избыточной нагрузке на оставшихся сотрудников, которые вынуждены производить все больше новостей в ущерб их качеству (Starkman, 2010). По сути работа журналиста сводится к производству информационного шума, а главной целью становится провоцирование аудитории на клики, остальное оказывается неважным.

Разумеется, современная новостная журналистика имеет множество достоинств. Это и невиданная прежде оперативность, когда о событиях информируют по ходу их совершения. Это быстрая сменяемость информационной картины дня, когда аудитории на протяжении суток предлагается несколько информационных повесток. Это множественность источников и возможность прямого доступа как к огромному количеству СМИ, так и напрямую к высказываниям ньюсмейкеров (через их аккаунты в социальных сетях) и к документам, послужившим основой для публикации (часто ссылки на документы и записи в соцсетях даются прямо в новостной заметке). Интернет сделал бессмысленной цензуру на уровне отдельных СМИ (запрещенное в одних редакциях опубликуют другие, если эта информация интересна аудитории).

Однако оперативность в современных онлайн-изданиях часто достигается в ущерб достоверности. Как отмечают редакторы ведущих российских СМИ в интервью, проведенном в рамках одного из недавних исследований (Колесниченко, Вырковский, Галкина, Образцова и др., 2017), выбор между оперативностью и достоверностью делается в пользу оперативности, так как затягивание с публикацией может привести к тому, что тема уйдет из поля общественного внимания и материал наберет крайне мало просмотров. Также отмечается, что когда одна и та же новость подается на сайте дважды – в коротком варианте как перепечатка с ленты информагентства и несколько часов спустя в развернутом как новость с элементами аналитики, то в разы больше просмотров набирает именно краткий вариант с минимумом «добавленной стоимости». Отсюда делается вывод о нецелесообразности дополнительных усилий по проверке, углублению и толкованию новостей, так как в экономическом плане это совершенно не оправдывается.

Столь же нецелесообразным становится создание своей новостной повестки, а не следование в русле повестки, навязанной новостным агрегатором. Усилия же по поиску собственных эксклюзивных новостей однозначно не окупятся. Если новость не станет сверхпопулярной и не войдет в ротацию новостного агрегатора, ее читаемость будет крайне низкой, потому что лишь малая часть аудитории, попав на сайт, читает там больше той одной новости, по ссылке на которую они перешли. А если новость попадет в ротацию, ее тут же перепечатают конкуренты, и трафик придется делить на всех. В результате экономически эффективная новостная журналистика превращается в разновидность паразитирования, когда выигрывает тот, кто больше переупакует чужого контента и меньше произведет своего.

Медленная журналистика как альтернатива новостям и пространство для творчества

На другом полюсе, противоположном «быстрой» журналистике новостей, находится так называемая «медленная журналистика» (англ. *slow journalism*) – большие аналитические либо репортажно-исторические материалы, не связанные с сиюминутной информационной повесткой. Медленность в такой журналистике проявляется и при подготовке материалов (подготовка занимает не минуты или часы, как с новостями, а зачастую недели и даже месяцы), и при распространении материалов (жизненный цикл публикации может растягиваться на годы, в течение которых она продолжает привлекать аудиторию и набирать просмотры), и при чтении материала (на это уходит значительное время, чтение может происходить в несколько этапов). Также для медленной журналистики характерно значительно более высокое качество материалов, проявляющееся и в глубоком погружении журналиста в тему, тщательном и разностороннем сборе информации и яркой, близкой к литературной, подаче материала (Le Masurier, 2015).

Одна из разновидностей медленной журналистики – так называемая «новая журналистика» – рассказ о реальных событиях средствами художественной литературы, такими как развертывание повествования от сцены к сцене и показ происходящего глазами персонажа, передача его мыслей и ощущений (Вулф, 2008). Для подготовки такого материала журналист общается с участниками

событий по возможности на местах этих событий, выясняя, кто что в какой момент делал, видел, слышал, думал, чувствовал. В российских СМИ «новая журналистика» представлена слабо. Это связано с ее сложностью и дороговизной для редакции. В качестве примеров подобных материалов можно привести публикацию журнала «Эсквайр», реконструирующую захват террористами бесланской школы в сентябре 2004 г.⁴, и документальную книгу Валерия Панюшкина «12 несогласных» про 12 лидеров российской оппозиции конца 2000-х гг. (Панюшкин, 2009). Среди зарубежных примеров можно привести получивший Пулитцеровскую премию цикл реконструктивных репортажей американской журналистки Сони Назарьо (*Sonia Nazario*) о нелегальном путешествии гондурасского юноши через Мексику в США к своей матери, которая эмигрировала туда, когда ее сын был еще маленьким ребенком⁵.

Другая разновидность медленной журналистики – большие исчерпывающие материалы, призванные не только и не столько открыть, сколько «закрыть» тему, т. е. сделать крайне сложным ее развитие в других публикациях, потому что все уже сказано в этой. В качестве примеров подобных материалов можно привести публикации журнала «Русский репортер» (выходил с 2007 г. по 2020 г.) и интернет-издания «Проект»⁶. Характерной особенностью большинства таких материалов является сочетание аналитической части (цифры, документы, экспертные оценки и прогнозы) и репортажно-исторической (наглядное описание происходящего, ситуации и истории из жизни персонажей). То есть современная востребованная в интернете аналитика должна быть не только глубокой, но и наглядной. И наглядность может достигаться как за счет активного использования мультимедийных элементов, так и исключительно языковыми средствами, когда тема раскрывается через истории людей, жизнь которых она затрагивает.

Третья разновидность медленной журналистики – репортажно-исторические материалы, ориентированные прежде всего на чувства и эмоции аудитории, а потому рассказывающие обычно о трагедиях, курьезах или необычных персонажах. Такие материалы достаточно широко представлены в российских интернет-изданиях (например, «Холод»⁷, «Батенька, да вы трансформер»⁸, «Сноб»⁹, *The Village*¹⁰ и др.). Материалы могут как соотноситься с делящимися темами (например, эпидемия коронавируса), так и быть исклю-

живными и касаться судеб отдельных людей, никогда не бывших в сфере внимания СМИ. К популярным жанрам таких материалов можно отнести репортаж-эксперимент и репортаж в стиле «журналист меняет профессию». Например, корреспондентка *The Village* выходила на пикет поочередно с плакатами за и против Путина¹¹, а корреспондент «Батенька, да вы трансформер» участвовал в турнире по смешанным единоборствам¹².

Медленная журналистика предоставляет огромные возможности для творчества и самореализации при условии, что журналист обладает достаточным уровнем профессионализма, а редакция может предоставить журналисту достаточно времени для исследования темы (а в идеале – еще и оплатить командировки). Главное ограничение здесь – бедность российских редакций, большинство из которых не могут позволить себе иметь высокопрофессиональных и высокооплачиваемых, но при этом редко пишущих журналистов, хотя пишущих очень хорошо. В результате медленная журналистика зачастую превращается в разновидность благотворительности со стороны журналиста, когда он за символическую по сравнению с затраченными усилиями плату готовит яркий и глубокий материал, преследуя цель самореализации, а не заработка. Лишь незначительная часть российских журналистов имеет возможность заниматься медленной журналистикой системно. Это – элита журналистики в плане навыков и, как правило, в плане заработка. На долю остальных же остаются проходные материалы – формирование новостного потока и подготовка поверхностной ежедневной аналитики.

Сервисная журналистика

Перепроизводство информации в онлайн привело к тому, что на первый план выходит не только и не столько производство контента, сколько упорядочивание, верификация и толкование уже имеющейся в интернете информации. С учетом того, что три главных дефицита, ощущаемых пользователями интернета, – это дефицит времени, дефицит доверия и дефицит смысла, приоритетной задачей журналиста становится восполнение именно этих дефицитов, и такая журналистика находит спрос в современном интернет-пространстве.

Трансформация ролей журналиста от создателя и редактора контента к гиду и верификатору по отношению к уже созданному

контенту была замечена еще в 2000-е гг. в связи с бурным развитием социальных сетей как платформ, удобных для публикации пользовательского контента (Стечкин, 2010). Благодаря соцсетям произошло «освобождение авторства», когда возможность обращения к массовой аудитории получила большая часть населения Земли (Мирошниченко, 2011) в отличие от прежних эпох, когда к массовой аудитории могли обращаться либо уполномоченные на это властью люди, либо богатые, либо талантливые. Журналисты начали конкурировать за внимание массовой аудитории не только между собой и с профессиональным художественным контентом (книги, фильмы), но и с любительским контентом пользователей интернета, производимым с каждым годом во все большем объеме.

В 2010-е гг. обострилась проблема фейковых сообщений, особенно намеренной дезинформации, созданной с учетом стереотипов массового сознания и потому активно распространяемой в СМИ и соцсетях. Технические возможности позволили в промышленных масштабах фальсифицировать иллюстративный и аудиовизуальный контент, традиционно воспринимаемый как более достоверный, чем вербальный. Соцсети же позволяют распространять фейки лавинообразно и достигать впечатления достоверности за счет многократного повторения и цифровых «эхо-камер», когда ленты соцсетей подвергаются двойной фильтрации: со стороны пользователя, который подписывается на определенных блогеров и сообщества, и со стороны соцсети, которая отслеживает реакцию пользователя и стремится показывать ему прежде всего записи, аналогичные тем, на какие пользователь отреагировал (Паризер, 2012).

В середине 2010-х гг. популярным термином, описывающим положение дел в массово-коммуникационной сфере, стала «постправда» как доверие к медиасообщению исходя не из фактической стороны этого сообщения, а из того, в какой мере оно вписывается в сложившуюся у реципиента информации картину мира. В результате для интернет-коммуникации стало характерным наличие целого спектра не пересекающихся воззрений и трактовок по поводу одних и тех же событий и процессов. В качестве примеров проявления «постправды» можно привести такие темы, как продолжающийся с 2014 г. военный конфликт на востоке Украины, или предполагаемое вмешательство российских хакеров в выборы президента США 2016 г. По данным темам люди могут придерживаться радикально

противоположных взглядов и быть уверенными в своей правоте, которая, однако, практически ни на чем не основана.

Просвещенная же часть аудитории сталкивается с необходимостью не только читать множество разных СМИ, но и обращаться к первоисточникам информации для ее проверки и к блогам экспертов для ее осмысления. Однако здесь все упирается в дефицит времени, следствием чего являются упомянутые выше дефициты доверия и смысла. Примером издания, которое удовлетворяет именно этот сложившийся спрос на достоверность, верификацию и толкование, является *The Bell*¹³. Упор в нем делается не на производство собственного контента (хотя издание готовит и собственные большие материалы, в том числе расследования и интервью), а на мониторинг других СМИ с последующей проверкой и осмыслением их публикаций. Хотя у *The Bell* есть сайт, основным способом донесения материалов до аудитории являются рассылки по электронной почте. Рассылка приходит дважды в день (утром и вечером), ее объем – до 10 тыс. знаков, и она может охватывать до десяти тем, давая краткую выжимку по каждой из них и гиперссылки для возможности дальнейшего погружения в тему или чтения оригинальных публикаций. При этом для удобства восприятия информация подается в виде тезисов по пунктам, обозначаемым буллетами. В результате для просмотра рассылки будет достаточно 1–2 минут при внимательном прочтении 2–4 тем и беглом просмотре остальных.

Таким образом, журналистское творчество может развиваться не только в направлении создания авторских произведений, но и в направлении более эффективного мониторинга, отбора, верификации и дайджестирования чужих публикаций и материалов соцсетей. Это другой спектр навыков и способностей и иная ниша на информационном рынке. Но не исключено, что именно здесь проявляется глубинная трансформация журналистской профессии как реакция на вызванные новыми технологиями глобальные перемены в коммуникационном пространстве.

Универсализация журналиста

Конвергенция и мультимедийность оказались в центре внимания журналистской науки и практики с 2000-х гг., когда интернет стал достаточно быстрым, чтобы транслировать аудиовизуальные материалы. Речь шла об унификации всех традиционных видов

СМИ (печать, радио, телевидение), которые в интернет-пространстве в одинаковой мере способны производить как текстовый, так и аудиовизуальный контент. Это распространялось также на отдельных журналистов, которые могли быть одновременно и пишущими, и снимающими фото и видео, тем более что миниатюризация техники позволила одному журналисту заменить съемочную бригаду. Сегодня технические возможности позволяют готовить полноценные мультимедийные материалы с помощью лишь одного достаточно производительного смартфона. На нем можно и набирать тексты, и фотографировать, и записывать аудио, и снимать видео, и кадрировать, и монтировать, и загружать материалы на сайт через высокоскоростной мобильный интернет.

Подобные возможности, как ожидалось, приведут к трансформации всей жанровой структуры журналистики, к появлению гибридных жанров, сочетающих текст и мультимедийность: мультимедийная заметка, мультимедийный репортаж, мультимедийное интервью, мультимедийная статья и др. (Шестеркина (ред.), 2016). Однако нужно отметить, что в журналистской практике мультимедийные жанры пока еще встречаются редко. Как показало одно из недавних исследований (Вырковский, Галкина, Колесниченко, Образцова и др., 2017), мультимедизация российских СМИ не столь велика, как могла бы быть с учетом современных технических возможностей. Доля мультимедийных публикаций на сайтах 29 самых популярных интернет-изданий, печатных СМИ и информагентств составила 8%, причем в большинстве случаев аудиовизуальный элемент – это вставки в текстовый материал видео из новостных выпусков телепрограмм или соцсетей. При этом текстовый материал, как правило, полноценен сам по себе, т. е. нужно говорить не о мультимедийном жанре, а о дополнении текстового материала мультимедийным элементом. Типичной же формой медиатекста в интернете сегодня является сочетание текста и фотографии, причем не снятой на месте события, а взятой из фотобанка и связанной с текстом только на уровне сферы, которой посвящен текст (например, текст про Путина сопровождается портретом Путина, текст про криминал – фотографией полицейской машины и т. д.).

Впрочем, универсализация и мультимедизация еще нуждаются в пристальном изучении как с теоретической, так и с практической стороны. Не исключено, что здесь масштабная трансформация

жанров и форматов только начинается. Появление все более удобных сервисов для обработки мультимедиа, приход на рынок труда молодых и технически продвинутых журналистов, а также сжатие редакционных бюджетов в связи с целым спектром кризисных явлений (от перетекания рекламных доходов в интернет-сервисы до экономического спада из-за коронавирусного карантина и падения мировых цен на сырье – основу российского экспорта) неизбежно приведет и к поиску новых жанров и форматов, и к усилению нагрузки на журналистов в том числе и в аспекте увеличения разнообразия производимых ими форм контента. Универсализация применительно к формам и форматам контента может стать новым технологическим стандартом отрасли и таким же базовым навыком для журналиста, как умение набирать текст на компьютере в 1990-е гг.

Ограничивает тотальную универсализацию и мультимедиазацию журналистики прежде всего человеческий фактор. Это и нежелание значительной части журналистов менять привычный ход работы (Каллиома, 2013), и различие в способностях журналистов в том, что касается производства различных форм контента. Так, в редакционной практике отмечено, что те, кто хорошо пишут, как правило, плохо снимают, и наоборот. Те, кто хорошо фотографируют, плохо снимают видео, а те, кто хорошо снимают видео, плохо фотографируют. Поэтому универсализация в журналистской среде часто ассоциируется не с технологическим прорывом, а с бедностью редакций и стремлением менеджмента переложить на сотрудников как можно больше нагрузки.

Таким образом, журналистское творчество за последние десятилетия прошло путь от мономедийности к еще не тотальной, но все возрастающей мультимедийности и мультиплатформенности, а к производству контента добавились его верификация и толкование. При этом происходит разделение журналистов на «элиту», которая может себе позволить длительную работу над большими сложными материалами, и «массу», занятую подготовкой проходных материалов, как правило, новостей и, как правило, на основе чужих публикаций. Поэтому можно утверждать, что в современной журналистике применительно к творческой составляющей профессии наблюдаются признаки как эволюции, так и деградации, а дальнейшее развитие профессии зависит от множества факторов, в том числе выходящих за рамки журналистики (технология, экономика, политика и др.).

Библиография

Вулф Т. Новая журналистика и антология новой журналистики. М.: Амфора, 2008.

Вирковский А. В., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В., Образцова А. Ю., Вартанов С. А. Мультимедийные элементы в современном медиатексте // Медиаскоп. 2017. Вып. 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2364> (дата обращения: 16.10.2020).

Каллиома Л. М. Адаптация журналистского коллектива к работе в условиях конвергенции: дис. ... канд. филол. наук. М., 2013.

Колесниченко А. В. (а) Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-новых СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42.

Колесниченко А. В. (б) Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2467> (дата обращения: 04.10.2020).

Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайн-новых медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 3. С. 3–22.

Колесниченко А. В., Вирковский А. В., Галкина М. Ю., Образцова А. Ю., Вартанов С. А. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 51–71.

Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект Пресс, 2001.

Мирошниченко А. А. Адаптация медиа, взрывное освобождение авторства и смерть газет // Социологический журнал. 2011. № 3. С. 71–87.

Олешко В. Ф. Журналистика как творчество. М.: РИП-холдинг, 2005.

Панюшкин В. В. 12 несогласных. М.: Захаров, 2009.

Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас. М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.

Стечкин И. В. Трансформация социально-функциональных ролей журналиста в Интернете // СМИ в меняющейся России. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 235–245.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2014.

Универсальная журналистика / под ред. Л. П. Шестеркиной. М.: Аспект Пресс, 2016.

Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014.

Чумиков А. Н., Горошко Е. И., Корнев М. С. PR, реклама, журналистика в Интернете: теория и практика. М.: Аргмак-Медиа, 2019.

Le Masurier M. (2015) What is Slow Journalism? // *Journalism Practice*. Vol. 9. No. 2. Pp. 138–152. DOI: 10.1080/17512786.2014.916471

Starkman D. (2010) The Hamster Wheel. Why running as fast as we can is getting us nowhere // *Columbia Journalism Review*. September/October. Режим доступа: http://archives.cjr.org/cover_story/the_hamster_wheel.php?page=all (дата обращения: 04.10.2020).

Примечания

¹ Полевое исследование медиациха. Итоговое эссе. Режим доступа: <https://media.mail.ru/> (дата обращения: 03.10.2020).

² Reuters Institute Digital News Report 2020. Режим доступа: <http://www.digitalnewsreport.org/> (дата обращения: 03.10.2020).

³ Яндекс.Новости. Информация для СМИ. Партнерская программа. Режим доступа: <https://yandex.ru/support/news/info-for-mass-media.html> (дата обращения: 04.10.2020).

⁴ Трагедия в Беслане. Почасовая хронология событий – в репортаже журналиста The New York Times. Режим доступа: <https://esquire.ru/articles/2143-beslan/#part0> (дата обращения: 13.10.2020).

⁵ Enrique's Journey. Режим доступа: <http://enriquesjourney.com/> (дата обращения: 17.10.2020).

⁶ Проект медиа – расследования, исследования данных. Режим доступа: <https://www.proekt.media/> (дата обращения: 13.10.2020).

⁷ Холод. Режим доступа: <https://holod.media/> (дата обращения: 13.10.2020).

⁸ Батенька, да вы трансформер. Режим доступа: <https://batenka.ru/> (дата обращения: 13.10.2020).

⁹ Сноб. Режим доступа: <https://snob.ru/> (дата обращения: 13.10.2020).

¹⁰ The Village. Режим доступа: <https://www.the-village.ru/> (дата обращения: 13.10.2020).

¹¹ *Шмагун О.* Эксперимент The Village: как провести одиночный пикет в Москве. Режим доступа: https://www.the-village.ru/city/city/116835-eksperiment-the-village?comment_id=19188851 (дата обращения: 17.10.2020).

¹² *Яныш Д.* Как я дрался в клетке. Режим доступа: <https://batenka.ru/protection/cage/> (дата обращения: 17.10.2020).

¹³ The Bell. Режим доступа: <https://thebell.io/> (дата обращения: 16.10.2020).

3.3 ТВОРЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЖУРНАЛИСТОВ

Александр Алексеевич Тертычный посвятил свою плодотворную научную и учебную деятельность осмыслению творческой авторской работы журналиста¹, написал десятки книг и статей на эту тему, подготовил свои учебники и курсы лекций, которые он читал не только на факультете журналистики МГУ, но и во многих других вузах. На факультете журналистики МГУ в значительной степени под влиянием его тематики было проведено социологическое исследование, программа и результаты которого проанализированы в данной статье.

Несмотря на трансформацию профессии, расширение функций и видов деятельности журналиста авторская, творческая работа (эти понятия в статье используются как синонимы) по-прежнему остается одним из константных элементов журналистики, ядром профессии. Благодаря именно этой работе создается основной контент СМИ – новая, актуальная, оперативная, социально важная информация, отражающая реальные события в жизни страны, появляется возможность выявлять и решать насущные проблемы граждан, выражать их мнение, содействовать оптимальному развитию общества и человека. Модернизация журналистской деятельности, усиление ее многофункциональности и многоплатформенности, технологизация журналистского труда, оптимизация работы редакций с учетом экономических факторов приводят к существенной трансформации деятельности современных журналистов и требуют углубленного изучения критериев и факторов повышения качества создания и редактирования медиатекстов. В этом состоит актуальность исследования.

Зарубежные исследователи, как правило, не анализируют журналистику как творческую деятельность, делая акцент на выполнении ею информационных задач. В современных условиях работа журналиста изучается, прежде всего, в аспектах влияния на нее новых технологий (Welbers, Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok et al., 2016). Отмечается также деградация профессии журналиста, о которой свидетельствует все менее явное разделение труда внутри журналистики и все большее размывание границ между журналистикой и другими видами деятельности (Witschge, Nygren, 2009).

При этом надо отметить, что многие российские исследователи в рамках отечественной традиции активно занимались и занимаются анализом именно творческой деятельности журналиста, исходя из понимания ее как литературной деятельности: публицистических особенностей, методов работы, жанровой специализации, процессуальных этапов журналистской работы, творческой индивидуализации журналиста (Ученова, 1976; Пронин, 1980; Горохов (ред.), 1982; Кройчик, 2000; Шостак, 2001; Олешко, 2003; Ким, 2004; Прохоров, 2004; Мельник, Ким, 2006; Тertyчный, 2006; Самарцев, 2007; Колесниченко, 2008; Тertyчный, 2009; Лазутина, 2010; Vartanova, 2019). Следует подчеркнуть, что отечественная наука изучала разные аспекты авторской деятельности журналиста при использовании в основном теоретических и качественных описательных методов. В отечественной социологии журналистам нередко задавались вопросы, связанные с тематикой и их жанровой специализацией, мотивами выбора профессии и удовлетворенности ею, представлением о задачах журналистики и др. (Свитич, Ширяева, 1979; Вырковский, 2016; Вырковский, Образцова, Галкина, Колесниченко и др., 2016; Колесниченко, Вырковский, Галкина, Образцова и др., 2017). Но впервые попытка комплексно подойти к процессу творчества, исследуя все его этапы (от сбора информации до создания и редактирования текста), была предпринята Л. Г. Свитич в 1983–1985 гг. в рамках проекта «Эффективность журналистской деятельности», в ходе которого было опрошено более 700 журналистов разных средств массовой информации в пяти регионах страны (Свитич, 2018). Сравнение результатов этих двух проектов, между которыми – целая эпоха в жизни страны, позволяет осмыслить, каким образом изменились профессиональные ориентации журналистов и их деятельность в связи со сменой социально-политической и журналистской парадигмы, технологической революцией и трансформацией медиасистемы.

В связи этим *цель* всего проекта, информацию лишь об одном из аспектов которого мы здесь представляем, состояла в том, чтобы изучить основные критерии и факторы эффективности авторской и редакторской деятельности в контексте современных технологических условий.

В соответствии с *концепцией исследования* в анкету для журналистов было включено несколько базовых тем, касающихся их

деятельности: общие вопросы, связанные с основами деятельности журналистов (миссия, задачи и роли современного журналиста; отношение к своему творчеству; жанровая специализация; источники информации для публикаций; проблемы независимости журналистов; взаимоотношения с различными организациями в процессе авторской деятельности), а также вопросы, связанные с личностными и профессиональными качествами журналистов и профессиональными компетенциями, включенными в образовательный стандарт по направлению «Журналистика».

Но основное внимание было уделено особенностям работы журналиста на разных этапах деятельности: при сборе информации, при создании журналистских текстов и их редактировании, а также выяснялось влияние новых технологий на характер труда.

Программа исследования предполагала изучение методологического уровня, основанного на включенности деятельности журналиста в процесс социального творчества, и методического уровня авторской и редакторской деятельности журналиста, соотнесение ориентаций журналистов о различных аспектах работы с личностными и профессиональными качествами.

В исследовании были выделены две группы журналистов: работающих в государственных (или с государственным участием) изданиях, как правило, органах местной власти, и частных. Важно было сравнить, чем отличаются их профессиональные ориентации и характеристики творчества.

Для осуществления проекта были отобраны субъекты Федерации, представляющие различные географические и административные регионы, в том числе округа РФ: Центральный (Смоленская и Тамбовская области), Северо-Западный (Архангельская область), Северо-Кавказский (Ставропольский край), Приволжский (Пермский край, Нижегородская и Саратовская области), Уральский (Свердловская и Челябинская области), Сибирский (Алтайский край, Иркутская и Томская области), Дальневосточный (Республика Саха – Якутия). Таким образом, в выборку попало 13 субъектов Федерации, в которых были отобраны ведущие ежедневные и еженедельные региональные (республиканские, краевые, областные) газеты, всего 26 газет: 13 государственных (с государственным участием) и 13 частных (маркирующих себя таковыми), издающиеся в центрах субъектов Федерации. В результате проведенного опроса было собрано 93 анкеты.

Результаты исследования: творческие аспекты работы журналистов

Исследование показало, что несмотря на существенную трансформацию профессии в последние десятилетия, авторская, творческая деятельность сохраняет, как и прежде, ведущую позицию в списке видов деятельности региональных журналистов: 83% опрошенных выбрали написание и редактирование текстов своим основным видом деятельности. В то же время необходимо учитывать, что в сегодняшней медиаконвергентной реальности к авторской творческой деятельности можно отнести не только сбор информации, фото- и видеосъемку, но и ведение редакционного сайта, размещение на нем фотографий, видео- и аудиоконтента, видеоредактирование и видеомонтаж, а также ведение собственного сайта и общение с аудиторией. Сюда еще нужно добавить участие в макетировании, верстке и производственном процессе, который в условиях многоплатформенности часто неотделим от авторской деятельности. Все чаще журналисты участвуют в привлечении рекламы и редакционном пиаре, особенно в коммерческих частных изданиях, где в целях экономии отказываются от найма соответствующих специалистов.

Наше исследование подтверждает выводы других медиаисследователей (Копылов, 2013; Вырковский, 2016; Вырковский, Образцова, Галкина, Колесниченко и др., 2016; Колесниченко, Вырковский, Галкина, Образцова и др., 2017) о том, что с кардинальным изменением характера журналистского труда, созданием контента для многих платформ, увеличением видов деятельности, появлением роботизированной журналистики (Замков, Крашенинникова, Лукина, Цынарева, 2017), автоматических систем составления и рерайтинга текстов собственно творческая авторская деятельность стала сужаться, все меньше остается времени и возможностей для создания собственных эксклюзивных текстов. Все больше становится вторичной информации, потому что журналисты реже сами являются наблюдателями и участниками событий или общаются с их очевидцами непосредственно. Со страниц газет стали пропадать трудоемкие очерковые и аналитические жанры. Но это связано не только с недостатком времени, но и с принятием западной информационной парадигмы СМИ, которая основывается на пре-

имущественной публикации нейтральных новостей и практически исключает оценочные аналитические и публицистические жанры из задач журналистики в связи с их якобы субъективностью, хотя в российской журналистике они всегда были базовыми жанрами, отражающими ментальность нашей аудитории и сущность воспитательной и ориентирующей на ключевые ценности отечественной журналистики. Но сейчас тенденции, преобладающие на рубеже столетий, постепенно преодолеваются, и журналистика возвращается к пониманию важности авторской творческой деятельности и традиционным жанрам. Особенно это характерно для журналистики регионов, о чем говорит жанровая специализация (см. табл. 1).

Таблица 1

**Ответы на вопрос: «В каких жанрах Вы обычно пишете?»
(в % к числу опрошенных в государственных и частных изданиях)**

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|--|------|--------|---------|
| Интервью | 41 | 72 | 52 |
| Репортаж | 46 | 56 | 49 |
| Расширенная новость | 44 | 44 | 44 |
| Короткая новость | 38 | 31 | 35 |
| Аналитическая статья | 25 | 50 | 33 |
| Отчет, обзор, комментарий | 28 | 25 | 27 |
| Корреспонденция | 20 | 28 | 23 |
| Очерк, зарисовка, портрет, эссе | 18 | 25 | 20 |
| Авторская колонка | 10 | 16 | 12 |
| Журналистское расследование | 8 | 9 | 9 |
| Список (подборка фактов, событий, цитат и т. п.) | 5 | 9 | 6 |
| Рецензия, аннотация | 2 | 13 | 5 |
| Онлайн-трансляция | 2 | 6 | 3 |
| Сатирические, юмористические жанры | 0 | 6 | 2 |
| Мультимедийный лонгрид | 3 | 0 | 2 |

Журналисты региональных газет чаще всего готовят публикации в жанре интервью (52%), естественно используя при этом и метод интервью при сборе информации, половина опрошенных пишет репортажи (чаще – журналисты частных изданий). Но первое место все-таки занимают информационные заметки – чаще расширенные, чем короткие. Однако третья часть журналистов (в частных изданиях – половина) пишут и аналитические публикации, а также обзоры и корреспонденции. Не исчезла в этом типе изданий и очеркистика, пятая часть журналистов пишет очерки, портреты, зарисовки, эссе. 9% журналистов занимаются расследованиями – это новый для нашей журналистики жанр, исследованию и популяризации которого немало способствовал А. А. Тертычный (2012). Называются и другие жанры, хотя в гораздо меньшей степени.

Анализ показывает, что жанровая специализация журналистов государственных изданий более сбалансирована, чем частных, которые концентрируются на интервью (72% по сравнению с 41% в ответах журналистов государственных газет).

Характер журналистской деятельности, доля творческих компонентов в ней, жанровая специализация значительно влияют на степень удовлетворенности журналистов своим творчеством в целом и в основных группах опрошенных сотрудников государственных и частных изданий (см. табл. 2).

Таблица 2

**Ответы на вопрос: «Удовлетворены ли Вы в целом своим журналистским творчеством?»
(в % к числу ответивших на вопрос)**

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|-------------------------|-------------|---------------|----------------|
| Вполне | 4 | 40 | 18 |
| В основном | 33 | 17 | 27 |
| Отчасти | 49 | 40 | 45 |
| Скорее нет | 7 | 4 | 6 |
| Нет | 3 | 0 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 4 | 0 | 3 |

Как видно из таблицы 2, вполне и в основном удовлетворены своим творчеством 45% ответивших на вопрос, и это ровно столько же, сколько и средних оценок. При этом сотрудники частных изданий больше, чем сотрудники государственных, довольны своей работой, что связано со многими внешними и личными факторами. Проанализируем эти причины, названные в ответах на открытый вопрос (см. табл. 3).

Таблица 3

**Ответы на открытый вопрос: «Если Вы не вполне удовлетворены своим творчеством, то с чем это связано прежде всего?»
(в % к числу ответивших на вопрос)**

| Причины | Гос. | Частн. | Среднее |
|--|------|--------|---------|
| Объективные причины | | | |
| С правилами, установленными учредителями издания, ограничением свободы слова, зависимостью от властей и рекламодателей | 15 | 55 | 27 |
| С низким уровнем зарплаты. Общество и государство в РФ не задали системные условия для работы СМИ | 15 | 9 | 14 |
| Текучка не оставляет времени для творчества, для подготовки аналитических материалов на актуальные темы | 15 | 9 | 14 |
| С недоверием общества к СМИ, отношением власти и бизнеса к журналистике как к чему-то не заслуживающему внимания, неэффективному явлению | 4 | 9 | 5 |
| Субъективные причины | | | |
| Недостаток мастерства, опыта, собственные ошибки | 23 | 9 | 19 |
| Высокий уровень требований к себе | 12 | 9 | 11 |
| Собственная лень | 8 | 0 | 5 |
| Гонюсь за количеством строк, а не за качеством, чтобы нормально заработать | 0 | 9 | 3 |
| Не всегда публикации находят должный отклик у аудитории | 0 | 9 | 3 |

В первую очередь неудовлетворенность собственным творчеством (как процессом, так и результатом) связана со степенью независимости журналистов, отношением к журналистике как к сервильной профессии, с цензурой, выражающейся в экономических санкциях и прямых указаниях замалчивать те или иные темы. Важными причинами журналисты называют невысокий уровень заработной платы и чрезмерную интенсификацию труда. Однако респонденты достаточно самокритичны, каждый пятый пишет о недостатке собственного мастерства и профессионального опыта. Приведем несколько цитат из анкет.

Это связано с явным недоверием общества к СМИ, отношением власти и бизнеса к журналистике как к чему-то несерьезному, не заслуживающему внимания, недействительному и неэффективному явлению.

Много рутины, мало творчества. Тесно в рамках формата. Гонюсь за количеством строк, а не за качеством, чтобы нормально заработать.

В последние годы материальное удовлетворение труд журналиста приносит редко. Это опасно, прежде всего, тем, что ограничивает возможности совершенствования в профессии. Считаю, что общество и государство в РФ так и не задали системные условия для работы СМИ в РФ.

Времени на все не хватает, текучка не оставляет времени для творчества, из-за постоянного цейтнота при подготовке оперативных материалов не остается времени для подготовки аналитических материалов на актуальные темы.

Власть стала закрытой. Сложно добиться оперативно ответа на интересующий людей вопрос. Чиновники скрывают часть информации. Не дают комментарии, затягивают сроки ответа, убирают остроту вопросов при согласовании.

Названные причины связаны с общими условиями, влияющими на ограничение профессиональной самостоятельности журналистов, которые перечислены в вариантах ответов закрытого вопроса (см. табл. 4).

**Ответы на вопрос: «Кто или что, на Ваш взгляд, чаще всего ограничивает профессиональную самостоятельность журналистов?»
(в % к числу опрошенных)**

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|---|-------------|---------------|----------------|
| <i>Внешние факторы</i> | | | |
| Финансовая зависимость | 43 | 66 | 51 |
| Власти | 25 | 47 | 32 |
| Учредители | 30 | 28 | 29 |
| Владельцы | 15 | 22 | 17 |
| Спонсоры, рекламодатели | 13 | 25 | 17 |
| Давление аудитории, общественного мнения | 3 | 13 | 6 |
| Руководители редакций | 8 | 0 | 5 |
| Давление различных организаций, учреждений | 0 | 0 | 0 |
| <i>Субъективные факторы</i> | | | |
| Самоцензура, «внутренний редактор», собственные стереотипы мышления | 36 | 38 | 37 |
| Боязнь преследований за острые публикации | 11 | 19 | 14 |
| Недостаточность профессиональной компетентности | 8 | 6 | 8 |
| Другое | 2 | 0 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 11 | 3 | 9 |

Однако власти – только на третьем месте в ряду факторов, ограничивающих профессиональную самостоятельность журналистов. На первом месте финансовая зависимость, особенно в частных изданиях (66% в частных и 43% в государственных). Сюда можно отнести и влияние учредителей, владельцев, рекламодателей. Давление аудитории, общественного мнения практически не ощущается, хотя журналисты частных газет отмечали его чаще.

Но на втором месте в ряду факторов – самооценка журналистов (37%). Сюда следует добавить еще 8% тех, кто признается в собственной некомпетентности. Боязнь преследований за острые публикации больше ощущают журналисты частных изданий, хотя этот вариант набрал в общем 14% голосов. В целом можно сделать вывод, что финансовая зависимость гораздо выше, чем политическая или организационная.

И, наконец, последний вопрос об ограничениях профессиональной самостоятельности журналистов (см. табл. 5).

Таблица 5

**Ответы на вопрос: «Если такие ограничения существуют, то каких аспектов работы они чаще всего касаются?»
(в % к числу опрошенных)**

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|--|-------------|---------------|----------------|
| Выбора объектов критики | 48 | 47 | 47 |
| Выбора тем, проблем для публикаций | 41 | 38 | 40 |
| Информационной политики газеты | 38 | 31 | 35 |
| Выбора героев публикаций | 20 | 31 | 24 |
| Выражения журналистом собственной позиции | 26 | 19 | 24 |
| Доступа к некоторым источникам информации | 21 | 19 | 20 |
| Выбора ньюсмейкеров, источников информации | 15 | 19 | 16 |
| Выражения своих взглядов авторами публикаций | 10 | 16 | 12 |
| Затрудняюсь ответить | 11 | 9 | 11 |

Ограничения касаются прежде всего выбора объектов критики (что всегда, по данным наших исследований, было чувствительным фактором для властей и владельцев изданий), тем и проблем для публикаций и информационной политики газеты. Меньше ограничения связаны с выбором героев пу-

бликаций и ньюсмейкеров, выражением авторской позиции, хотя само наличие таких вариантов среди ответов – тревожный сигнал. При этом сотрудникам государственных газет сложнее отразить альтернативную позицию в публикациях, а частных – предложить определенных ньюсмейкеров, которые не угодны руководству издания.

Вопрос о нереализованности творческого потенциала в основном вскрывает причины профессионального характера (см. табл. 6).

Таблица 6

**Ответы на вопрос: «Каковы причины того, что Вы не полностью реализуете свой творческий потенциал?»
(в % к числу опрошенных)**

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|--|------|--------|---------|
| Объективные причины | | | |
| Пишу порой материалы, которые не приносят морального удовлетворения | 31 | 25 | 29 |
| Бывает, что пишу в спешке в ущерб качеству | 16 | 47 | 27 |
| Иногда кажется, что моя работа бесполезна | 23 | 25 | 24 |
| Нет возможности писать на многие интересующие меня темы, поскольку они не проходят по формату издания | 16 | 16 | 16 |
| Порой вынужден отстаивать в материалах точку зрения издания (издателя, спонсора и т. п.), с которой не согласен | 7 | 16 | 10 |
| Порой качество материала зависит не только от тебя, но и от других людей (редакторов, зав. отделами, службы выпуска и т. п.) | 5 | 0 | 3 |
| Болезненно воспринимаю правку своих материалов, поскольку это часто ухудшает их | 3 | 0 | 2 |

| Субъективные причины | | | |
|--|----|----|----|
| Материалы иногда страдают описательностью, регистрацией фактов, хотелось бы научиться более глубоко анализировать явления и процессы, быть более доказательным | 2 | 25 | 10 |
| Иногда страдаю многословием, не всегда удается емко и кратко выразить мысль | 8 | 13 | 10 |
| Чувствую себя недостаточно компетентным в круге проблем, о которых пишу | 10 | 6 | 9 |
| Хотелось бы добиться большей выразительности языка и стиля, освободиться от шаблонных фраз и выражений | 8 | 9 | 9 |
| Не всегда удается выработать конструктивную идею или предложени я | 8 | 6 | 8 |
| Не вполне владею профессиональными методами, навыками и приемами работы с источниками информации, документами и т. п. | 7 | 0 | 4 |
| Порой не удается построить концепцию материала | 3 | 6 | 4 |
| Порой не удается четко, композиционно верно построить материал | 5 | 3 | 4 |
| Не всегда удается взять самый важный материал, выявить суть, зерно проблемы, часто «тону» в фактах | 2 | 6 | 3 |
| Хотелось бы лучше знать жанры и формы журналистского творчества и уметь пользоваться ими | 5 | 0 | 3 |
| Недостаточно хорошо знаком с компетенцией и структурой органов, к которым приходится обращаться, методами общения с официальными лицами | 3 | 0 | 2 |

| | | | |
|--|---|---|---|
| Рассуждаю слишком отвлеченно, порой не могу связать свои идеи с конкретной жизнью, нуждами и опытом читателя | 2 | 3 | 2 |
| Не всегда в ладах со стилем, допускаю стилистические ошибки | 3 | 0 | 2 |
| Иногда недостаточно хорошо проверяю факты, допускаю фактические ошибки | 2 | 0 | 1 |
| Недостаточно хорошо знаю свою аудиторию, пишу порой без учета ее интересов и пожеланий | 2 | 0 | 1 |
| Испытываю проблемы при подготовке публикации для сайта издания | 0 | 0 | 0 |

Журналисты чаще отмечают причины внешнего свойства: чрезмерная интенсификация труда, слабая действенность, несоответствие позиций издателя и журналиста, творческих устремлений и формата издания. Но немалый вес, как и в ответе на открытый вопрос, имеют профессиональные, личностные качества: некомпетентность, поверхностность, недостаточное владение жанрами и стилями, методами работы и т.п. Поэтому резервы редакций и журналистов в реализации сформулированных ими задач велики и связаны в первую очередь с кадровой политикой и отношением властей к журналистскому сообществу. При конкретизации сложностей, которые журналист испытывает в творческом процессе, выяснились профессиональные особенности создания текста (см. табл. 7).

**Ответы на вопрос: «Какие из перечисленных ниже сложностей при создании материала Вы могли бы отнести к себе?»
(в % к числу опрошенных)**

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|---|-------------|---------------|----------------|
| Трудно даются заголовки материалов, не получается придумать яркие заголовки | 25 | 19 | 23 |
| Часто трудно рассортировать собранный материал (выбрать главные факты, отбросить второстепенные), так как все кажется нужным, интересным | 16 | 28 | 20 |
| Иногда материалы получаются поверхностными, описательными, не удается углубиться в проблему | 13 | 34 | 20 |
| Нередко ощущаю недостаток фактов, что обнаруживается при написании материала | 13 | 25 | 17 |
| Не всегда удается хорошо вычитать и отредактировать текст | 15 | 19 | 16 |
| Иногда испытываю затруднения со стилем, хотел бы освободиться от сухости и казенности языка, газетных штампов | 10 | 22 | 14 |
| Часто мучаюсь с первой фразой | 13 | 16 | 14 |
| Не получается писать точные, привлекающие внимание лиды | 11 | 16 | 13 |
| Иногда не удается найти хорошую концовку | 7 | 19 | 11 |
| Иногда кажется, что не научился еще писать, готовить мультимедийные материалы так, чтобы они были интересными для аудитории, пишу недостаточно ярко и впечатляюще | 8 | 13 | 10 |
| Иногда трудно сформулировать главную проблему, определить основное в материале | 8 | 9 | 9 |

| | | | |
|---|---|----|---|
| Порой материалы недостаточно аргументированы, страдает логика изложения | 5 | 13 | 8 |
| Пишу трудно, много переделываю и переписываю | 8 | 3 | 6 |
| Следовало бы избавиться от общих рассуждений и некоторые материалы строить более конкретно, на живых примерах | 5 | 9 | 6 |
| Пишу легко, но страдаю многословием, хотел бы научиться краткости | 3 | 9 | 5 |
| Не всегда удается выстроить композицию материала | 5 | 6 | 5 |
| Пишу медленно, регулярно пропускаю дедлайн, не успеваю за конкурентами | 8 | 0 | 5 |
| Испытываю затруднения с выбором формы, жанра для материала | 5 | 0 | 3 |
| Не успеваю проверить все изложенные в тексте факты, порой допускаю фактические ошибки | 3 | 0 | 2 |
| Испытываю трудности при создании мультимедийного материала и размещении его на сайт, при онлайн-общении с аудиторией и авторами | 2 | 3 | 2 |

Написание текста – это самый сложный вид деятельности для журналистов: две трети опрошенных испытывают при этом те или иные трудности. Основные из них связаны с тем, что не удастся придумать небанальный, креативный и точный заголовок, который должен быть яркой меткой публикации и адекватно ориентировать читателя в ее содержании. Сюда следует добавить неумение писать привлекающие внимание, содержательные лиды. Нередко журналистам трудно рассортировать собранный материал, выбрать главные факты, иногда материалы получаются поверхностными, описательными, не удастся углубиться в проблему. А это может быть связано с недостатком фактического материала или убедительных аргументов, неумением выделить главную проблему, а также со

стилистическими проблемами, шаблонностью языка. Меньшие сложности вызывает построение композиции текста, начало и концовка публикации, создание мультимедийного контента. При этом сотрудники частных изданий чаще испытывают разные виды трудностей, чем их коллеги из государственных газет, в которых редакционные штаты более многочисленные. Полагаем, что обнаруженные проблемы не в последнюю очередь связаны и с тем, что в процессе подготовки и/или переподготовки журналистов не уделяется должного внимания некоторым важным профессиональным знаниям и навыкам (например, заголовкам, лидам, принципам и приемам отбора и проверки фактов и т. п.).

Наконец, немаловажным фактором, влияющим на деятельность журналиста и его оценки, являются условия работы. Снова на первое место выходит жесткий тайминг, недостаток времени (35% ответов). Среди неблагоприятных условий названы также шум и отвлекающие факторы в редакции (22%), неудобное рабочее место (17%). 6% опрошенных сетуют на плохое техническое оснащение. Но каждый пятый назвал причиной личную неорганизованность. К этому еще можно прибавить и другие личные факторы: семейные условия (8%) и здоровье (5%).

Исследование с очевидностью подтвердило, что сам процесс творчества – это процесс креативный, индивидуальный, часто спонтанный. Об этом говорит анализ ответов о методах создания журналистского текста. Варианты ответов были построены по дихотомическому принципу, где предусматривался вариант «то и другое в зависимости от ситуации». Именно его чаще всего отмечали журналисты в анкете, что свидетельствует о вариативности разных специализаций, форматов, объективных и субъективных методов и факторов, влияющих на процесс журналистского творчества (см. табл. 8).

Ответы на вопрос: «Каким образом Вы чаще всего работаете над материалами?» (отметьте одну позицию в каждой блоке ответов) (в % к числу опрошенных)²

| Варианты ответов | Гос. | Частн. | Среднее |
|---|-------------|---------------|----------------|
| Обдумываю предварительно то, что буду писать, практически материал рождается сначала в голове, а потом сажусь и записываю его | 20 | 22 | 20 |
| Обычно материал пишется за рабочим столом, рождается в процессе написания, работы над ним | 18 | 22 | 19 |
| Бывает и то, и другое в зависимости от ситуации | 38 | 44 | 40 |
| Пишу обычно сразу почти начисто, бывают только незначительные поправки | 34 | 44 | 38 |
| Делаю много вариантов, не раз переписываю и правлю материал | 10 | 0 | 6 |
| Бывает и то, и другое в зависимости от ситуации | 21 | 28 | 24 |
| Обычно пишу легко, быстро | 7 | 19 | 11 |
| Обычно пишу трудно, долго | 5 | 3 | 4 |
| Некоторые материалы пишутся легко, другие – трудно | 62 | 59 | 61 |
| Пишу дома или в редакции после того, как собран материал, вернулся из командировки или с объекта | 36 | 38 | 37 |
| Пишу, готовлю материал или начинаю писать уже в командировке, в процессе сбора материала | 2 | 6 | 3 |
| Бывает и то, и другое в зависимости от ситуации | 31 | 44 | 35 |
| Пишу без плана, материал обычно рождается спонтанно | 28 | 44 | 33 |

| | | | |
|--|----|----|----|
| Обычно составляю предваритель- но план материала | 15 | 13 | 14 |
| Бывает и то, и другое в зависимо- сти от ситуации | 31 | 25 | 29 |
| Пишу серьезные публикации обыч- но в утренние и дневные часы | 21 | 16 | 19 |
| Пишу обычно вечером или ночью | 13 | 25 | 17 |
| Время может быть разное | 41 | 41 | 41 |
| Сразу набираю текст на компьютере | 56 | 72 | 61 |
| Пишу фрагменты текста в телефо- не, потом пересылаю и редакти- рую на компьютере | 7 | 6 | 6 |
| Использую планшет для написания или редактирования текста | 3 | 0 | 2 |
| Пишу черновик на бумаге, потом перепечатаваю в компьютер | 0 | 3 | 1 |
| Разные варианты в зависимости от ситуации | 18 | 9 | 15 |

В методах творчества обнаружили определенные особенности. В три раза меньше тех, кто заранее составляет план материала (13%), чем тех, кто пишет без плана (44%). Всего 6% журналистов по многу раз переписывают материал, а 38% пишут его сразу, без существенной правки, очевидно из-за недостатка времени. Поровну тех, кто предварительно обдумывает текст, и тех, кто пишет его спонтанно (примерно пятая часть). Публикации создаются в основном дома или в редакции (37%), только 3% начинают писать в командировке, на объекте. Бумагой пользуются единицы (2%), текст обычно сразу набирают на компьютере, смартфоне или планшете (61%). И наконец, пишущих утром/днем или вечером/ночью примерно одинаковое количество (19 и 17%). Остальные работают над текстами в разное время в зависимости от ситуации.

В статье проанализирована информация, в основном касающаяся базовых, константных особенностей творческого процесса. Однако парадигмальные перемены в общественной сфере, технологическая

электронная революция совершили кардинальные изменения и в медиасфере (Вартанова, 2008), повлияли на профессию и деятельность журналиста, в том числе на творческий процесс. 63% журналистов готовят публикации не только для печатного издания, но и для интернет-сайта редакции, еще 27% опрошенных участвуют в этом, используя в работе интернет-программы и сайты. Естественно, что такое расширение списка видов работ при недостатке сотрудников редакции ведет к чрезмерным нагрузкам, о чем и сообщила половина опрошенных. Новые технологии кардинально (40% ответов) или отчасти (54%) влияют на профессию. И изменения эти амбивалентны. Позитивные изменения, по мнению журналистов, связаны с тем, что источники информации стали доступнее в интернете, повысилась оперативность работы, скорость передачи информации, активизировались связи с источниками информации и аудиторией по мобильным каналам. Конвергентные процессы, многоплатформенность контента превращают журналиста в универсального, мобильного, интерактивного, многофункционального, исполняющего разные роли: информатора, модератора, собеседника, аналитика, расследователя, просветителя, агитатора, развлекателя, рекламиста и т. п.

Однако весьма существенны, по мнению журналистов, и негативные эффекты. Основные из них связаны с вторичностью информации, ее «клонированностью», утратой эксклюзивности и сужением классических методов журналистики: непосредственного общения с источниками информации и личного наблюдения событий, а также смыслового спектра информации при повышенном внимании к внешним способам ее предъявления.

О том, что процесс журналистской работы стал менее творческим, сказали 34% опрошенных, тогда как противоположное мнение высказали только 12% журналистов. Эти результаты отражают объективные процессы современной журналистики.

Общий анализ информации, полученной в нашем проекте по всему спектру обсуждаемых проблем, показывает, что творческая авторская деятельность журналиста достаточно константна, а ее структура, задачи, мотивация, стадии и методы работы, жанровая структура, хотя и эволюционируют, но сохраняют основные особенности этого вида текстовой деятельности – профессионального умения работы с информацией. Исследование показало, что, несмотря на общие тенденции к стереотипизации и вторичности контента, в

региональной прессе еще жива настоящая журналистика, следующая отечественной традиции: помимо новостей там есть аналитика и очеркистика, а журналисты в основном пользуются первоисточниками и присутствуют на месте события. Возможно, именно это положительно сказалось на оценках журналистов: 45% «вполне» или «в основном» удовлетворены своей творческой деятельностью, только 7% опрошенных оценили ее негативно. Однако журналисты самокритично признавались, что не вполне владеют методами журналистской работы, отмечали некомпетентность, а также свои личностные и психологические особенности, которые мешают творческой работе.

Выяснилось, что довольно существенные трудности испытывают журналисты при написании текста, большие, чем в процессе сбора информации. Главными помехами в работе над материалом журналисты называют внешнее воздействие, недостаток времени, обстановку в редакции и личную неорганизованность. Сравнение суждений журналистов государственных (с государственным участием) и частных газет показывает, что при достаточно большой общности ориентаций есть и отличия, связанные с более заметной у журналистов частных газет коммерциализацией изданий.

Исследование позволяет сделать вывод о том, что региональные журналисты имеют хороший потенциал – и мотивировочный, и профессионально-творческий, чтобы успешно выполнять свои функции по снабжению читателей качественной информацией, выявлять и обнародовать важные проблемы жизни регионов, помогать в их решении. Однако с повестки дня не снимаются трудности взаимоотношений с властями, недостаток кадров, потребность в оптимизации условий труда творческих сотрудников, повышении их компетентности при помощи регулярной профессиональной учебы.

Библиография

Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. № 5–6. С. 37–39.

Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-овых массмедиа: процессный подход. М.: МедиаМир, 2016.

Вырковский А. В., Образцова А. Ю., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В.,

Вартанов С. А. Качество журналистской работы: некоторые инструменты внутриредакционного анализа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 5. С. 27–55.

Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М., Цынарева Н. А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // Медиаскоп. 2017. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2295>

Ким М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004.

Колесниченко А. В. Практическая журналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.

Колесниченко А. В., Вырковский А. В., Галкина М. Ю., Образцова А. Ю., Вартанов С. А. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 51–71.

Копылов О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2013.

Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Знание, 2000. С. 125–167.

Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник. М.: Аспект Пресс, 2010.

Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики: учеб. пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006.

Методы журналистского творчества / под ред. *В. М. Горохова*. М.: Изд-во МГУ, 1982.

Олешко В. Ф. Журналистика как творчество: учеб. пособие. М.: РИП-холдинг, 2003.

Пронин Е. И. Выразительные средства журналистики: учеб.-метод. пособие. М.: Изд-во МГУ, 1980.

Прохоров Е. П. Искусство публицистики: размышления и разборы. М.: Аспект Пресс, 2004.

Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста. Очерки теории и практики: учеб. пособие. М.: Академ. проект, 2007.

Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Журналист и его работа. М.: Изд-во МГУ, 1979.

Свитич Л. Г. Журналисты и аудитория. Из социологического архива (1920–1985 гг.). М.: Икар, 2018.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2006.

Тертычный А. А. Расследовательская журналистика. М.: Аспект Пресс, 2012.

Тертычный А. А. Социальное познание в журналистике. Методология, методы, методика. М.: Изд-во МГУ, 2009.

Ученова В. В. Творческие горизонты журналистики. М.: Мысль, 1976.
Шостак М. И. Репортер: профессионализм и этика. М.: РИП-холдинг, 2001.

Vartanova E. (2019) Russian media change as a cultural process // *European Journal of Communication*. Vol. 34. Issue 2. Pp. 205–210.

Welbers K., Atteveldt van W., Kleinnijenhuis J., Ruigrok N., Schaper J. (2016) News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics // *Journalism*. Vol. 17. No. 8. Pp. 1037–1053.

Witschge T., Nygren G. (2009) Journalistic Work: A Profession Under Pressure? // *Journal of Media Business Studies*. Vol. 6. No. 1. Pp. 37–59.

Примечания

¹ Тертычный А. А. Аргументация в журналистике. М.: Изд-во СЖ, 1989; Его же. Аналитическая журналистика (методология подготовки текста). М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 1993; Его же. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М.: Гендальф, 1998; Его же. Логическая культура журналиста. М.: ВК, 2005; Его же. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2006; Его же. Социальное познание в журналистике. Методология, методы, методика. М.: Фак. журн. МГУ, 2009; Его же. Расследовательская журналистика. М.: Аспект Пресс, 2012.

² В таблице опущены варианты «затрудняюсь ответить» и «нет ответа».

3.4 РОБОТИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ: ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Традиционная тема развития концепций профессиональных технологий в журналистике не будет полной без обзора практики и научных исследований в аспекте новейших достижений, связанных с цифровизацией медиа и различными инновационными подходами к производству медийных продуктов. Стремительное развитие систем искусственного интеллекта во всем мире, практически во всех областях человеческой деятельности поражает как результатами, так и перспективами. Продукты, в производстве и функционировании которых используются данные системы и технологии, наполнили различные человеческие среды. Их прогрессирующее развитие, по сути, находится за пределами воображения рядового пользователя, при этом трудно не обратить внимание на тревогу и опасения, обусловленные непредсказуемостью возможных последствий.

Группа исследователей факультета журналистики Московского университета¹ в течение нескольких лет изучает внедрение автоматизированных технологий в практику российских СМИ и отмечает, что все сказанное относится и к медиакоммуникациям, включая их базовую составляющую – производство и распространение актуальных документальных текстов, журналистику. Сущность использования искусственного интеллекта в данной области может быть описана как создание текстов с помощью алгоритмов и программ на основе обращения к насыщенным большими данными предметным областям, а также как автоматизация некоторых других технологических процессов. Прогнозируется дальнейшее расширение функциональных возможностей роботизированной журналистики.

Обращение к контекстам уместно открыть указанием на принятую в 2019 г. «Национальную стратегию развития искусственного интеллекта на период до 2030 года», указ об этом подписан Президентом². Не будут лишними и отсылки к документам, принятым ранее, об информационном обществе, цифровой экономике и др.³ Обращаясь к этим источникам, важно отметить, что в них дается определение искусственного интеллекта (ИИ) как «комплекса технологических решений, позволяющих имитировать когнитивные функции человека и получать результаты, сопоставимые с результатами интеллектуальной деятельности человека». Из важных

для наших исследований понятий стоит выделить «компьютерное зрение», «распознавание и синтез речи», «интеллектуальную поддержку принятия решений». «Робототехника», о которой преимущественно далее пойдет речь, отнесена к «смежным технологиям», в которых существенно участие ИИ как «обязательного элемента».

Что касается научных концептов, то здесь значимы отсылки к «*computer assisted reporting*»⁴, «цифровизации новостей» (Wozkowski, 2005), «цифровизации медиа» (Вартанова, 2018), «роботизированному репортеру»⁵, «алгоритмической журналистике»⁶, «автоматизированной журналистике»⁷. Эти достижения представлены в основном зарубежными исследованиями. С 2018 г. тема ИИ включена в индустриальные экспертные аналитические обзоры *Delloite, Accenture, Reuters, Poynter, Tow-Night Center*, которые предсказывают проникновение ИИ в сферы коммуникации, массмедиа, журналистику. Среди отечественных авторов следует назвать работы К. Зорина, А. Иванова, А. Суходолова (Зорин, 2016; Иванов, 2016; Суходолов, Бычкова, Ованесян, 2019), а также публикации (Zamkov, Krasheninnikova, Lukina, Tsynareva, 2016; Замков, 2019; Лукина, Палашина, 2019; Кульчицкая, Фролова, 2020; Лукина, Замков, Крашенинникова, 2020) и выступления⁸ исследовательской группы Московского университета. Основные направления отечественных исследований – описание процесса роботизированной генерации новостного контента, выявление структурно-содержательных особенностей машинных и журналистских новостных сообщений, изучение практики использования алгоритмов генерации контента на российских медиаплощадках, оценка влияния роботизации на трудовую деятельность журналиста, выявление отношения аудитории к процессу и результатам автоматизации в журналистике.

Медиаплощадки: опыт информационных агентств

Роботизация производства новостного дискурса стала объективным трендом в развитии медиасистем XXI в. В связи с этим наблюдается рост удельного веса технологий искусственного интеллекта в роботизированном производстве контента, что приводит к заключению о рождении новой отрасли медиаиндустрии XXI в. – робожурналистики. Воплощение требования «медиаатизации всего» (Livingstone, 2009) ведет к слиянию интеллектуальных ресурсов

человека и машины вплоть до полного поглощения роботом ряда трудовых функций человека.

Одними из первых использовать алгоритмы для генерации контента стали крупные информационные агентства, работающие с большим потоком входящей финансовой информации. Алгоритмы, позволяющие создавать новости без участия человека, обеспечили молниеносную скорость создания сообщений, предоставили возможность максимально оперативно снабжать информацией свою аудиторию. Первые опыты алгоритмизации новостей стали проводить такие информационные гиганты, как *Associated Press*, *Bloomberg*, затем к ним присоединились игроки журнального и газетного рынка. Эксперименты начали проводиться с 2013 г. Лидером по внедрению этих решений среди медийных компаний стало информационное агентство *Associated Press*. К 2015 г. автоматизация освободила примерно 20% времени, необходимого журналистам на обработку данных и подготовку финансового блока новостей, что, в свою очередь, позволило им сконцентрироваться на творческой работе. Другим важным преимуществом применения алгоритмов стало уменьшение вероятности ошибок в текстах.

В отличие от зарубежных медиа, где практика использования готовых автоматизированных решений в производстве контента в последние годы стала неотъемлемой частью рабочего процесса, в России алгоритмы для создания новостных сообщений применяют лишь немногие редакции. К ним относятся информационные агентства «Интерфакс» и ТАСС, онлайн-издание *Sports.Ru*, женский глянцевоый журнал *ELLE* и, конечно, поисковая система «Яндекс». Применение алгоритмических решений в журналистике – прежде всего следствие экономической целесообразности, о которой задумываются медиакомпании. Однако профессиональных операций, где робот может заменить человека, немного.

Безусловным лидером в создании автоматических новостных лент является поисковая система «Яндекс», которая осенью 2015 г. запустила специальный сервис для СМИ «Яндекс для медиа». В своем блоге компания объяснила, что «информация поступает от ряда сервисов “Яндекса” – Пробок, Погоды и Поиска, обрабатывается с помощью алгоритмов и отображается в специальном интерфейсе для СМИ или рассылается подписчикам. В нашем “агентстве”

нет ни одного корреспондента – только статистика и алгоритмы». Своим подписчикам «Яндекс для медиа» предлагает новости, сортированные в соответствии с шестью тематическими блоками: интересы пользователей, пробки, погода, кино, музыка и электронная коммерция. Роботы оперативно сообщают о заторах на дорогах, передают последние метеосводки. Главный успех предлагаемой «Яндексом» автоматизированной новостной ленты создатели видят в высвобождении временных ресурсов сотрудников редакций. Готовые сводки новостей, которые можно сразу же зачитать в эфире или использовать для подготовки сюжета, позволят новостникам сэкономить самый важный для них ресурс – время.

Из производителей новостей в отечественных СМИ первопроходцем по применению алгоритмических решений принято считать информагентство «Интерфакс». Ленты с автоматизированными сообщениями появились там еще в середине 1990 г., и до сих пор с помощью обработки структурированных данных роботы освещают некоторые сегменты экономического сектора: котировки акций, курсы валют, изменение цен на товары и др., также частично автоматизирована статистика по банкам и отчетности ВВП. Реализацией и постоянным апгрейдом роботизированных разработок занимается собственное подразделение службы новостей агентства, в которую входит группа IT-специалистов. Производство автоматических новостей в «Интерфаксе» осуществляется, как правило, в цикле полной автоматизации. В этом случае работа алгоритма автономна и новость выпускается роботом на ленту автоматически, без участия журналиста. Однако существует режим и неполной автоматизации, когда подготовленный машиной текст перед отправкой на ленту утверждает редактор. И в том, и в другом случае в конце каждой роботизированной новости ставится обязательная оповещающая читателя маркировка: «Это автоматическое сообщение». Использование алгоритмов в «Интерфаксе» не ограничивается генерацией текстов, их применяют в ньюсрумах также в качестве помощников при работе журналистов с входящим потоком информации. В перспективе «Интерфакс» планирует развивать новые направления автоматизации, в частности в области обработки большого количества данных. Например, просмотреть в одиночку все решения арбитражных судов журналист не в состоянии, а роботу справиться с такой задачей под

силу. Важно подчеркнуть: роботы не создают какое-то новое знание, а лишь обрабатывают то, что уже существует в составе различных цифровых ресурсов. Ежедневно при участии роботов агентство публикует сотни единиц информации, включая статистику, отчетность, результаты торговли на организованных рынках и др. Такая частичная замена ручного труда обеспечивает при выполнении рутинных задач серьезную экономию времени журналистов.

ТАСС в отличие от «Интерфакса» роботизацией занимается последние несколько лет и по некоторым направлениям лишь в экспериментальном режиме. В частности, агентство реализует два ключевых проекта, связанных с робожурналистикой. К первому относится написание заметок алгоритмами на основе входных данных. Находящаяся в разработке программа умеет анализировать дискретные данные и может создавать новостные сообщения о курсах валют, расходах бюджета и др. На момент тестирования нового инструмента процесс строго контролировался редакторами, что было связано в первую очередь с необходимостью предотвращения ошибок. Программисты информационного агентства также обучили программу мониторингу динамических данных с целью автоматизации биржевого и финансового потока информации в будущем. Налаживая этот механизм, ТАСС экспериментировал с оперативным отслеживанием новостей с сайта Московской биржи. Особое внимание редакция уделяет второму проекту – системе автоматической категоризации текстов. Анализируя содержание каждого сообщения, робот классифицирует его в соответствии с рубриками, геолокациями и объектами. Аналогичная система применяется в американском новостном агентстве Associated Press, где каждый материал пропускается через специальные автоматизированные «фильтры». Эту технологию первыми начали применять региональные ленты ТАСС, затем агентство категоризировало экономический раздел. Категоризация также минимизировала трудовые затраты редакции. Осознавая перспективность этой технологии, разработчики ТАСС намерены создать универсальный алгоритм, который будет обрабатывать более сложные данные – например, отчеты компаний, пресс-релизы и метеосводки. Для наполнения материалов предполагается автоматизировать также архивы информагентства.

Роботизированный текст и его характеристики

Новостной медиаробот – это интеллектуальная система, которая предназначена для автоматизации ключевой фазы цикла медиапроизводства – производства и презентации контента. Цикл функционирования медиаробота как интеллектуальной системы объединяет три последовательных этапа – накопление массива первичных знаний, обучение системы и генерацию потока новостей. Этап накопления состоит из операций формирования базы знаний, обучения – серии процедур человеко-машинного общения, например, формирования словарей, тезаурусов и других источников вторичных знаний, которые послужат для генерации контента. Процесс генерации новостей протекает почти полностью алгоритмически, т. е. в автономном режиме. В настоящее время достичь автономного воспроизведения специфичных для работы журналиста интеллектуальных функций (чтения, анализа, создания текста и др.) удалось ценой отказа от создания универсальной интеллектуальной системы, работающей в широкой предметной области. Сегодня архитектуру интеллектуальной системы медиаробота определяют два элемента. Это так называемый лингвистический процессор (оболочка) языковой обработки знаний и база знаний (БЗ). Именно процессор обеспечивает алгоритмическую переработку информации в системе, а БЗ служит ее онтологическим ядром. БЗ новостных роботов обычно строятся на узкоспециализированных темах (например, финансы, спорт, погода и др.); она оказывается переходным средством представления знаний, выраженных формально в виде набора понятных машине символов. База знаний медиаробота – это электронный каталог лингвистических и экстралингвистических знаний. Первые несут сведения о правилах языка, а вторые – о смысловых связях сущностей, в том числе в контексте конкретной темы. Основные шаги алгоритма – привлечение независимых источников первичных данных (историй); статистическое выявление самых важных и интересных событий (трендов, корреляций, форс-м.); классификация и ранжирование событий по важности для генерации связанного текста; генерация новости с учетом редакционных предпочтений; коррекция и публикация новости через РИС управления контентом.

Приведем примеры нескольких новостных текстов близкой тематики:

1. «Капитализация российского рынка акций, вычисленная на основе средневзвешенных цен в секторе Основной рынок Московской биржи, по итогам торгов в пятницу составила 40,366 трлн рублей (605,789 млрд долларов по официальному курсу ЦБ РФ). Таким образом, по сравнению с закрытием предыдущего торгового дня капитализация снизилась на 131,059 млрд рублей, или на 0,32%. Лидерами рыночной стоимости являются ОАО «НК Роснефть» (4,455 трлн рублей), ОАО «Сбербанк России» (4,161 трлн рублей), ОАО «Газпром» (3,823 трлн рублей). На 29 декабря 2017 г. капитализация составляла 35,722 трлн рублей, то есть с начала года показатель вырос на 13,00%».

2. «Средневзвешенная цена на состоявшемся в среду аукционе по размещению ОФЗ-ПД серии 26214 с погашением 27 мая 2020 года составила 98,012% от номинала, что соответствует доходности 7,99% годовых, говорится в сообщении на сайте Минфина РФ. Всего было продано бумаг на общую сумму 5 млрд рублей по номиналу при спросе 18 млрд 109 млн рублей по номиналу и объеме предложения 5 млрд рублей по номиналу, то есть спрос превысил предложение более чем в 3,6 раза. Выручка от аукциона составила 4 млрд 901 млн рублей. Цена отсечения была установлена на уровне 98,01% от номинала, что соответствует доходности 7,99% годовых. Облигации серии 26214 с погашением 27 мая 2020 года имеют 14 полугодовых купонных периодов, дата выплаты 12-го купонного дохода – 29 мая 2019 года. Ставка купонного дохода определена в размере 6,4% годовых (1–14-й купоны – 31,91 рубля на облигацию). ВТБ разместит 30 ноября однодневные бонды серии КС-3-90 на 75 млрд рублей по цене 99,9413% от номинала».

3. «Инфляция в РФ в 2018 году превысит официальный прогноз в 3,4%, но уложится в таргет ЦБ в 4% и составит 3,9–4%, сказал журналистам глава Минэкономразвития Максим Орешкин в кулуарах съезда партии «Единая Россия». «В наш прогноз – 3,4%, понятно, что (*инфляция*) не укладывается. Но вот то, что это будет цифра порядка 3,9–4% на конец года – это то, что мы видим сейчас», – сказал он. «Если посмотреть группы инфляции, очень серьезный фактор – быстрый рост цен на плодоовощную продукцию, который во многом поднял значение общего индекса потребительских цен до бо-

лее высоких значений. Если смотреть базовую инфляцию, очищенную от сезонности, она находится ниже уровня в 4%, то есть здесь никаких рисков для ценовой динамики мы не видим», – пояснил министр причину превышения прогноза».

В проведенном московской группой исследователей эксперименте различным аудиторным группам (студенты – «цифровые аборигены», преподаватели факультетов журналистики, профессиональные журналисты) предлагалось установить происхождение текстов и описать мотивы идентификации. Порог узнавания составил примерно половину участников эксперимента. Мотивы идентификации примерно в равных пропорциях представлены во всех группах: обилие чисел, высокая детализация, отсутствие живых источников и сравнительных элементов, наличие стилистических клише, общая «механистичность», «невыразительность», «жесткость». Для справки: первые две новости алгоритмизированные, 3-я написана журналистом. Простое сравнение текстов позволяет увидеть результаты «имитации», близкие «когнитивным» усилиям человека.

Эти данные аналогичны результатам, установленным в смежном исследовании, где сравнивались машинные (алгоритмизированные) и журналистские (ручные) новостные тексты. Существенных отличий между ними выявлено не было, большинство структурно-содержательных компонентов, а именно заголовок/хедлайн, лид, корпус присутствуют как в алгоритмических, так и в журналистских новостных сообщениях. Исследование показало, что по своим семантическим и стилистическим особенностям текст журналиста мало чем отличается от машинного текста в силу специфики письма, используемого для написания экономических информационных сводок по конкретным отраслям рынка.

Однако при всем сходстве новости, созданные журналистом, по сравнению с роботизированными текстами отличают следующие черты: для них характерно наличие более разнообразного и исчерпывающего фактологического материала, привлекается информация, которую невозможно собрать с помощью алгоритма, – цитаты ньюсмейкеров, ссылки на «человеческие» источники. Полнота содержания раскрывается с помощью ответов на вопросы, устанавливающих причинно-следственные связи события, которые алгоритмы пока не научились восстанавливать. Автоматические новости по своему объему уступают новостям, подготовленным человеком. В машинных

текстах также короче длина самих предложений. Такую разницу можно объяснить тем, что алгоритмы, не обладающие в отличие от профессионального журналиста способностью мыслить, анализировать и грамотно выстраивать в тексте причинно-следственные связи, пока не способны производить большие полноценные тексты.

Освоение технологий автоматизации сегодня осуществляется в простых формах журналистского текста, поэтому работу алгоритма можно изучать исключительно в рамках коротких новостных сообщений, похожих по своей форме на оперативные оповещения. Показатель насыщенности числовыми данными автоматических новостей выше, чем показатель текстов неалгоритмической природы. Это связано с тем, что алгоритмы работают в первую очередь с изменениями в насыщенных числовой информацией данными. Приоритетная задача автоматизированного подхода заключается в работе с готовыми текстовыми шаблонами, каждый раз требующими ввода новых данных, касающихся, например, точных значений изменившегося курса валют, стоимости ценных бумаг, драгоценных металлов или информации о загруженности дорог. Наличие точных числовых данных также постоянно требует унификации формата анонса макроэкономических показателей, в которых обязательным является указание даты и времени выхода нового анонса. При этом автоматические сообщения редко содержат расчетные величины, указывающие на процентные показатели, а также сравнения, выраженные в количестве раз. Такая особенность объясняется тем, что авторы новостной ленты «Интерфакса», в отличие от алгоритма, не только фиксируют информацию, но и перерабатывают ее, преобразуют в более простой вид, тем самым облегчая читателю процесс чтения и понимания и экономя его время.

Анализ показал, что тексты журналистов могут отображать тенденции, динамики, зависимости, возможные прогнозы, которые сложно представить в публикации робота без привлечения расчетных величин. Насыщенность специальной терминологией у автоматизированных и неавтоматизированных новостей относительно одинаковая. В силу специфики экономической тематики наличие в текстах специальной экономической лексики – естественное и необходимое условие, позволяющее осуществлять коммуникацию с целевой аудиторией, в которую входят преимущественно участники деловых отношений.

Автоматизация трудовых действий: «умные сервисы»

Серьезные изменения происходят и в трудовых действиях журналистов, а именно их частичная замена автоматизированными решениями, алгоритмами, роботами. «Умные сервисы» и автоматизированные технологии с элементами искусственного интеллекта действительно постепенно заменяют рутинные рабочие процессы российского журналиста. Исследование показало, что значительное число журналистов пользуется «умными сервисами» и автоматизированными системами на всех этапах своей работы – от выбора и разработки темы материала до анализа маркетинговых показателей эффективности его продвижения. При этом степень их проникновения в профессиональный функционал на каждом этапе разная и на каждом этапе предпочтительным оказывается разный набор цифровых помощников.

Так, выбор и разработку темы журналисты предпочитают осуществлять с помощью таких источников, как социальные сети, экспертное мнение, информационные агентства. Не забывают они и такой традиционный метод, как собственные наблюдения; он остался в перечне популярных источников информации. Из нового появились группы и каналы в мессенджерах, видео- и фото-хостинги, платформы-агрегаторы. Не попали в лидеры-источники представители пресс-служб, мероприятия и встречи для прессы, а также другая корпоративная информация. Ответы на вопросы анкеты выявили интеллектуальные технологии, применяемые при выборе и разработке темы, и главными оказались поисковые системы «Яндекс», «Гугл» и др., их используют практически все респонденты. Журналисты пользуются также подписками на различные аккаунты в социальных сетях, базами данных, автоматизированными почтовыми рассылками. Популярными оказались и такие автоматизированные программы, как онлайн-переводчик и программы для расшифровки интервью, однако их качество не удовлетворяет журналистов. В профессиональном сообществе еще не сложилось консолидированного мнения о полезности алгоритмов для создания текстов и автоматизированных систем для вспомогательных процедур. Однако многие считают, что это облегчает работу, помогает ускорить процессы и избежать ошибок, допущенных человеком во время рутинной работы.

Остановимся на этом материале подробнее. «Умные сервисы» – это прикладные программные и автоматизированные решения, сервисы, платформы, базы данных и прочие современные технологические «помощники», облегчающие (в иных случаях – замещающие) трудовые действия журналиста. Также здесь можно говорить об интеллектуальных или программных агентах (intellectualagents) – программах, самостоятельно выполняющих задания, указанные пользователем или другими программами. Так, исследование показало, что в поиске источников информации лидируют социальные сети: свои темы журналисты черпают в группах, на страницах, персональных аккаунтах социальных сетей; затем следуют такие важные источники, как эксперты, редакторы и коллеги; сайты информационных агентств замыкают первую тройку. Значимы собственные наблюдения как источник информации. Тематические интернет-ресурсы также входят в группу наиболее популярных источников-лидеров. По мере убывания интереса в исследовании указаны такие источники: группы и каналы в мессенджерах, сайты регуляторов и органов власти, представители пресс-служб, мероприятия для прессы, встречи, сайты организаций, компаний, фондов, потенциальные ньюсмейкеры, электронные письма, неспециализированные мероприятия, видео- и фотохостинги, сайты-агрегаторы. Обращает на себя внимание тот факт, что среди менее популярных источников оказались предложения от пресс-служб, которые не обозначены как важные в арсенале источников опрошенных журналистов. Последнюю строчку в рейтинге популярности информации заняли книги, словари, справочники – в прошлом самые главные источники информации. Это безусловный показатель смены приоритета источников информации. Наиболее популярными сервисами при работе над темой названы поисковые системы «Яндекс», «Гугл» и др., подписки на аккаунты в соцсетях, базы данных, автоматическая почтовая рассылка, онлайн-переводчик, программы для расшифровки интервью, голосовые помощники.

Эти сервисы, а также «Википедию», электронные картографические службы, сервисы для проверки визуального контента и метаданных используют для проверки данных. Все реже журналисты обращаются к бумажным носителям. Молодые журналисты предпочитают использовать автоматизированные «умные сервисы» при проверке информации, в то время как журналисты постарше сохраняют верность традиционным способам верифи-

кации информации, не забывая и о прямых контактах с живыми источниками.

При создании текста автоматизированные и «умные сервисы» используются не так часто, как на этапе верификации. Здесь все же доминирует ручной труд. Однако обращение к помощникам имеет место; это сервисы перевода и написания текста, проверка орфографии, грамматики и стилистики, редактирование текста, создание инфографики, а также программы по редактированию фотоиллюстраций, созданию таблиц, графиков и других форм визуального сопровождения материалов. В то же время немалое число журналистов такими сервисами не пользуется. Невелика также доля журналистов и редакторов, активно продвигающих свои материалы и отслеживающих реакцию аудитории на них. Лишь часть журналистов занимается продвижением материалов: в основном в соцсетях, реже – в мессенджерах, а в поисковиках, тематических ресурсах, агрегаторах и хостингах – еще меньше. Поэтому можно предположить, что антрепренерская функция еще не стала обязательным профессиональным трудовым действием журналистов.

Приведенные данные с очевидностью демонстрируют необходимость внесения изменений в учебные программы факультетов журналистики. Так как большинство журналистов, принявших участие в исследовании, получили высшее образование в начале 2000-х гг., следовательно, новейший технологический инструментарий они осваивали в основном в редакциях или самостоятельно. Практически все оказались единодушны в оценке того, что им не хватает целого набора компетенций, чтобы использовать в работе автоматизированные и «умные» сервисы, облегчающие и ускоряющие все трудовые процессы. Во-первых, им не хватает полноты знаний об этом прикладном инструментарии, во-вторых, навыков компьютерной грамотности на продвинутом уровне, связанном с программированием и умением писать простые коды. Следует отметить, что в профессиональном сообществе еще не сложилось консолидированное мнение о пользе алгоритмов для создания текстов и автоматизированных систем для вспомогательных процедур. Однако многие считают, что их использование облегчает работу, помогает ускорять процессы и избегать ошибок, допускаемых человеком во время рутинной работы.

В целом же «продвинутые журналисты» отметили, что на рынке мало качественных программ, помогающих журналистам

в их труде. Порой редакции не находят хороших программ для расшифровки аудио в текст, поэтому приходится пользоваться услугами агентств. Недостает русифицированных версий этих программ. В дальнейшем программы и сервисы будут становиться «более интеллектуальными» и усложняться, поэтому потребуются новые знания и новые навыки. В то же время различных программ такое количество, что компетенции постоянно приходится повышать. Подводя итог презентации результатов исследования, важно сделать существенную оговорку: по возрастному составу почти 90% респондентов представляют поколения журналистов, адаптированных к реалиям цифровых, а не аналоговых медиа. Авторы разведывательного исследования намеренно сделали акцент в пилотной части опроса на более молодом поколении журналистов, так как именно они больше используют в работе современные технологические решения. Но не принимать во внимание представленные данные было бы абсолютно неправильным: опыт этих журналистов определенно указывает на развитие профессиональных технологий в будущем, и оно наступит достаточно быстро.

Аудитория: противоречия восприятия

Изучение реакций аудитории на распространение технологий искусственного интеллекта в журналистике дало интересные результаты, что важно в контексте принципиально новой роли аудитории в функционировании коммуникационных потоков и усиленного внимания исследователей к гигантскому росту всевозможных активностей аудитории. В число задач исследования, как мы указали, входило проведение эксперимента по идентификации «роботовостей» и последующий опрос для выявления мотивов идентификации, а также понимания отношения аудитории к процессам роботизации в целом. Немаловажным компонентом исследования было сравнение перцептивных процессов аудиторных кластеров по отношению к автоматизированным и традиционным сообщениям, а также сравнение их позиций между собой по всем содержательным элементам исследования. Для этого эксперимент и опрос проводились отдельно для нескольких аудиторных групп, различных по возрасту, профессиональному и пользовательскому профилю: студенты, преподаватели, журналисты.

Сравнивая оценки роботекстов аудиторными кластерами и результаты научного исследования, нетрудно заметить различия. В оценках аудитории преобладают эмоциональные высказывания, навеянные восприятием традиционных форм и неготовностью, по видимому, к принятию текстов машинных, в силу чего оценки выражены либо в нейтральной, либо в негативной форме: «жесткие», «механистичные», «неживые» и т. п. Высказывания о робоновостях таковы: «насыщенность числовой информацией», «простые синтаксические конструкции», «шаблонность формулировок, отсутствие логических переходов, сухость изложения», «такую новость можно представить в виде таблицы, она от этого ничего не потеряет», «бедность языка, клишированность», «необоснованные повторы», «механическое соединение блоков, взятых из разных источников, подчеркнутая отстраненность, недостаток осмысленности», «не соблюдены правила адаптации», «манкирование стилем в угоду информативности». На фоне таких оценок новости, написанные журналистами, выглядят гораздо привлекательнее: «читабельность», «живые, понятные, связный законченный текст», «легкость восприятия», «расположение фактов позволяет трактовать событие», «соблюдение правил грамматики и логики», «живая причастность», «языковое разнообразие», «синонимические ряды» и пр.

Средние показатели говорят о том, что около половины опрошенных осторожно относятся к процессу роботизации («человек надежнее»); полного доверия к «неживым» новостям (формулировка из анкеты) нет ни у одной группы. Опасения связаны прежде всего с возможными сбоями в работе программ, потерей работы журналистами, перспективой полной замены журналистов роботами, а то и просто «отключением электричества».

Вместе с тем польза роботов признается: это скорость, точность, экономия ресурсов и времени для творчества. Тематические ниши, предпочтительные для роботизации, по версии опрошенных, – это области экономики и финансов, погода. В перспективе называются спорт, политика (выборы), но при этом примерно половина опрошенных считает, что существующей номенклатуры тематик для роботов достаточно; они не хотели бы «пускать» роботов во все сферы журналистики; «лучше никаких» – гласил один из ответов.

Исследование выявило как сходство, так и различия в отношении групп к автоматизированным сообщениям и процессу роботизи-

зации в целом. Подавляющее большинство знает о том, что существуют программы-роботы, однако лишь небольшая часть участников эксперимента (не более 2–5%) реально встречалась с маркированными сообщениями, что позволяет считать ответы на вопросы анкеты в достаточной степени условными.

Отдельной характеристики заслуживает комментарий к участию в исследовании преподавателей факультетов журналистики (Москва, Оренбург, Нижний Новгород, Екатеринбург, Тамбов, Томск). Эта группа потребителей информации представляла для исследователей особый интерес: разновозрастная, имеющая неодинаковый стаж преподавательской работы, профессионально сформировавшаяся в разные исторические периоды, она вместе с тем рассматривалась как целостный объект исследования в силу ориентации на общие программы обучения и владения близкими по смыслу профессиональными категориями, научным аппаратом, схожими оценочными инструментами. Совокупной особенностью ее восприятия стало внимание к этическим аспектам роботизации. Так, автоматические новости были названы ими «неприятными», «малопонятными» текстами, которые могут быть заменены таблицами и графиками. По мнению преподавателей, роботексты могут отпугнуть широкого читателя своим «негуманным видом», они «тяжелые». Признается «польза» роботов и их продуктов («экономия человеческих ресурсов»), но вызывают общее опасение возможные «сбои» и «ошибки», которые робот в отсутствие человека не заметит и введет в заблуждение потребителя: «Кто за это ответит?», «Проверять все должен человек», «Риск выдавать ложную информацию», «Отсутствие этики». Много внимания в ответах уделено необходимости перестраивать учебный процесс, что в условиях неоднозначности восприятия и в целом неясности перспектив процесса будет непросто. Преподаватели полагают, что роботы должны работать с большими данными, но не стоит «пускать» их в тематику, где нужен «гуманистический подход»; новые тематические повестки, помимо финансов и экономики, погоды и спорта, не называются.

Однако к этой оценке следует добавить одно парадоксальное, по сути, замечание. Все (!) знают о роботизации, но почти никто (!) не встречал маркированных текстов в реальности. Оценки базировались на слухах и представленных исследователями примерах.

Речь, следовательно, идет о малоизвестном феномене. Непознанное в большей степени пугает, нежели приветствуется. Авторы исследования полагают, что именно этот фактор акцентировал возможные этические коллизии в представлении аудитории. Это означает, что нравственному аспекту в изучении роботизации следует придать особый смысл.

Обратим внимание на еще одно противоречие. Очевидны разительные отличия в результатах, полученных при решении многоаспектных задач общего исследования технологических инноваций в профессиональной журналистике. С одной стороны, при исследовании обращения к «умным сервисам» мы наблюдаем их активное использование, продвинутость в знакомстве с программами и даже сожаление о том, что мало хороших русифицированных систем ИИ. В этой части исследования участвовали молодые журналисты – представителей столичных СМИ и прессы больших городов, мыслящих современно и рационально и, что важно, практически знакомых с технологическими новшествами и оценивших их преимущества. С другой стороны, мы устанавливаем растерянность и даже негативизм по отношению к роботизации различных групп открытой аудитории; участие в эксперименте и анкетировании по электронной рассылке приняли преимущественно представители российских регионов. В их восприятии, наряду с рациональным признанием некоторой пользы внедрения в журналистскую практику систем ИИ, преобладают эмоциональные оценки, вызванные параллельным чтением «живых» и «неживых» текстов, распространенные на отношение к процессу автоматизации в целом. Такая реакция вполне ожидаема и объяснима. О взаимодействии с «умными сервисами» рассказали журналисты в роли производителей контента, демонстрируя опережающее развитие журналистского творчества. О восприятии и отношении к робототехнике высказалось более широкое представительство профессионального сообщества – и скорее в роли медиапотребителей. Фактически эти группы отражают фланговые позиции сообщества. Тем не менее нельзя игнорировать ни одну из этих позиций, так как обе они представляют сегодняшнее состояние российской медиасистемы. Здесь важно понять, что мы имеем дело с большой и очень разнородной аудиторией, с чем невозможно не считаться. Глобальная проблема цифрового неравенства весьма ощутима и в данном конкретном аспекте развития национального медиапроизводства.

Таким образом, исследование перцептивных особенностей аудитории по отношению к роботизированной журналистике дает достаточно противоречивые результаты. Ответы в значительной мере субъективны и обусловлены скорее опасениями по поводу неясных последствий ее внедрения, нежели реальными рисками, что, безусловно, едва ли повлияет на дальнейшее продвижение систем искусственного интеллекта в коммуникационных процессах.

Представленные материалы показывают, что журналистика и медиакоммуникации в главном своем сегменте – профессионально-творческой деятельности и производстве актуальной общественной информации – открыты для технологических новаций. Цифровизация затронула самую сердцевину профессии. Значительную роль в этом играет освоение технологий роботизации, обращение к сервисам, позволяющим автоматизировать рутинные процессы и освобождать время и ресурсы для более сложных операций. Системы искусственного интеллекта, имитирующие когнитивные функции человека и гарантирующие получение сопоставимых результатов, в журналистике развиваются на основе смежных технологий – роботизации производства новостного потока в ряде тематических направлений и автоматизации некоторых производственных процессов.

Сегодня медиаплощадки, на которых развиваются инновационные технологические процессы с использованием новостных роботов, в России пока немногочисленны. Преимущественно это информационные агентства и некоторые сетевые ресурсы. Ограничено и число журналистов, активно обращающихся к «умным сервисам», – это молодое поколение профессионалов. Однако в этих практиках мы можем наблюдать опережающее развитие технологических процессов в журналистике, что позволяет сделать выводы о необходимости готовиться к массовой интервенции цифровых технологий в практику, вносить изменения в учебные программы, включая возможности профессиональной переподготовки.

Не последнюю роль в этом процессе будут играть психологические и этические компоненты. Пока мы фиксируем настороженное, отстраненное, недоверчивое, преимущественно эмоционально негативное отношение аудитории к продуктам роботизации. Однако в большей степени оно отражает недостаточное знакомство с содержанием, функциями и технологиями искусственного интеллекта,

нежели с его преимуществами, перспективами и ограничениями. Этическая составляющая роботизации, безусловно, представляет собой серьезную проблему и требует более тщательного изучения. Вместе с тем развитие цифровых технологических решений с использованием систем искусственного интеллекта представляется безальтернативным цивилизационным выбором и требует к себе серьезного и своевременного отношения.

Ближайшие перспективы развития роботизации ожидаются по следующим направлениям: регионализация внедрения программ алгоритмизации (информагентства), развитие номенклатуры тематик для роботизации, расширение областей применения в журналистике, включая массовое освоение «умных сервисов», вовлечение новых медиаплощадок в освоение технологий искусственного интеллекта, использование программ ИИ в смежных коммуникациях. Научные исследования с их потенциалом дистрибуции новых практик не останутся в стороне.

Библиография

Вартанова Е. Л. Об основных понятиях «поля цифровых медиа» в российских исследованиях СМИ // *МедиаАльманах*. 2018. № 2 (85). С. 8–17.

Замков А. В. Новостной медиаробот: теоретические аспекты интеллектуальной системы генерации контента // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2019. Т. 8. № 2. С. 260–273.

Зорин К. А. Медиафутурология: «журналистика смысла» в условиях роботизации медиапроизводства и общества // *Медиаскоп*. 2016. Вып. 1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/2078> (дата обращения: 27.09.2020).

Иванов А. Д. Современное состояние роботизированной журналистики // *Журналистика в цифровую эпоху: как меняется профессия: мат. Междунар. науч.-практ. конф.* Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2016. С. 106–109.

Кульчицкая Д. Ю., Фролова Т. И. Компьютерные алгоритмы в работе российских информационных агентств (на примере ИА «Интерфакс» и ТАСС) // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. 2020. № 1. С. 3–19.

Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А. Трудовая деятельность журналиста: люди или роботы // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2020. Т. 9. № 1 (30). С. 46–64.

Лукина М. М., Палашина Е. А. Сравнительный анализ структурно-содержательных элементов машинных и журналистских новостных сообщений // *МедиаАльманах*. 2019. № 1 (90). С. 72–84.

Суходолов А. П., Бычкова А. М., Ованесян С. С. Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 4. С. 647–667.

Boczkowski P. J. (2005) *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.

Livingstone S. (2009) On the mediation of everything: ICA presidential address 2008 // *Journal of communication*. Vol. 59 (1). Pp. 1–18.

Zamkov A., Krashenninnikova M., Lukina M., Tsynareva N. (2016) Information and technological approach for teaching journalists: State, discourse, perspectives // *CEUR Workshop Proceedings*. Vol. 1761. Pp. 158–163.

Примечания

¹ Т. И. Фролова (руководитель группы), А. В. Замков, М. А. Крашенинникова, Д. Ю. Кульчицкая, М. М. Лукина.

² О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации: указ Президента РФ № 490 от 10.10.2019. Режим доступа: <https://docplan.ru/Index2/1/4293726/4293726917.htm> (дата обращения: 23.10.2020).

³ Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/> (дата обращения: 11.10.2020).

⁴ Stith P. *A Guide to Computer Assisted Reporting*. Режим доступа: <https://www.poynter.org/archive/2005/a-guide-to-computer-assisted-reporting/> (дата обращения: 23.10.2020).

⁵ Carlson M. *The Robotic Reporter. Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority*. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.976412> (дата обращения: 12.10.2020).

⁶ Dorr K. N. *Mapping the field of Algorithmic Journalism*. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2015.1096748> (дата обращения: 11.10.2020).

⁷ Guzman T. A. «Automated Journalism», *Robots in the Newsroom: The Future of Corporate Media*. Режим доступа: <https://www.globalresearch.ca/automated-journalism-robots-in-the-newsroom-the-future-of-corporate-media/5522522> (дата обращения: 15.10.2020).

⁸ «Искусственный интеллект в научном дискурсе медиа: результаты и перспективы исследований» (авторы: Фролова Т. И., Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А.), «Ломоносовские чтения – 2020», секция «Журналистика»; «Искусственный интеллект как объект медиаисследований» (авторы: Фролова Т. И., Лукина М. М., Цынарёва (Тиботкина) Н. А., Замков А. В., Крашенинникова М. А.), Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия»; «Преподаватели об этических аспектах роботизации» (автор – Фролова Т. И.), IX Международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований – 2019» и др.

СПИСОК ТРУДОВ А. А. ТЕРТЫЧНОГО

Книги

1. Рабочая тетрадь по предмету «Технология современной журналистики» для иностранных магистрантов I курса. М.: Фак. журн. МГУ, 2018.
2. Аналитические методы работы современного журналиста (рабочая тетрадь для магистров ИНО). М.: Фак. журн. МГУ, 2017.
3. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2014.
4. Журналистика печатных СМИ. М.: Фак. журн. МГУ, 2013.
5. Жанры периодической печати: учеб. пособие. 4-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2011.
6. Методы профессиональной деятельности журналиста: моногр. М.: Икар, 2011.
7. Расследовательская журналистика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2011.
8. Аналитическая журналистика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.
9. Аналитическая журналистика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2009.
10. Расследовательская журналистика. М.: ИМПЭ, 2009.
11. Социальное познание в журналистике (методология, методы, методика): моногр. М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 2009.
12. Творческие стратегии в журналистике (аналитическая и расследовательская журналистика). М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 2009.
13. Жанры периодической печати: учеб. пособие. 3-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2006.
14. Современная аналитическая журналистика: учеб.- метод. пособие. М.: ГИ, 2006.
15. Жанры периодической печати: учеб. пособие. 3-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2005.
16. Логическая культура журналиста: учеб. пособие для вузов. М.: ВК, 2005.

17. Расследовательская журналистика. М.: Гуманитарный ин-т, 2005.
18. Теория и практика жанров современной прессы. М.: Гуманитарный ин-т, 2005.
19. На грани истины и лжи. М.: РИП-холдинг, 2004.
20. Аналитические жанры в публичном диалоге. М.: Пульс, 2002.
21. Жанры периодической печати: учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2002.
22. Консолидация региональных СМИ в борьбе с преступностью. М.: Евразия, 2001.
23. Расследовательская журналистика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2001.
24. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000.
25. Журналистское расследование. М.: ИМПЭ, 2000.
26. Аналитическая журналистика (методология подготовки текста). М.: Изд-во МГУ, 1999.
27. Аналитический инструментарий журналиста. М.: Деловая пресса России, 1999.
28. Аналитическая журналистика: технология. М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 1998.
29. Аналитическая журналистика: познавательного-психологический подход. М.: Гендальф, 1998.
30. Ценностно-познавательные характеристики социально-воздействующего публицистического текста. М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 1994.
31. Аналитическая журналистика (методология подготовки текста). М.: УПЛ фак. журн. МГУ, 1993.
32. Аргументация в публицистическом тексте. Свердловск: Изд-во УрГУ, 1992.
33. Аргументация в журналистике. М.: Изд-во СЖ, 1989.
34. Информация как средство контрпропагандистского воздействия печати. Владивосток: Изд-во ДВГУ, 1989.
35. Психология публицистического убеждения. М.: Изд-во МГУ, 1989.
36. Методы работы журналиста: аргументация в публицистике. М.: Изд-во МГУ, 1985.

Статьи в сборниках

1. Журналистика советская и журналистика современная: опыт сравнения // 1917–2017 гг.: уроки столетия глазами журналистов. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2017. С. 37–41.
2. Современная развлекательная журналистики: жанровый профиль // Реклама и связи с общественностью: традиции и новации. Ростов-на-Дону: ФГБОУ ВО РГУПС, 2017. С. 14–27.
3. Современная расследовательская журналистика: жанровая структура // Современные проблемы журналистской науки. Воронеж: Фак. журн. ВГУ, 2017. С. 60–72.
4. Журналистские расследования: жанровый потенциал // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 55-го междунар. форума. 21–22 апреля 2016 г. / отв. ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций СПбГУ, 2016. С. 223–225. Т. 2.
5. К вопросу о классификации жанров современных СМИ // Журналистыка – 2016. Стан, праблемы и перспектывы: матэрыялы 18-й Міжнародной навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 95-годдзю БДУ. 10-11 лістапада. Минск: ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016. С. 117–120.
6. Научно-популярные СМИ: основные направления исследования // Информационное поле современной России: практики и эффекты: сб. ст. XIII Междунар. науч.-практ. конф. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2016. С. 291–301.
7. Современная сатирическая интернет-публицистика // Современные проблемы журналистской науки. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2016. С. 53–81.
8. «Западнизация» российской журналистики: плюсы и минусы // Филология и журналистика: центробежное притяжение. Краснодар: КубГУ, 2014. С. 15–21.
9. Методы популяризации научного знания в современных СМИ // Информационное поле современной России: практики и эффекты: сб. ст. XI Междунар. науч.-практ. конф. Казань: Ин-т массовых коммуникаций и социальных наук КФУ, 2014. С. 330–336.
10. Расследовательские антикоррупционные сайты Рунета: опыт и проблемы развития // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: збірник матеріалів

- Міжнародної науково-практичної конференції. Одеса: Гринь Д, 2014. С. 127–133.
11. Сетевая публицистики: жанровая структура // Жанровые особенности публицистики России XXI века. VIII Всерос. науч.-практ. конф. Самара: Историко-филол. фак. СамГУ, 2014. С. 27–32.
 12. «Знаниевая» составляющая журналистского текста: структурно-функциональные особенности // Современные проблемы журналистской науки. Воронеж: Фак. журн. ВГУ, 2013.
 13. Популяризации науки в российских СМИ: сущность, функции, методы // Журналистика XXI века: опыт прошлого и вызовы будущего: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. Тирасполь: ТГУ им. Т. Г. Шевченко, 2013.
 14. Система ценностей и ценностный конфликт в профессиональной деятельности журналиста // Массмедиа и ценностные отношения общества: сб. науч. ст. Сер.: Труды по теории журналистики. М.: МедиаМир, 2013.
 15. Достоверная информация как основа качественных СМИ // Современная журналистика: опыт и перспективы развития: материалы междунар. науч.-практ. конф. М.: ИГУМО и ИТ, 2012.
 16. Журналистская информация: когнитивная характеристика // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: сб. матеріалів V міжнар. наук.-практ. конф. Одеса: Симекс-Принт, 2012.
 17. О жанровых форматах современных СМИ // Жанры СМИ: история, теория, практика: сб. науч. ст. IV и V Всероссийских науч.-практ. конф. М.: Пронто, 2012.
 18. Система жанров российских СМИ: факторы и тенденции развития // Жанры СМИ: история, теория, практика: сб. науч. ст. IV и V Всероссийских науч.-практ. конф. М.: Пронто, 2012.
 19. Специфика аргументации в современных журналистских текстах // Современные проблемы журналистской науки. Воронеж, 2012. Т. 6.
 20. Теория жанров в отечественной науке о журналистике: становление и развитие (доперестроечный период) // Информационное пространство: проблемы теории и практики. Краснодар: Изд-во КубГУ, 2012.
 21. Жанровые форматы современных печатных изданий России // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI

- століття: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. Одеса, 8–10 вересня 2011 року / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. Одеса: Симекс-Принт, 2011.
22. Концепция, формат и жанровая стратегия СМИ: соотношение понятий // Журналистика в современном обществе: функции, проблемы и методы. М.: Ин-т гуманитар. образования и информационных технологий, 2011.
 23. Тенденции в использовании жанров на страницах современных печатных СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011.
 24. Коммуникативные стратегии и журналистский текст // Современная пресса: теория и опыт исследования М.: Фак. журн. МГУ, 2010.
 25. О соотношении понятий «концепция», «тип», «профиль», «формат» издания // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 8–13.
 26. Методология выявления жанровой стратегии СМИ // Жанровая стратегия современных российских масс-медиа: материалы III Всероссийской науч.-практ. конф. Самара, 2009.
 27. Методология журналистики: биографический метод // Русский язык в современном медиапространстве: материалы Междунар. науч.-практ. конф. 23–26 сентября 2009 г. Белгород, 2009.
 28. Мониторинг – метод современной журналистики // Реклама и журналистика: культурная эволюция. М.: Буквоед, 2009.
 29. Эксперимент как метод журналистского творчества // Коммуникатор XXI. М.: МГИ им. Е. Дашковой, 2008.
 30. «Клас Тур – метод» при обучении студентов в больших и малых группах // Преподавание журналистики: взгляд в будущее: материалы междунар. конф. по итогам проекта *Training for trainers* повышения квалификации преподавателей дисциплин СМИ. М.: Изд-во МГУ, 2007.
 31. Драматургия журналистского текста // Современная пресса: теория и опыт исследования. Ежегодник. М.: ВК: Фак. журн. МГУ, 2007.
 32. О соотношении понятий «метод», «методология» и «методика» познания в журналистике // Материалы III Междунар. науч.-практ. конф. памяти А. Р. Лурия. Белгород, 2007.
 33. Письмо на страницах современной прессы // Коммуникатор XXI. М.: МГИ им. Е. Дашковой, 2007.

34. Система жанров прессы: какой она может быть? // Эволюция жанров в истории журналистики. Самара, 2007.
35. Система жанров прессы: методология создания // Коммуникатор XXI. М.: МГИ им. Е. Дашковой, 2007.
36. Анализ журналистского текста: познавательный аспект // Основные методики социолингвистического анализа современной прессы / под ред. Е. Ю. Скороходовой. М.: РГСУ, 2006.
37. Социальное познание в журналистике // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. науч. тр. Междунар науч.-практ. конф. Белгород, 25–27 сентября 2006 г. Белгород, 2006.
38. Логические ошибки и уловки в дискуссионных и полемических текстах СМИ // Пресса и общество. Вып. 2. М.: Гуманитарный ин-т. М., 2005.
39. Еще раз о теории жанров печати // Акценты. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2004. Т. 11.
40. Расследовательские издания: содержательная типология // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2004. № 3.
41. Гиляровский – журналист-расследователь // Пресса и общество. Вып. 1. М.: Гуманитарный ин-т, 2004.
42. Методология социального познания в журналистике // Журналистика как средство общественного познания: материалы науч.-практ. семинара. 5 декабря 2002 г. М., 2003.
43. Публицистическая аргументация: резервы эффективности // Тенденции развития СМИ. М., 1991.
44. Внушение в убеждающем воздействии публицистики // Журналистика: проблемы эффективности. Владивосток: ДВГУ, 1990.
45. Совершенствование методов оценки явлений в печати // Журналистика и новое мышление. Проблема эффективности СМИ и перестройка. М.: Изд-во МГУ, 1990. Т. 2.
46. Совершенствование социального воздействия публицистики // Журналистика: пресса, телевидение, радио. Киев, 1990.
47. Резервы эмоционального воздействия портретного очерка // Советская журналистика в 1988 г. М.: Изд-во МГУ, 1989.
48. Контрпропагандистская аргументация: предпосылки убедительности // Актуальные проблемы молодежной печати. М.: МГУ, 1988.
49. Ценностная ориентация как метод публицистического воздействия на молодежную аудиторию // Актуальные проблемы молодежной печати. М.: Изд-во МГУ, 1988.

50. Нравственный идеал в публицистическом убеждении // Эффективность средств массовой информации в обществе. М., 1985.
51. Документальность и условность публицистической аргументации // Современная советская журналистика. М., 1985.
52. О надежности документальных свидетельств как доказательств в публицистике // Актуальные проблемы журналистики. М.: МГУ, 1981.
53. Природа ценностно-нормативных аргументов в публицистике // Вестник Московского университета. Сер.: Журналистика. 1979.

Статьи в журналах

1. Объективность информации в СМИ: достижима ли она? // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2018. Т. 37. № 1. С. 98–104.
2. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 1. С. 95–103.
3. Мнение журналиста: проблемы его обоснования в медиатекстах // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 3. С. 47–58.
4. Модели отечественной журналистики советского и современного периодов // Акценты: новое в журналистике и литературе. 2017. № 3–4. С. 8–14.
5. Прогноз в журналистском тексте: особенности обоснования // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 3. С. 306–320.
6. Расследовательская журналистика: жанровая структура // ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2017. № 2. С. 126–132.
7. Социальный факт: методы его реконструкции (на примере журналистского расследования) // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 8. С. 166–180.
8. «Черные рецензенты» – достижение или анахронизм? // Акценты: новое в журналистике и литературе. 2016. № 3–4. С. 8–12.
9. Журналистские расследования в России: типологическая трансформация // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 4. С. 607–617.

10. Модели аргументации в современных медиатекстах // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 6. С. 46–70.
11. По следам макрейнкеров (о журналистах-расследователях) // Новости ЕСИМО. 2016. № 10 (436). С. 22–23.
12. Сатирические интернет-сайты: типологические особенности // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2016. № 1. С. 130–135.
13. Жанровые особенности сатирической интернет-публицистики // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 6. С. 118–128.
14. Современная сатирическая публицистика в Интернете: функции, содержание, жанры // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2015. № 4. С. 156–162.
15. Эмпирическое познание в журналистике: методы, методология, методика // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). С. 51–57.
16. Антикоррупционные журналистские расследования на региональных сайтах // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 6. С. 176–191.
17. Журналистские расследования в отечественных СМИ: современное состояние // Медиаскоп. 2014. Вып. 2.
18. Интернет-публицистика: жанровый профиль // Ученые записки Казанск. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. Т. 156. № 6. С. 45–53.
19. Методологическая роль жанров в познавательной деятельности журналиста // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 4 (8). С. 42–49.
20. Несколько слов о главном // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 4 (8). С. 14–16.
21. О понятийной основе современной теории журналистики // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. № 6 (161). С. 290–295.
22. Русско-немецкий расследовательский интернет-портал «На дневной свет» («*Ans Tageslicht*»): опыт и перспективы развития // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. № 8 (162). С. 121–129.
23. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 212–217.

24. О соотношении технологии и творчества в современной журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 6.
25. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки: Филология. Журналистика. Педагогика. 2013. № 6.
26. Познание и характер знания в журналистике // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 3.
27. Проблемы расследований в российских СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 4.
28. Характер применения жанров в современных печатных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2.
29. Тенденции в использовании жанров на страницах современных печатных СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 5.
30. Концепция, формат и жанровая стратегия СМИ: соотношение понятий // Медиаскоп. 2010.
31. О соотношении понятий «концепция», «тип», «профиль», «формат» издания // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 8–13.
32. Состояние и перспективы развития системы жанров российских СМИ // Медиаскоп. 2010. Вып. 4.
33. Тип, профиль и формат издания // Медиаскоп. 2010. Вып. 1–3.
34. Анализ в СМИ результатов социальной деятельности // Ученые записки РГСУ. 2009. № 4.
35. Анализ журналистом условий социальной деятельности // Журналист. 2009. № 1.
36. Тип, профиль и формат издания: соотношение понятий // Медиаскоп. 2009.
37. Анализ в СМИ целей деятельности // Журналист. 2008. № 12.
38. Военный анализ в СМИ // Журналист. 2008. № 9.
39. Искусствоведческий анализ в СМИ // Журналист. 2008. № 3.
40. Исторический анализ в СМИ // Журналист. 2008. № 2.
41. Нравственный анализ: его своеобразие в прессе // Журналист. 2008. № 4.
42. Психоанализ в арсенале журналиста // Журналист. 2008. № 5.
43. Социологический анализ в прессе // Журналист. 2008. № 10.
44. Спортивный анализ в прессе // Журналист. 2008. № 7.

45. Средства деятельности и их анализ в СМИ // Журналист. 2008. № 11.
46. Статистический анализ в СМИ // Журналист. 2008. № 8.
47. Экономический анализ в СМИ // Журналист. 2008. № 1.
48. Юридический анализ в прессе // Журналист. 2008. № 6.
49. «Типология журналистских профессий» или «типология специализаций журналиста»? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2007. № 6. С. 68–73.
50. Актуальный процесс – особенности его анализа // Журналист. 2007. № 7.
51. Анализ ситуаций: своеобразие исследования // Журналист. 2007. № 8.
52. Анализ: чем он поможет журналисту? // Журналист. 2007. № 1.
53. Группировка данных – зачем и как она проводится? // Журналист. 2007. № 3.
54. Мониторинг в прессе: его технология // Журналист. 2007. № 10.
55. Объяснить – значит найти причину // Журналист. 2007. № 5.
56. Политический анализ в СМИ // Журналист. 2007. № 11.
57. Рейтинг явлений: как его проводить? // Журналист. 2007. № 9.
58. Синтез – путь обобщения // Журналист. 2007. № 2.
59. Событие: как его анализировать? // Журналист. 2007. № 6.
60. Типологическая характеристика явлений – знакомство с главным // Журналист. 2007. № 4.
61. Экономический анализ в прессе // Журналист. 2007. № 12.
62. «Остров Сахалин» А. П. Чехова: опыт журналистского расследования // Вестн. Гуманитарного ин-та. 2006. № 2.
63. Анкетирование – метод журналиста // Журналист. 2006. № 8.
64. Ассоциация – метод журналистики // Журналист. 2006. № 11.
65. Биографический метод: особенности применения в журналистике // Вестн. Гуманитарного ин-та. 2006. № 2.
66. Документ – основа прочная // Журналист. 2006. № 4.
67. Есть наблюдение – есть живой текст // Журналист. 2006. № 2.
68. Жизнь – через биографию // Журналист. 2006. № 10.
69. Когда документ начинает говорить // Журналист. 2006. № 7.
70. Коммуникативные стратегии и журналистский текст // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2006. № 4–5.
71. Лучше раз увидеть ... // Журналист. 2006. № 5.
72. Мысленный эксперимент... // Журналист. 2006. № 9.

73. Пушкин: у истоков журналистского расследования // Вестн. Гуманитарного ин-та. 2006. № 1(5).
74. Свидетельство: как его применить в тексте // Журналист. 2006. № 3.
75. Свой маневр у интервью // Журналист. 2006. № 6.
76. Цифра – материя тонкая // Журналист. 2006. № 1.
77. Аналогия – зыбкий мостик на незнакомый берег // Журналист. 2005. № 5.
78. Вопрос хорош осмысленный // Журналист. 2005. № 7.
79. Дедукция – «принуждение» к достоверным выводам // Журналист. 2005. № 10.
80. Доказательство – броня для мысли // Журналист. 2005. № 2.
81. Законы логики – берега мысли // Журналист. 2005. № 6.
82. Классификация: явлений выявить родство // Журналист. 2005. № 1.
83. Норма – пределы должного // Журналист. 2005. № 11.
84. Опровержение: неправды обнажить лицо // Журналист. 2005. № 3.
85. Оценка – угол зрения на факты // Журналист. 2005. № 9.
86. Понятие: предмета суть определить // Журналист. 2005. № 4.
87. Предположение – проекция возможного // Журналист. 2005. № 10.
88. Программа – путь к цели // Журналист. 2005. № 12.
89. Суждение – познания исток // Журналист. 2005. № 5.
90. Факт – фигура конкретная // Журналист. 2005. № 8.
91. Заголовок – слово главное... // Журналист. 2004. № 1.
92. Индукция: от факта – к обобщению // Журналист. 2004. № 9.
93. Моделирование – условный выстрел по цели // Журналист. 2004. № 12.
94. Не пускайте Емелю на царский трон // Журналист. 2004. № 7.
95. Нужно ли управлять информационными процессами? // Журналист. 2004. № 4.
96. От версии – к истине // Журналист. 2004. № 11.
97. Пресс-конференция: старт новой темы... // Журналист. 2004. № 2.
98. Реконструкция – «машина времени» для журналиста... // Журналист. 2004. № 4.
99. Сравнение – «перпетум мобиле» мысли журналиста // Журналист. 2004. № 8.

100. «Вопрос-ответ» – жанр емкий // Журналист. 2003. № 3.
101. «Круглый стол»: поиск ответов // Журналист. 2003. № 9.
102. Дискуссия в прессе // Журналист. 2003. № 7.
103. Жанровая структура современной российской прессы // Ученые записки. 2003. Вып. 2. Журналистика.
104. Колонка редактора: слово о главном // Журналист. 2003. № 4.
105. Легенда тайною манит // Журналист. 2003. № 2.
106. О науке – популярно // Журналист. 2003. № 6.
107. Обзор писем – забытый жанр? // Журналист. 2003. № 8.
108. Очерк – король жанров // Журналист. 2003. № 5.
109. Пресс-клуб: диалог профессионалов // Журналист. 2003. № 12.
110. Расследовательская журналистика: проблемы и тенденции развития // Журналистика: Информационное пространство. 2003. № 5.
111. Сенсация – выстрел без промаха // Журналист. 2003. № 10.
112. Слухами полнятся СМИ... // Журналист. 2003. № 11.
113. Эпиграф тон задаст // Журналист. 2003. № 1.
114. Журналист идет по следу // Журналист. 2003. № 8.
115. Заметка – жанр заметный // Журналист. 2003. № 7.
116. Записок путевых узоров... // Журналист. 2003. № 9.
117. Зарисовка – свет и тени // Журналист. 2002. № 11.
118. Интервью вездесущего лик // Журналист. 2002. № 2.
119. Корреспонденцию так просто написать // Журналист. 2002. № 2.
120. Миг жизни явит репортаж // Журналист. 2002. № 3.
121. Мониторинг суть проявит // Журналист. 2002. № 1.
122. Раздумьями пленит эссе // Журналист. 2002. № 6.
123. Риторика и жанры газеты // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2002. № 1.
124. Сенсация – выстрел без промаха // Журналист. 2002. № 10.
125. Статья анализом сильна // Журналист. 2002. № 5.
126. Тенденции жанрообразования в современной прессе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2002. № 2.
127. Эпитафия – слово памяти // Журналист. 2002. № 12.
128. Анкета многое расскажет // Журналист. 2002. № 8.
129. Гипотеза – обманчивый союзник // Журналист. 2002. № 4.

130. Игра – дело азартное // Журналист. 2002. № 1.
131. Комментарий – чуткий жанр // Журналист. 2002. № 5.
132. Обзором прессу вразумить // Журналист. 2001. № 7.
133. Опрос – зеркало мнений // Журналист. 2001. № 9.
134. Отчета точная строка // Журналист. 2001. № 10.
135. Портрет попробуйте создать // Журналист. 2001. № 3.
136. Пресс-релиз любезен пресс // Журналист. 2001. № 11.
137. Резюме – жанр лаконичный // Журналист. 2001. № 12.
138. Рейтинг – метод и жанр СМИ // Журналист. 2001. № 6.
139. Эпитафия слово памяти // Журналист. 2001. № 2.
140. Анекдот – приправа острая // Журналист. 2000. № 10.
141. Беседа – жанр прессы // Журналист. 2000. № 9.
142. В жанре Кассандры // Журналист. 2000. № 2.
143. Газета помогает разобраться // Журналист. 2000. № 1.
144. Дать совет непросто // Журналист. 2000. № 5.
145. Исповедь – жанр прессы // Журналист. 2000. № 2.
146. Как казаки газету сделали... // Журналист. 2000. № 4.
147. Народ хавает. Пока не тошнит... // Журналист. 2000. № 3.
148. Не глядеть в рот правителям... // Журналист. 2000. № 7.
149. Памфлетом жечь сердца людей // Журналист. 2000. № 12.
150. Пародии нескудные тона // Журналист. 2000. № 11.
151. Розыгрыш – жанр «крутой» // Журналист. 2000. № 7.
152. Сатиры острая стрела // Журналист. 2000. № 4.
153. Такие вот истории // Журналист. 2000. № 8.
154. Торжество духовности // Журналист. 2000. № 10.
155. Ты пишешь имя свое... // Журналист. 2000. № 5.
156. Тяжела ты, шапка рецензента // Журналист. 2000. № 6.
157. У «Курьера» курьерская скорость // Журналист. 2000. № 9.
158. Что может малая пресса // Журналист. 2000. № 2.
159. Эксперимент – дело тонкое // Журналист. 2000. № 1.
160. «А зная зароем на огороде» // Журналист. 2000. № 10.
161. Версия – инструмент журналиста // Журналист. 2000. № 11.

Сведения об авторах

Белините Алина Викторовна – преподаватель кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Вартанова Елена Леонидовна – доктор филологических наук, профессор, член-корреспондент РАО, заведующая кафедрой теории и экономики средств массовой информации, декан факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Денисова Ирина Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Замков Андрей Владимирович – научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Колесниченко Александр Васильевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Корконосенко Сергей Григорьевич – доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой теории журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета

Лазутина Галина Викторовна – кандидат филологических наук, доцент, старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Олешко Владимир Федорович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

Олешко Евгений Владимирович – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

Свитич Луиза Григорьевна – доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Лаборатории по изучению зарубежной печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Смирнова Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Стебловская Софья Борисовна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Тулупов Владимир Васильевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета

Фролова Татьяна Ивановна – доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Шкондин Михаил Васильевич – доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

**ИССЛЕДОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТВОРЧЕСТВА:
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ.
ПАМЯТИ А. А. ТЕРТЫЧНОГО**

коллективная монография

Ответственный редактор: *О. В. Смирнова*

Редактор
Ю. С. Узунова

Оформление обложки
А. В. Баланцевой

Дизайн и верстка
Ю. В. Романовой

Подписано в печать 18.01.2021.
Формат 60x84/16. Объем 11,2 усл. печ. л.

