

Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет

А.П. КОРОЧЕНСКИЙ

МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА:  
ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

Сборник научных и публицистических работ



Белгород  
2015

ББК 76.0  
К 68

Публикуется по решению редакционно-издательского совета факультета журналистики НИУ «БелГУ» от 30 июня 2015 г.

Научные рецензенты:

*А.А. Тертычный* – профессор факультета журналистики МГУ;  
*Л.Е. Кройчик* – профессор факультета журналистики ВГУ

**Короченский А.П.**

К 68      Мировая журналистика: история, теория, практика :  
сборник науч. и публицистич. работ / А.П. Короченский ;  
ред.-сост. С.Г. Торчинский. – Белгород : ИД «Белгород»  
НИУ «БелГУ», 2015. – 240 с.

ISBN 978-5-9571-1131-3

Сборник научных и публицистических работ профессора Белгородского государственного национального исследовательского университета А.П. Короченского адресован преподавателям и студентам факультетов и отделений журналистики, представителям педагогической науки, журналистам-практикам.

**ББК 76.0**

*Светлой памяти моих родителей  
Таисии Кондратьевны  
и Петра Ивановича  
Короченских*

## ОГЛАВЛЕНИЕ

От автора .....	6
В контексте мировой науки и практики (от редактора-составителя) .....	7
<b>ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ</b>	
Мост между двумя мирами. Публицистика Хосе Марти 1880-х гг. как явление межкультурной коммуникации .....	10
У истоков медиакритики: Хосе Марти о североамериканской прессе 1880-х гг. ....	32
Историко-культурные истоки классификационного своеобразия жанровой системы испаноязычной периодики .....	44
<b>ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ</b>	
Медиакритика как оценочное познание социального функционирования СМИ .....	48
Регулятивная роль медиакритики .....	57
Медиакритика в Финляндии (в соавторстве с Ю. Пиетиляйненом) .....	74
Этические «табу» в журналистике: самоцензура или нравственная культура самоограничения? .....	86
Специфика классификационного деления жанров испаноязычной периодики .....	90
Хроника в испаноязычной периодике .....	105
Свидетельство (el testimonio): особый жанр или дискурсивная форма презентации фактов? .....	113
Отечественная журналистская наука: между прошлым и будущим .....	118
<b>МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И ЖУРНАЛИСТИКА</b>	
Медиаобразование: миф или реальность? .....	127
Медиаобразование в России: не только внешние трудности и препятствия .....	132
Медиаобразование как фактор демократизации телевидения (европейский опыт) .....	138
Медиаобразование и формирование гражданственности россиян: проблемы и перспективы .....	150
Медиаобразование и медиакритика .....	161

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Глобальная медийная политика: реальность или фантом?.....	164
Историческая судьба и значение концепции «нового международного информационного и коммуникационного порядка»: взгляд из XXI века .....	173
Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке .....	179
Международный христианский медиамониторинг и медиа-критика в глобализированном мире .....	189

## **МЕДИАКРИТИЧЕСКАЯ ПУБЛИЦИСТИКА**

Источники кризиса доверия .....	196
Журналистика «секонд хэнд» .....	205
Приглашение в кошмар .....	213
Любят ли французы телевизионное порно? .....	223

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

<b>ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ А.П. КОРОЧЕНСКОГО</b> .....	226
---	-----

## *От автора*

Автор выражает свою признательность и благодарность многоуважаемым коллегам и друзьям, великодушная помощь и поддержка которых позволила осуществить многое из представленного в сборнике:

– Сергею Григорьевичу Корконосенко, профессору Санкт-Петербургского университета;

– Николаю Ивановичу Бусленко, профессору Южного Федерального университета;

– Александру Викторовичу Фёдорову, проректору Таганрогского государственного педагогического института, профессору;

– Виктору Владимировичу Сбруеву, профессору Российского университета дружбы народов;

– Каарле Норденстренгу, почетному профессору Университета Тампере, бывшему президенту Международной организации журналистов (Финляндия);

– Хулио Гарсиа Луису, бывшему председателю Союза журналистов Кубы, а ныне – декану факультета социальных коммуникаций Гаванского университета;

– Ласаре Пеньонес Мадан и Мириам Родригес Бетанкур, преподавателям этого факультета;

– Мануэлю Паресу Майкасу, почетному профессору Автономного университета Барселоны (Каталония – Испания).

## **В КОНТЕКСТЕ МИРОВОЙ НАУКИ И ПРАКТИКИ**

**(От редактора-составителя)**

Выход этой книги приурочен к 60-летию юбилею её автора – декана факультета журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета, доктора филологических наук, профессора Александра Петровича Короченского. Публикация сборника избранных работ известного в России и за рубежом исследователя – это знаковое событие, плод многолетней научной и публицистической деятельности, вершина которой пришлось на недавнее десятилетие. В 2005 г. А.П. Короченский, который двумя годами ранее защитил докторскую диссертацию в Санкт-Петербургском госуниверситете, открывшую в нашей стране новое научное направление – теория и практика медиакритики, был приглашён ректоратом БелГУ для создания первого в Белгородской области факультета журналистики. Образование белгородского журфака было задумано губернатором области Е.С. Савченко, который стремится превратить БелГУ в классический университет мирового уровня, способный вести многопрофильную подготовку специалистов для Белгородчины, других регионов России и зарубежья.

Так состоялся переезд учёного из Ростова-на-Дону, в котором прошли его студенческие годы и протекало становление как преподавателя и исследователя журналистики, на родину предков, в Белогорье.

Около ста лет назад малоземельные крестьяне – уроженцы Белгородского края в поисках лучшей доли в массовом порядке выезжали на «вольные земли». Были среди них и будущие дедушки и бабушки Александра Петровича, волею судьбы осевшие на Дону, где он родился и вырос.

В конце XX – начале нового века ситуация радикально изменилась. Белгородская область преобразилась в стремительно развивающийся, передовой инновационный регион, ставший центром притяжения для многих учёных и специалистов.

До переезда в Белгород за плечами А.П. Короченского уже был солидный опыт преподавательской работы с российскими и зарубежными студентами, а также научной деятельности – и не только в Ростовском госуниверситете, в МГУ, РУДН, но и в зарубежных вузах. В Белгороде начался новый этап творческой активности учёного.

За период работы в Белгороде под научным руководством А.П. Короченского подготовлено и успешно защищено восемь кандидатских диссертаций. Среди учеников профессора – перспективные вузовские работники, сегодня преподающие на белгородском журфаке: доцент кафедры журналистики И. И. Карпенко, старший преподаватель этой же кафедры А.А. Никитенко, сотрудница Управления науки и инноваций НИУ «БелГУ» С.И. Шатохина. Под научным руководством А.П. Короченского выполнили и успешно защитили диссертации журналисты-практики: О.Л. Шевцов – ныне директор издательского дома «Мир Белогорья», объединяющего основные областные издания, О.В. Быкова – обозреватель службы радиовещания ГТРК «Белгород», в недавнем прошлом руководитель этой службы. Часть диссертаций, выполненных под руководством А.П. Короченского, посвящена зарубежным СМИ и международной журналистике. В Южном Федеральном университете успешно трудится доцент В.Д. Фатымина, защитившая кандидатскую диссертацию об актуальных проблемах развития ежедневной газетной периодики и медиакритики Германии. Ученик белгородского профессора, москвич М.А. Бондарь подготовил и успешно защитил работу о трансформации периодики Словакии в постсоциалистический период. Гражданин Йемена, руководитель новостной службы Аденского телевидения Шафель Али Шаиф Хусейн выполнил диссертационное исследование о функционировании арабоязычного новостного спутникового ТВ в условиях глобализации.

А.П. Короченский создал и редактирует высокорейтинговый научный журнал «Научные Ведомости БелГУ», серия «Гуманитарные науки», включенный ВАК в список ведущих российских научных изданий.

В сборнике, выходящем в свет в канун юбилея белгородского учёного, представлен широкий спектр творческих работ Александра Петровича, реализованных по преимуществу за последние 10-15 лет. Выход такого сборника обусловлен необходимостью системно представить творчество автора, собрав воедино разрозненные статьи, публиковавшиеся в различных изданиях как в России, так и за рубежом, чтобы читатель получил представление об их концептуальном единстве, о взаимосвязи и новизне представленных в них научных идей. Размышления о злободневных проблемах текущей медийной практики воспроизведены в разделе медиакритической публицистики. Здесь публикуются статьи, в которых научный подход, документированная доказательность выводов сочетается с экспрессивным выражением мысли публициста-



медиакритика. Хотя написаны эти работы были в начале 2000-х, они и по сей день в значительной степени сохраняют свою актуальность и публицистическую заострённость.

Собранные под одной обложкой, эти работы позволяют представить диапазон научных интересов учёного, широту его исследовательского и гражданского кругозора. Без сомнения, сборник станет ценным источником не только для студентов, но и преподавателей университетских факультетов и отделений журналистики. Эту книгу не назовёшь продуктом экзерсисов провинциального профессора. Мысль автора простирается гораздо дальше привычного круга тем, которым обычно очерчено научное творчество учёного «из глубинки». Масштабность и уровень разработки поднятых проблем свидетельствует об основательной включенности А.П. Короченского в мировой научный дискурс в области журналистики и массовых коммуникаций. Это подтверждают, в частности, его научные публикации, увидевшие свет в авторитетных изданиях Испании, Швеции, Польши, Чехии, Белоруссии и Украины.

Проникновению в круг глобальных проблем журналистики способствовали как участие А.П. Короченского в международных научных конгрессах и конференциях в России и за рубежом, так и научная и преподавательская работа в ведущих зарубежных университетах: Гаванском и Нью-Йоркском, Автономном Барселонском (Каталония – Испания), университетах Хельсинки и Тампере (Финляндия), Силезском университете (Польша) и других вузах ближнего и дальнего зарубежья. С 2010 года декан белгородского журфака является штатным профессором магистратуры по журналистике в Высшей Гуманитарной школе в Силезии (Польша).

Десять лет назад Белгородский госуниверситет, а вместе с ним и вся белгородская земля приобрели в лице Александра Петровича действительно современного учёного и организатора журналистского образования, глубоко постигшего его актуальные потребности и перспективы, способного соотносить достижения и проблемы отечественной журналистики и журналистской науки с мировой наукой и практикой.

**Проф. С.Г. Торчинский,  
заслуженный работник культуры России**

# ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

## МОСТ МЕЖДУ ДВУМЯ МИРАМИ. Публицистика Хосе Марти 1880-х гг. как явление межкультурной коммуникации<sup>1</sup>

Публицистическое наследие выдающегося кубинского общественного деятеля, просветителя и поэта Хосе Марти (1853-1895 гг.) издавна было и остаётся отправной точкой для дискуссий, направленность которых нередко задавалась политическими и идеологическими установками их участников. Бесспорный моральный авторитет Марти, прозванного Апостолом освобождения, притягательность его взглядов для широкой публики порождали стремление «присвоить» его наследие путём одностороннего, тенденциозного истолкования как на Кубе в дореволюционный и послереволюционный периоды, так и в США, Советском Союзе<sup>2</sup>. Характерной особенностью трудов, увидевших свет на Кубе и в СССР, являлась акцентировка антиамериканской позиции Хосе Марти.

Находясь в вынужденной эмиграции в Соединённых Штатах, публицист интенсивно сотрудничал с редакциями латиноамериканских эмигрантских изданий в Нью-Йорке, а также рядом газет и журналов, издававшихся в странах Южной и Центральной Америки – главным образом, с крупнейшими, наиболее влиятельными газетами того времени. В 1881 г. Марти становится нью-йоркским кор-

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано: Короченский А.П. Мост между двумя мирами (Публицистика Хосе Марти как явление межкультурной коммуникации). // *Rocznik Prasoznawczy. Rok VIII, Wyższa Szkoła humanitas. Sosnowiec.* 2014. s. 33-52.

<sup>2</sup> См. работы, посвященные различным аспектам политического и идейного наследия Марти: Роиг де Леучсенринг, Е. Хосе Марти – антиимпериалист. М., 1962; *Vida y pensamiento de Martí*, 2 vols., La Habana. 1942; *Martí, el Apostol.* La Habana. 1942; Almendros, H.: *Nuestro Martí.* La Habana. 1972; Benítez, J.A.: *Martí y Estados Unidos.* La Habana. 1983; González M.P. *José Martí, su circunstancia y su tiempo.*// *Martí, J.: Esquema ideológico. Selección, prefacio, glosas y notas por M.P. González e I. Schulman.* México. 1961; Ibarra, J.: *José Martí: dirigente político y ideólogo revolucionario.* La Habana. 1980; Martínez Bello, A.: *Martí antiimperialista y conecedor del imperialismo.* La Habana. 1986; Martínez Estrada, E.: *Martí, revolucionario.* La Habana. 1974; Morales, S.: *Ideología y luchas revolucionarias de José Martí.* la Habana, 1984; Roca, B.: *José Martí, revolucionario radical de su tiempo.* La Habana, 1962; Fernández Retamar, R.: *Martí.* La Habana, 1970; Fernández Retamar, R.: *Martí en su (tercer) mundo.*// *Martí J.: Páginas Escogidas. T.1.* La Habana, 1985; etc.

респондентом венесуэльской газеты «La Opinión Nacional» («Мнение Нации») и крупной аргентинской газеты «La Nación» («Нация»), сотрудничество с которой продолжилось до 20 мая 1891 г. Публицистические произведения Марти о Соединенных Штатах, включенные впоследствии в цикл «Североамериканские сцены», появлялись на страницах «La Nación» и других латиноамериканских изданий (в частности газет «La Opinión Pública» («Общественное мнение», Венесуэла), «Partido Liberal» («Либеральная партия», Мексика), «La República» (Гондурас). Подсчитано, что Марти в период с 1883 по 1892 гг. направил более двухсот хроник о Соединённых Штатах для опубликования в различных периодических изданиях Латинской Америки<sup>1</sup>.

Тематически этим работам близки произведения публициста, увидевшие свет в 1880-е годы в латиноамериканских эмигрантских изданиях в Нью-Йорке. Так, в 1883-1884 гг. Марти-публицист сотрудничал с редакцией нью-йоркского испаноязычного журнала «La América» и редактировал это издание. «Межамериканский журнал» с таким названием был основан в 1882 г. в Нью-Йорке группой латиноамериканских эмигрантов как «ежемесячное издание, посвященное развитию сельского хозяйства, индустрии и торговли в испаноамериканских странах». Журнал распространялся как среди латиноамериканцев, проживавших в Соединенных Штатах, так и в странах Центральной и Южной Америки. По мнению Хосе Марти, назначенного редактором, журнал должен был стать изданием, предназначенным разъяснять латиноамериканцам образ мыслей и действий, преобладающий в Соединенных Штатах, знакомить их с новостями науки и техники, давать ответы на все важные вопросы, возникающие у читателей из испаноговорящих стран континента в связи с Соединенными Штатами, а также знакомить североамериканцев с малоизвестными реалиями Латинской Америки, с ее природными богатствами и экономическим потенциалом, историей и культурой населяющих ее народов. Таким образом, журнал «La América» призван был служить, по замыслу Марти, задачам представления и обсуждения «интересов и мыслей двух Америк» в соответствии с объективными потребностями развития межамериканских отношений.

---

<sup>1</sup> Suardíaz, Luis. José Martí y sus Escenas Norteamericanas. <http://www.fenix.co.cu/marti/jmescenas.htm>;

П.М. Гонсалес отметил, что Марти превратился в 1880-е годы «в самого читаемого публициста во всей Испаноамерике – и не только в связи с тем, что направлял свои корреспонденции в газеты и журналы Центральной и Южной Америки, но также и потому, что многие другие органы прессы перепечатывали их из изданий, опубликовавших оригиналы»<sup>1</sup>. Исследователь пришёл к выводу, что масштабность и яркость публицистического портрета Соединённых Штатов, созданного Хосе Марти, превосходит всё, что было написано об этой стране в 1880-е годы. Ему вторит Х. Маринельо, писавший: «По общему мнению, не существует более точного и полного изображения Соединённых Штатов 1880 – 1895 годов, чем то, которое было дано в многочисленных статьях и исследованиях Хосе Марти, посвященных американской жизни»<sup>2</sup>. Масштабность картины североамериканского общества, воспроизведенной публицистом, отмечают и авторы с Кубы и из Коста-Рики<sup>3</sup>.

Стремление создавать культурные мосты между Северной и Латинской Америкой отражено в программной статье Марти «Намерения журнала «La América» при новых владельцах», опубликованной в январском номере этого издания за 1884 г. Марти полагал, что «La América» будет способствовать более обстоятельному взаимознакомлению двух Америк благодаря освещению экономических отношений и культуры этих частей американского континента, столь различных по историческим традициям и менталитету населения. Журнал и его ведущий автор – Хосе Марти – должны были разъяснять латиноамериканцам образ мыслей и действий, преобладающий в Соединённых Штатах, знакомить их с новостями науки и техники, давать ответы на все важные вопросы, возникающие у читателей из испаноговорящих стран континента в связи с Соединёнными Штатами,

Марти акцентировал популяризаторскую, просветительскую направленность журнала, объясняя это тем, что страны Центральной и Южной Америки, нуждающиеся в более совершенных и продуктивных, научно обоснованных методах производства, испыты-

---

<sup>1</sup> Gonzales, M.P.: José Martí, Epic Chronicler of the United States in the Eighties. Habana. 1961. P. 17.

<sup>2</sup> Цит. по: Чернявский Б.Б. Хосе Марти <http://historystudies.org/2012/06/chernyavskij-b-b-xose-marti/>

<sup>3</sup> Becali, Ramón. Martí Corresponsal. Editorial Orbe. La Habana, Cuba. 1976; Villalobos Jiménez, Alfredo. La misión de periodismo en José Martí // InterSedes: Revista de las Sedes Regionales. Vol. XI.núm. 21. La Universidad de Costa Rica. Costa Rica. 2010, pp. 136-146.

вающие недостаток в современных орудиях труда, должны узнать, «каковы они, и сколько стоят, и сколько труда сберегают, и где продаются...». Журнал должен был восполнить дефицит знаний, выступая своего рода посредником между североамериканскими производителями и поставщиками оборудования, технологий и их латиноамериканскими потребителями, рассказывая о «полезных и эффективных» машинах и материалах, способах производства, описывая их качества и рациональное применение. Руководитель журнала считал одним из значимых направлений деятельности в этой области рецензирование новейшей североамериканской технической и сельскохозяйственной литературы.

Интерес латиноамериканских современников к произведениям Марти о США объяснялся не только выдающимся мастерством публициста, но и ростом на континенте интереса к северному соседу. В последней четверти XIX века быстро развивающиеся Соединённые Штаты постепенно становятся для латиноамериканских элит новым полюсом экономического и культурного притяжения. В этот период наблюдалась постепенная переориентация элиты молодых республик с прежних хозяйственных и культурных связей с Западной Европой (как с «матерью-Испанией», так и с интеллектуальной меккой передовых латиноамериканцев того времени – Францией) на отношения с быстро растущим северным гигантом, представлявшим иной тип цивилизационного устройства. Соединённые Штаты к тому времени находились на пике индустриализации, а южные соседи всё ещё пребывали на аграрной стадии. В Латинской Америке сохранялись архаичные общественные и производственные отношения, мешавшие развитию.

Переписка Марти с Б. Митре, издателем аргентинской «La Nación», также подтверждает намерение публициста содействовать своим творчеством взаимоознакомлению Южной и Северной Америк. Особую актуальность этой деятельности придавали проявившиеся в этот исторический период экспансионистские устремления США на континенте, прикрываемые лозунгами панамериканизма. Немаловажным оставался вопрос о том, будут ли справедливыми и равноправными развивающиеся отношения двух Америк. Предостерегая в связи с этим против чрезмерного оптимизма, Марти отмечал, что в неизбежном сближении двух частей американского континента есть польза, но есть и опасность.

В 1891 г. Марти прекращает сотрудничество с латиноамериканскими изданиями ввиду активного участия в подготовке освободительной войны на Кубе против испанских колонизаторов и в создании политических основ будущей кубинской республики.

В североамериканских хрониках Марти описывал интеллектуалов, политиков, банкиров, боксеров, священников, бандитов; дал портреты героев гражданской войны 1860-х гг.; писал об освоении поселенцами западных территорий и скандалах с подкупом избирателей, о театральных сезонах; рассказывал о внешней политике дяди Сэма. В живописных бытописательных очерках была представлена жизнь рядовых американцев. Яркими красками описано празднование знаменательных событий: открытие в Нью-Йорке Бруклинского моста и монумента Свободы, столетие американской конституции.

Публицистическое творчество Марти североамериканского периода рассматривалось в монографии М.П. Гонсалеса «Хосе Марти – эпический хроникер Соединённых Штатов в восьмидесятые годы». В этой работе, первое издание которой увидело свет в США в 1953 г., характеризуется часть произведений публициста, написанных для газеты «La Nación» и других латиноамериканских изданий в период жизни и работы Марти в Нью-Йорке. Монография М.П. Гонсалеса отражает тенденциозный подход этого автора к отбору материала для исследования: он оставил без должного внимания ряд остро критических работ Марти о Соединенных Штатах (о политической жизни, избирательном процессе, экспансионистской внешней политике).

Ряд работ из цикла «Североамериканские сцены», отобранных с целью продемонстрировать антиимпериалистические взгляды Марти, его неприятие негативных последствий развития капитализма в США, был опубликован в советский период на русском языке<sup>1</sup>. Вместе с тем в опубликованном сборнике отсутствуют некоторые работы, характеризующие другие аспекты отношения публициста к североамериканской действительности его времени – например, отражающие его восхищение созидательной энергией американского народа, создавшего за исторически короткий срок экономически и технологически мощное государство.

В советский период среди работ отечественных исследователей наследия Марти преобладали работы, призванные доказать ан-

---

<sup>1</sup> Марти Х. Североамериканские сцены. М.: ГИХЛ, 1964.

тиимпериалистическую направленность его творчества и политической деятельности – в частности с использованием произведений публициста североамериканского периода<sup>1</sup>. Представители советской литературоведческой науки (В. Листов и др.) изучали в основном поэтическое творчество Марти и рассматривали его публицистику в контексте художественно-литературного творчества<sup>2</sup>. До второй половины 1990-х публицистика Хосе Марти не исследовалась в России как особая область его творчества, имевшая ярко выраженные черты идейно-мировоззренческого и творческого своеобразия.

В то время как советские и современные кубинские авторы видели в Марти прежде всего революционера-антиимпериалиста, Х. Маньяч характеризовал его как «иррационального романтика», творчество которого можно постичь только «посредством интуиции или инстинкта»<sup>3</sup>.

**Цель и задачи работы.** Столь существенный разброс в оценках творческого наследия Марти оставляет на повестке дня исследователей вопрос об основательной *реинтерпретации* его публицистики – без тенденциозной заданности, с учётом всех её значимых содержательных и формальных аспектов на основе контент-анализа.

Попытки подобной реинтерпретации представлена в более ранних работах автора этих строк<sup>4</sup>. Вместе с тем впервые рассмат-

---

<sup>1</sup> Григулевич И.Р. Хосе Марти. Предвестник кубинской революции. М., 1979; Терновой О.С. Национальный герой Кубы Хосе Марти – борец против империализма США. // Новая и новейшая история. 1962. №1; Терновой О.С. Хосе Марти. М., 1966 и др.

<sup>2</sup> См., напр.: Столбов В. Пути и жизни. (О творчестве популярных латиноамериканских писателей). М. 1985.

<sup>3</sup> Mañach H. Martí, el Apostol. Primer Festival del libro cubano. s/l, s/f.

<sup>4</sup> Короченский А.П. Публицистика Хосе Марти (1853-1895) Дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук по специальности 10.01.10-журналистика. РГУ. Ростов-на-Дону. 1998; Короченский А.П. Публицистика Хосе Марти (1853-1895 гг.) Идейно-мировоззренческая система творчества публициста-просветителя. Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону. 1998. 84 сс.; Короченский А. П. Концепция журналистики Хосе Марти (статья первая) // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2009 №3 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-zhurnalistiki-hose-marti-statya-pervaya>; Короченский А. П. Концепция журналистики Хосе Марти (статья вторая) // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки 2009 №4 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-zhurnalistiki-hose-marti-statya-vtoraya>; Короченский А. П., Шатохина С. И. У истоков медиакритики: Хосе Марти о североамериканской прессе 1880-х гг. // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика 2009 №12 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/u-istokov-mediakritiki-hose-marti-o-severoamerikanskoy-pressе-1880-h-gg>

ривается такой важный аспект публицистики выдающегося кубинца, как его роль в межкультурной коммуникации между народами Латинской Америки и Соединённых Штатов на начальной стадии их активного взаимоознакомления (в последней четверти XIX в.). Данная работа посвящена изучению публицистического наследия Марти с целью определения вклада публициста в ознакомление латиноамериканцев с культурой и образом жизни северного соседа – Соединённых Штатов. В первую очередь речь идёт о произведениях Марти, написанных во время его пребывания в Нью-Йорке, в период активного сотрудничества публициста с латиноамериканской прессой<sup>1</sup>.

В связи с этим большое значение приобретают *тематический анализ* произведений Марти, изучение *эволюции его публицистических оценок* различных сторон североамериканской действительности. Исследование *жанрового спектра* работ Марти-публициста, обычно характеризуемых в испаноязычной литературе как «хроники», позволит выявить особенности освещения жизни северного соседа Латинской Америки.

**Тематика произведений Х. Марти.** «Североамериканские сцены» представлены публицистическими работами Марти, относящимися к различным тематическим блокам.

К примеру, с июня 1883 г. по ноябрь 1884 г. на страницах журнала «La América» были опубликованы 64 работы Марти, относящиеся к следующим проблемно-тематическим блокам:

- образование и профессиональная подготовка;
- сельское хозяйство;
- экспортные возможности стран Латинской Америки, межамериканская торговля;
- индейская проблема в Латинской Америке;
- литература и культура народов «нашей Америки»;
- литература и культура Соединённых Штатов;
- европейская литература и культура;
- эмиграция на американский континент;
- новости науки и техники, включая рецензии на научные, научно-технические и научно-популярные издания и публикации в периодике.

---

<sup>1</sup> Публицистические тексты Марти изучались в основном в версиях, представленных в полном собрании сочинений этого автора, изданном в Гаване в 1960-е гг. В дальнейшем это собрание обозначается аббревиатурой ОС (Obras Completas).



К наиболее значительным работам публициста относятся *произведения о выдающихся представителях культуры и общественной жизни Соединённых Штатов* (У. Уитмене<sup>1</sup>, Г.У. Лонгфелло<sup>2</sup>, Р.У. Эмерсоне<sup>3</sup>, протестантском проповеднике, борце за отмену рабства Г.У. Бичере<sup>4</sup>). Эти персонажи публицистики Марти были представлены в его работах как могучие созидатели, борцы за обновление жизни, предполагающее освобождение людей от угнетения и духовного рабства. Этико-гуманистический идеал личности, по Марти, воплощался главным образом в публицистическом образе интеллектуального и морального лидера своего времени, борца за свободу, человека высокой духовности, первооткрывателя новых путей, готовящего людей к движению по этим путям. Это был образ Учителя – творца, просветителя, гуманиста, который пользуется достигнутыми им высотами не для того, чтобы утвердить своё превосходство и господство над другими, но чтобы помочь им возвыситься.

Таким Учителем предстаёт в публицистике Марти североамериканский философ Р.У. Эмерсон – продолжатель просветительской духовной традиции, проповедник интеллектуальной самостоятельности людей, сторонник гармоничных взаимоотношений человека и природы, считавший неестественным противопоставление человеческой цивилизации и натурального мира. Философ учил, что в отношениях с природой человек должен чувствовать себя «великим созидателем», но не покорителем природы. Марти, во многом разделявший взгляды Эмерсона и испытавший его духовное влияние, стремился содействовать своей публицистической деятельностью широкому распространению этих воззрений, предвосхищавших современную экологическую мысль и формировавших новое, более зрелое мироощущение человека.

Публицист одним из первых по достоинству оценил могучий поэтический талант американского поэта-бунтаря Уолта Уитмена, его свободолюбие и свободомыслие, нежелание следовать ложным условностям и стереотипам в поэзии и в жизни. Марти назвал Уитмена «самым смелым поэтом своего времени», объясняя творческую и человеческую смелость поэта его неистребимым свободо-

---

<sup>1</sup> El poeta Walt Whitman // OC. T.13.

<sup>2</sup> Longfello. //OC. T.13.

<sup>3</sup> Emerson. // OC. T.13. P.17-30.

<sup>4</sup> Henry Ward Beecher. Su vida y su oratoria. // José Martí. Páginas Escogidas. La Habana. 1985. T.1. P.239-254.

любим. Свобода для кубинского гуманиста – это условие духовной гармонии личности, а борьба за неё – путь к высшему духовному равновесию.

Таким образом, мартианскому идеалу личности, воплощенному в публицистике североамериканского периода, присуще свободолюбие, которое получает своё наивысшее воплощение в духовной свободе, в свободомыслии. Марти полагал, что только жажда свободы (которую он именовал «современной религией») придаёт смысл жизни человека.

Публицист использовал интерес читателей к выдающимся личностям Северной Америки для утверждения своего гуманистического идеала человека, для распространения в обществе новых представлений о предназначении людей и об их творчески-преобразующей деятельности, высвобождающей созидательную энергию и разрушающей многовековое религиозно-фаталистическое отношение к жизни, консервирующее пассивность людей и социальный застой. Публицистическое творчество Марти послужило своего рода интеллектуальным мостом между Северной и Латинской Америкой, благодаря которому люди к югу от Рио-Гранде могли ознакомиться с передовыми идеями своих североамериканских современников, получить духовный импульс в борьбе за освобождение своих стран от духовной спячки и олигархических тираний.

**Образование как ключевой фактор прогрессивной социальной трансформации.** В публицистике Марти уже на ранних этапах его творчества проблемы социального преобразования были тесно увязаны с проблемой просвещения, что определялось специфическими чертами общественного идеала публициста. Просвещение рассматривалось им не как изолированный от материальной сферы, самодовлеющий двигатель социальной трансформации, но как обязательное условие этой трансформации, духовная база мобилизации человеческого фактора, его приспособления к изменяющимся условиям производства и обмена, к новым общественным отношениям. В представлении Марти просвещение – это решающий фактор прогрессивных экономических и социальных перемен, гораздо более значимый, нежели верхушечные политические революции. Именно этим обстоятельством объясняется повышенный интерес публициста к системе образования в США, способствовавшей

быстрому выходу этой страны в число мировых экономических и технологических лидеров.

Наиболее значительными и глубокими по содержанию являлись принадлежащие перу Марти публикации в журнале «La América» по вопросам образования и профессиональной подготовки. Публицист писал о развитии системы образования в США, в частности, о продуктивных попытках заменить устаревшее схоластическое образование более современными моделями образовательного процесса и учебными заведениями нового типа, сконцентрированными более на изучении прикладных наук и ремёсел в противовес изучению мёртвых текстов. В творчестве публициста североамериканского периода работы об американской системе образования занимают особо важное место.

Так, он описывал учебные заведения в США, ориентированные учащихся на квалифицированную производственную деятельность<sup>1</sup>. В статье «Учиться на фермах», открывающей эту серию публикаций, публицист призвал наладить практическое обучение работников аграрного сектора методам высокопроизводительного труда, эффективного использования техники и орудий производства, чтобы преодолеть неестественное состояние, когда «плодороднейшие земли, с их богатством культивируемых растений, приносят мало плодов – гораздо меньше, чем могли бы, из-за рутинных и устаревших систем их возделывания, применяемых в наших странах, и по причине использования архаичных орудий труда». Марти доказывал, что латиноамериканские государства не только способны в изобилии снабжать себя аграрными продуктами, но и производить их на экспорт, умножая национальные богатства и создавая материальную основу для технического обновления сельского хозяйства за счет импорта современных орудий труда из США и других развитых стран.

Однако публицист высказал также и твердое убеждение в том, что импорт новых сельхозорудий сам по себе не решает проблему подъема аграрного сектора в Латинской Америке: необходимо правильно и эффективно применять современную технику и инструменты, при этом следует учитывать «характер» (особенности менталитета и психологии) латиноамериканцев, призванных использовать эти орудия труда. Предвосхищая исследования социологов XX века, посвященные последствиям международных технологи-

---

<sup>1</sup> Trabajo manual en las escuelas.//OC, T.8, PP. 285-287,

ческих трансферов, Марти выдвинул идею о том, что перенос техники и технологий из Соединенных Штатов в Латинскую Америку не может быть одномерным механистическим процессом, поскольку приобретенные в США орудия труда и технологии будут применяться в иных климатических и социокультурных условиях, а латиноамериканский работник воспитан в иных моральных и трудовых традициях, нежели работники в Соединенных Штатах. В связи с этим публицист прозорливо указал на возможность конфликта «детской цивилизации» трудящихся-латиноамериканцев и североамериканской «зрелой цивилизации». Марти полагал, что при обучении латиноамериканцев передовым методам труда необходимо взять из североамериканского опыта действительно полезное, подвергая этот опыт проверке практическим применением и отказываясь от его элементов, непродуктивные в условиях Латинской Америки.

Продолжая рассматривать в просветительском ракурсе проблему преодоления отсталости «нашей Америки», Марти доказывал на страницах журнала, что существующей в латиноамериканских странах системе образования недостает подлинной научности и практической направленности. Проблема реформирования системы образования была рассмотрена также и в других работах Марти, опубликованных в журнале: статьях «Школа механики» (сентябрь 1883 г.), «Школа электричества», «Школа искусств и ремесел» (ноябрь 1883 г.). В них был описан опыт постановки профессионального обучения в Соединенных Штатах, Европе и Никарагуа, полезный для латиноамериканских стран, где профессиональное образование еще находилось в стадии зарождения.

Выступая за обучение, тесно связанное с потребностями жизни, вместе с тем Марти решительно высказался против сугубо утилитарных моделей образования – например, в работе «Индийская проблема в Соединенных Штатах», опубликованной в «La Nación» 18 февраля 1886 г.<sup>1</sup> Поводом для обращения публициста к проблемам образования на этот раз послужил выход в свет официального доклада секретаря по внутренним делам, посвященного положению индейского населения в Соединенных Штатах, в частности обучению индейских детей в специальных школах, отдельно от родителей и в отрыве от традиций их народа. Анализ правительственного доклада послужил для публициста отправной точкой для развития

---

<sup>1</sup> El problema indio en los Estados Unidos // OC. T. 10.

своих взглядов на характер и содержание образования: Марти убеждал избегать сугубо зауженного подхода к народному образованию, ведущего к формированию в США общества духовно обедненных людей, незнакомых с высшими достижениями человеческой мысли и творческого гения.

Марти полагал, что его работы послужат импульсом к пересмотру схоластической системы образования в латиноамериканских странах, оторванной от жизни и не готовящей новые поколения к рациональному умелому, созидательному труду, способному вывести эти страны из состояния экономической и технической отсталости. Публицист отмечал, что существующая в странах Латинской Америки модель образования не готовит людей к деятельности такого рода: в латиноамериканских школах и университетах господствует схоластика, обучение оторвано от потребностей жизни. В статье «Латинский ум», опубликованной в «La América» в ноябре 1884 г., публицист писал: «В Южной Америке убивает своего сына тот, кто дает ему только университетское образование»<sup>1</sup>.

В статье «Уважение к нашей Америке», опубликованной в журнале «La América» в августе 1883 г., Марти убеждал латиноамериканцев, что отношение к ним в мире во все большей степени зависит от успеха их продуктивной деятельности в различных областях, от неприметных внешне, но весомых заслуг множества созидателей: изобретательных и умелых землепользователей, строителей железных дорог, предпринимателей, специалистов высокой квалификации, творческих работников. Если раньше для латиноамериканца мерилom успеха в жизни было участие в очередной «победоносной революции», приносящее чины и богатство, либо выгодный брак, то в новую эпоху главным качеством, ведущим к всеобщему признанию, становится плодотворная созидательная деятельность, базирующаяся на научных знаниях и практических умениях. Марти с удовлетворением писал, что в Латинской Америке все меньше значат «люди оружия», и все больше значения приобретают «люди мира» – творческие, целеустремленные<sup>2</sup>.

Статьи Марти об опыте развития образования в США, появившиеся на страницах журнала, не только аргументировали необходимость коренного реформирования системы образования в латиноамериканских государствах, но и предлагали основные

---

<sup>1</sup> *Mente latina* // ОС, Т.6, PP.24-25.

<sup>2</sup> *Respeto a nuestra América* // ОС, Т. 8, P. 23.

направления реформ и конкретные преобразовательные меры на основе пристального изучения североамериканского опыта.

### *Публицистические работы о политической системе США.*

Существенное внимание в «Североамериканских сценах» уделено характеристике политической системы США. В начальный период пребывания в Нью-Йорке Марти, испытавший гнёт испанского колониализма и каудильистских режимов в странах Центральной Америки, воспринял политическое устройство США как «благородный образец» передовой демократии. В 1880 г. в нью-йоркской газете «Нонг» появилась восторженная статья Марти «Впечатления об Америке». Публицист писал: «Ни в одной стране мира, где мне довелось побывать, меня ничто по-настоящему не поражало. Здесь же я был поражен. ... Я попал в страну, где все люди кажутся мне хозяевами своей судьбы».

По мере углубления познаний о жизни Соединённых Штатов оценка описываемых публицистом явлений эволюционировала, становилась более взвешенной, а нередко – и более критичной. Характерно, что в творческом наследии публициста отсутствуют работы, в которых были бы наделены чертами выдающихся личностей современные Марти американские политические деятели. Исключением является очерк об американском президенте Гарфилде<sup>1</sup>, созданный в сентябре 1881 г., в начальный период пребывания публициста в США. Президент Гарфилд, погибший в результате террористического акта, характеризовался в очерке как умудрённый и человечный политический деятель. Однако в дальнейшем Марти фактически отказался от этого очерка, упомянув, что он создавался после убийства Гарфилда на основе материалов североамериканской прессы, без достаточного глубокого и обстоятельного изучения его деятельности, а потому не может служить объективным политическим портретом президента<sup>2</sup>. Другие же очерки публициста о североамериканских политиках характеризуют их как людей противоречивых (очерк о герое гражданской войны генерале Гранте<sup>3</sup>), либо же лицемерных и жестоких.

Первоначально публицист характеризовал политическую систему Соединённых Штатов как передовую демократию, своего рода образец для латиноамериканцев. Наблюдая и описывая полити-

<sup>1</sup> Garfield. // OC. Т.13. P. 199-233.

<sup>2</sup> Carta testamento literario a Gonzalo de Quesada.// OC, Т.I, P. 25-29.

<sup>3</sup> El general Grant.// José Martí. Páginas Escogidas. La Habana. 1985. Т.1. P.255-300.

ческую практику США, Марти пришел к выводу, что совершенствование демократии должно идти не путем создания дополнительных политических и организационных структур, а прежде всего путем просвещения граждан, развития их политической культуры. Он писал: необходимо «улучшить голосующую массу», формировать «полнокровный и умный дух у большинства», которое «живет более желаниями, нежели идеями», в результате чего «публичным голосованием почти всегда избирается «большой человек» города, почти всегда это торговец голосами...». «Много голосов продается, продаются и покупаются депутаты», – приходит к выводу публицист в дальнейшем после более основательного ознакомления с реальной политической жизнью Соединённых Штатов<sup>1</sup>.

«Улучшение голосующей массы» виделось Марти, в частности, через усиление просветительской нагрузки периодической печати (анализ воззрений публициста на социальную роль журналистики представлен в статьях о мартианской концепции журналистики). Если печать по тем или иным причинам не выполняет роль общественного просветителя и контролера, демократии угрожает опасность деградации. Даже самая совершенная демократическая система с развитыми институтами деградирует, если она не опирается на сознательных, просвещенных, хорошо информированных граждан – активных участников демократического процесса. Марти, полагавший, что без просвещения народа невысказана подлинная демократия, писал: «Если нация не заботится о том, чтобы духовно возвысить народные массы – она становится нацией лакеев... Ибо кто не стремится возвысить дух и сознание народа, прозябающего в невежестве, тот добровольно отрекается от своей свободы»<sup>2</sup>.

Публицист был убежден, что в странах с низким уровнем культуры населения существует перманентная тенденция к установлению авторитарных форм правления. В эссе «Наша Америка», опубликованном в мексиканской газете "El Partido Liberal", он писал, что в латиноамериканских странах диктатуры будут неизбежно возникать вновь и вновь по причине бескультурья и невежества населения: необразованная масса неповоротлива и робка в вопросах, требующих интеллектуальных усилий с её стороны, она хочет, чтобы ею управляли хорошо, но поддается и дурному прав-

---

<sup>1</sup> Nueva York en manos de rufianes // ОС, Т.10. Р. 43.

<sup>2</sup> Марти Х. Североамериканские сцены. М., 1964. С. 88.

лению, осуществляемому через притеснение<sup>1</sup>. В свою очередь, интеллектуальная пассивность масс создает предпосылки для прихода к власти невежественных людей, не признающих сомнений, склонных по причине своего бескультурья к насильственному разрешению спорных вопросов и привычных к агрессивному стилю поведения. В этих условиях образованные люди, склонные к рефлексии, к критической оценке своих действий, к поиску широкого общественного согласия, оказываются оттесненными от государственного управления.

Произведением, подводящим своего рода итог многолетним наблюдениям Хосе Марти за политической жизнью Соединённых Штатов, сопряжения увиденного с реалиями латиноамериканских стран, является статья «Характер», напечатанная в кубинской эмигрантской газете «Patria». Марти писал: «...Энтузиасты, уставшие от тираний, уважают институты североамериканского народа без их достаточного изучения, не замечая, что они не смогли предотвратить превращения янки-демократа, янки-универсалиста в авторитарного, алчного, агрессивного янки, и что эти институты есть не более чем регламентация прав, которая призвана держать в определенных рамках народ, находящийся в состоянии внутренних раздоров, но которую нарушают чаще, чем ей следуют...»<sup>2</sup>.

Предостерегая латиноамериканцев от бездумного копирования политического устройства США, Марти писал в то же время об огромной созидательной энергии американского народа, о его достижениях в науке и технике, в освоении новых земель на западе страны, а также о бытовой культуре американцев, замечая в ней как позитивные стороны, заслуживающие внимания латиноамериканцев, так и негативные элементы.

Не остались без пристального внимания публициста и острые социальные проблемы страны, связанные с положением индейцев, эмигрантов, промышленных рабочих. Марти одним из первых отразил трагические события в Чикаго в мае 1886 г., завершившиеся смертной казнью лидеров чикагских рабочих. В память об этих событиях II Интернационал объявил Первое мая международным пролетарским праздником – Днем солидарности. Характерно, что в хронике, опубликованной в аргентинской «La Nación», публицист характеризует этот эпизод «социальной войны в Чикаго» как

---

<sup>1</sup> Nuestra América.// José Martí. Páginas Escogidas. La Habana. 1985. T.1. P. 157-168.

<sup>2</sup> Carácter // OC, T.2, P.75-79.



«ужасную драму». Марти полагал, что источником раскола, насилия и террора в обществе могут быть не только могущественные и богатые люди, склонные к насилию, но и отчаявшиеся бедняки, которые перестали верить в возможность улучшения своего положения и от безысходности склоняются к классовой мести и кровавому переделу. Марти описал причину распространения в тот период анархистского террора в Соединенных Штатах: «Рабочий чувствует себя загнанным зверем...»<sup>1</sup>. Публицист приходит к выводу, что террор, «эта война против всех», находит среди угнетенных почву тогда, когда применяемые ими мирные средства отстаивания своих прав оказываются исчерпанными, когда не срабатывают или отсутствуют социальные механизмы взаимокompенсации интересов.

В хронике «Индейцы в Соединенных Штатах», опубликованной в «La Nación» 3 декабря 1885 г., Марти характеризовал положение американских индейцев после образования США и государственную политику создания индейских резерваций. Он всесторонне осветил негативные последствия, к которым привело лишение индейцев привычного образа жизни, традиционных занятий, вызвавшее моральную деградацию индейского народа и усугубившее его и без того бедственное положение. Публицист показал, что никакие меры помощи индейцам не достигнут своей цели, если те не найдут своё новое место в жизни, если «индеец не вернет себе свою чистую душу и не поднимется до состояния гражданина».

Наряду с такими мерами решения индейской проблемы, как отзыв кабальных договоров индейских племён с федеральным правительством, наделение каждой семьи отдельным земельным участком для ведения самостоятельной хозяйственной деятельности, Марти предлагал просветительский рецепт изменения бедственного положения индейского народа: он полагал, что оно должно начинаться с образования. Публицист подводил читателя к выводу, что расходы на образование, «учитывающее потребности, природу и будущее тех, кто его получает», гораздо более разумны и перспективны, нежели расходы на содержание резерваций – «селений, которые представляют собой не более чем дорогостоящие тюрьмы»<sup>2</sup>.

**Бытовая культура и нравы американцев.** Многие хроники Марти содержат картины повседневной жизни и развлечений жите-

---

<sup>1</sup> La drama terrible. La guerra social en Chicago // OC. T.11, P. 333.

<sup>2</sup> Los Indios en los Estados Unidos // OC T.10.P. 321-327.

лей США: в них описаны праздники (Пасха, Рождество, встреча Нового года, День Благодарения и пр.)<sup>1</sup>, организация досуга, сцены городской жизни богачей и бедняков<sup>2</sup>, обычаи и жизнь представителей различных национальных общин (ирландской, итальянской, немецкой, китайской и др.)<sup>3</sup>, образовавшихся в «стране эмигрантов» – Соединенных Штатах.

Публикации о бытовой культуре населения США, с одной стороны, удовлетворяли естественный познавательный интерес латиноамериканских читателей, в те времена ещё незнакомых с укладом жизни северных соседей. С другой стороны, эти работы несли в себе не только познавательную, но и оценочную нагрузку. Марти использовал бытоописательные хроники для создания панорамной картины Соединенных Штатов. Эта эпическая картина, включавшая описания политической жизни, рабочего движения, системы образования в США, достижений науки и техники, была бы неполной и неточной без описания повседневной жизни, устремлений и нравов людей. Поскольку публицист считал мерилom действительного прогресса любого общества человеческие качества людей, которых это общество формирует, хроники о быте и нравах призваны были наглядно показать, каково «человеческое измерение» североамериканского общества.

К числу нравоописательных очерков относятся работы Марти, посвященные описанию отношения североамериканцев к профессиональному спорту и нравов болельщиков: «Призовой бокс» и «Варвары-марафонцы»<sup>4</sup>. Марти воспринял как глубокое унижение человеческого достоинства и поведение профессиональных спортсменов, которые шли на всё ради того, чтобы получить возделенный приз, и реакцию зрителей на жестокие сцены, порождающие ассоциации со зверскими зрелищами, которые устраива-

---

<sup>1</sup> Las Pascuas.- Pascuas y Christmas.//OC, T.9, PP.199-212; Año Nuevo // OC, T.9, PP. 213-220; El Día de Gracias.//OC, T.10, PP.127-141; «Decoration Day» // OC. T. 10, PP. 255-264, etc.

<sup>2</sup> Coney Island.//OC, T.9, pp. 105- 122; Nieves, gozos y tristezas.//OC, T.9, PP.243-251; La vida de verano en los Estados Unidos: pobres, ricos, campamentos religiosos, sucesos notables. //OC, T.11. PP. 47-53; Susesos y costumbres.//OC,T.12. PP.15-21; Por la baía de Nueva York. El verano de los pobres.//OC, T.12. PP. 23-29, etc.

<sup>3</sup> La nueva Liga Irlandesa.//OC, T.9, pp. 411-421; Crimenes y problemas.// OC, T.10, pp.155-165; Los obreros de Alemania y los de Estados Unidos.//OC, T.10, pp. 450-458; Un funeral chino. Los chinos en Nueva York.//OC, T.12, pp.77-86; El asesinato de los italianos.//OC, T.12, pp. 493-501, etc.

<sup>4</sup> Una pelea de premio.//OC, T.9, P. 253-259; Los bárbaros caminadores.//OC, T.9. P.265-267.

лись для черни в древнем Риме. Публицист писал, что люди толпами приходят на ипподром Мэдисон не для того, чтобы наблюдать триумф человеческих возможностей, но чтобы «видеть и приветствовать овациями транс, возвращающий человека к скотскому состоянию». Приведенное в хронике сравнение профессионального спорта с состязаниями древнегреческих олимпийцев, которые были соревнованием не только телесных, но и духовных качеств состязателей, еще в большей степени обнажает несоответствие нравов американских обывателей с понятиями о гуманности и духовности.

Как и во многих других произведениях публициста, описание частного явления (в данном случае – нравов спортсменов и болельщиков) открывает дорогу для размышлений и заключений более общего характера – о духовно-нравственном состоянии всего североамериканского общества, о степени его действительной цивилизованности. Хроники о профессиональном спорте содержат нравственный урок, приводя читателя к выводу об ущербности внешне процветающей цивилизации, представители которой видят друг в друге прежде всего источник выгоды или бездуховного развлечения.

Хотя хроники Марти были посвящены описанию жизни и нравов жителей Соединённых Штатов, весьма отличающихся от образа жизни населения современных публицисту латиноамериканских государств, их основной целью являлось формирование национального самосознания латиноамериканцев. В конце XIX в. проблема национально-культурного самоопределения приобрела в Латинской Америке особую значимость в условиях расширения контактов двух миров – североамериканского (с преобладающей англосаксонской культурной первоосновой, на формировании которой сказался протестантизм) и латиноамериканского (с его формирующейся креольской синтетической культурой с отпечатком католицизма, впитавшей как европейские, главным образом испано-португальские и французские культурные влияния, так и элементы африканских и индейских культур). Не случайно, что одна из североамериканских хроник Марти так и озаглавлена: «События в другом мире».

***Жанровое своеобразие публицистики Марти.*** Контакты публициста с североамериканской действительностью и журналистикой США отразились и в жанровых характеристиках его творчества. В ряде произведений Марти, относящихся, по характеристике

испаноязычных исследователей, к жанру хроники, на первый план выходит репортажное начало. Жанр репортажа, освоенный к тому времени журналистами США, в 1880-е гг. ещё не был распространён в латиноамериканской периодике.

Элементы репортажности встречаются во многих произведениях Марти-публициста. Ярким примером этого является работа «Бруклинский мост», опубликованная в июньском номере журнала «La América» за 1883 г.<sup>1</sup> Она повествовала об открытии 24 мая того же года в Нью-Йорке моста, который по сей день считается одним из выдающихся памятников инженерной мысли и крупнейших строений в истории человечества. Написанная по горячим следам события, работа содержит описания, свидетельствующие о присутствии автора на месте события, а также многочисленные цифры и факты, дающие представление читателям о грандиозности сооружения. Повествованию присуща живость, образность, наглядность. Марти сравнивает размеры моста с размерами египетских пирамид, доказывая, что по своим масштабам свершение американских инженеров и рабочих сопоставимо с этим «чудом света». Таким образом, по своим жанровым характеристикам «Бруклинский мост» вплотную приближается к репортажу.

Отчетливо выраженный репортажный характер имеет и хроника «Праздник статуи Свободы»<sup>2</sup>, датированная 29 октября 1886 г. и повествующая об открытии накануне в нью-йоркской гавани гигантского монумента Свободы, ставшего символом Соединенных Штатов. Хроника начинается с патетической апологии свободе, богато насыщенной образными, метафорическими элементами. Публицист, воспевающий вольность, сожалеет о том, что вынужден писать о празднике открытия «без праздника в душе»: «ужасно говорить о тебе, свобода, когда не имеешь тебя», – поскольку родина Марти, Куба, всё ещё не свободна. Далее следует подробное репортажное описание праздничных мероприятий, реакции нью-йоркцев на открытие символического монумента. Такое описание способствует созданию эффекта присутствия автора – очевидца описываемых событий. Репортажные элементы в рамках одной работы сочетаются с историческими экскурсами, с размышлениями публициста, в результате чего создается многоплановое, многослойное про-

---

<sup>1</sup> El puente de Brooklin.//OC, T.9, pp. 423-433.

<sup>2</sup> Fiestas de la estatua de la Libertad // Martí J.: Letras fieras. La Habana. pp. 238-239.

изведение, способное привлечь внимание широкой массы читателей с самыми разными вкусами, с различным культурным уровнем.

Для творчества Марти-публициста характерно использование очерковых форм, основанных на документальной реконструкции событий по рассказам очевидцев, публикациям североамериканской прессы. К числу подобных очерков – документальных реконструкций относится текст «Как создаётся новый город в Соединенных Штатах»<sup>1</sup>, опубликованный в венесуэльской газете «La Opinión Pública» (1889). В ней Марти описал процесс заселения государственных земель в штате Оклахома и образования на них нового поселения – процесс стремительный (с исторической точки зрения), но в то же время исключая постоянное наблюдение публициста за ходом освоения поселенцами бывшей голой равнины и создания на ней городка со всеми типичными атрибутами североамериканского уклада жизни – железнодорожной станцией, банком, газетой и, наконец, выборами. Очерк, создававшийся на основе публикаций прессы о заселении Среднего Запада США, представляет собой обобщенный, типический образ этого процесса, своего рода социологическое исследование, выполненное средствами публицистики. То, что происходило в оклахомском городке Гатри, можно было наблюдать и во многих десятках таких же городков на осваиваемых новых землях. Именно такого рода обобщение, освобождающее повествование от второстепенных деталей и подробностей, придавало эффект эпичности публицистическому отображению реалий Соединенных Штатов 1880-х гг.

В условиях переориентации экономических и культурных связей Латинской Америки с Европы на Соединенные Штаты, впечатляющего (и привлекательного для многих латиноамериканцев) экономического и технологического развития Севера Америки и – вследствие этого – растущего стремления части элитных групп решать проблемы развития своих республик путем копирования североамериканского опыта, публицистика Марти предлагала картину жизни США, выполненную в «человеческом измерении». Направляя в редакции крупнейших газет Латинской Америки свои хроники о жизни США, Марти помогал латиноамериканскому читателю лучше осознать свою национально-культурную самобытность, самоценность синтетичной культуры, рождающейся на кон-

---

<sup>1</sup> Como se crea un pueblo nuevo en los Estados Unidos // Martí, J.: Letras fieras. La Habana. pp.301-310

тиненте к югу от Рио-Гранде, осмыслить своё существенное отличие как от европейцев, так и североамериканцев – представителей англосаксонской цивилизации, увидеть недостатки собственного общественного и экономического устройства, осознать архаизм некоторых распространённых культурных стереотипов, мешающих развитию. Призывы к освоению позитивных элементов североамериканской культуры сочеталось в работах Марти с осуждением и отвержением порядков, нравов и обычаев, идущих вразрез с гуманистической установкой публициста и, нередко, с менталитетом и эмоциональным миром латиноамериканцев. Хосе Марти, предостерегавший жителей континента от экспансионизма США и демонстрировавший острые проблемы этой страны, вместе с тем был чужд антиамериканизма, признавая огромный созидательный потенциал и достижения населения США и выступая за равноправный и плодотворный диалог культур.

### Литература

1. Almendros, H.: *Nuestro Martí*. La Habana. 1972.
2. Becali, Ramón. *Martí Corresponsal*. Editorial Orbe. La Habana, Cuba. 1976.
3. Benítez, J.A.: *Martí y Estados Unidos*. La Habana. 1983.
4. González M.P. *José Martí, su circunstancia y su tiempo.*// Martí, J.: *Esquema ideológico*. Selección, prefacio, glosas y notas por M.P. González e I. Schulman. México. 1961.
5. Ibarra, J.: *José Martí: dirigente político y ideólogo revolucionario*. La Habana. 1980.
6. Fernández Retamar, R.: *Martí*. La Habana, 1970.
7. Fernández Retamar, R.: *Martí en su (tercer) mundo.*// Martí J.: *Páginas Escogidas*. T.1. La Habana, 1985.
8. Gonzales, M.P.: *José Martí, Epic Chronicler of the United States in the Eighties*. Habana. 1961.
9. Mañach H. *Martí, el Apostol*. Primer Festival del libro cubano. s/l, s/f.
10. ;Martínez Bello, A.: *Martí antiimperialista y conocedor del imperialismo*. La Habana. 1986.
11. Martínez Estrada, E.: *Martí, revolucionario*. La Habana. 1974.
12. Morales, S.: *Ideología y luchas revolucionarias de José Martí*. la Habana, 1984.
13. Roca, B.: *José Martí, revolucionario radical de su tiempo*. La Habana, 1962.

14. Suardíaz, Luis. José Martí y sus Escenas Norteamericanas. <http://www.fenix.co.cu/marti/jmescenas.htm>
15. Vida y pensamiento de Martí, 2 vols., La Habana. 1942.
16. Villalobos Jiménez, Alfredo. La misión de periodismo en José Martí // InterSedes: Revista de las Sedes Regionales. Vol. XI.núm. 21. La Universidad de Costa Rica. Costa Rica. 2010, pp. 136-146.
17. Григулевич И.Р. Хосе Марти. Предвестник кубинской революции. М., 1979.
18. Короченский А.П. Публицистика Хосе Марти (1853-1895) Дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук по специальности 10.01.10-журналистика. РГУ. Ростов-на-Дону. 1998.
19. Короченский А.П. Публицистика Хосе Марти (1853-1895 гг.) Идеино-мировоззренческая система творчества публициста-просветителя. Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону. 1998.
20. Короченский А. П. Концепция журналистики Хосе Марти (статья первая) // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2009 №3 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-zhurnalistiki-hose-marti-statuya-pervaya>
21. Короченский А. П. Концепция журналистики Хосе Марти (статья вторая) // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки 2009 №4 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-zhurnalistiki-hose-marti-statuya-vtoraya>;
22. Короченский А. П. У истоков медиакритики: Хосе Марти о североамериканской прессе 1880-х гг. // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика 2009. № 12 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/u-istokov-mediakritiki-hose-marti-o-severoamerikanskoj-presse-1880-h-gg>
23. Марти Х. Североамериканские сцены. М.: ГИХЛ, 1964.
24. Роиг де Леучсенринг, Е. Хосе Марти – антиимпериалист. М., 1962;
25. Терновой О.С. Национальный герой Кубы Хосе Марти – борец против империализма США. // Новая и новейшая история. 1962. N1.
26. Терновой О.С. Хосе Марти. М., 1966..
27. Столбов В. Пути и жизни. (О творчестве популярных латиноамериканских писателей). М. 1985.

## У ИСТОКОВ МЕДИАКРИТИКИ: ХОСЕ МАРТИ О СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ 1880-х гг.<sup>1</sup>

Медиакритика (критика средств массовой информации, анализирующая, интерпретирующая и оценивающая различные аспекты медийного содержания и социального функционирования СМИ) превратилась в наши дни в привычную область журналистики развитых государств. Однако её становление происходило в течение длительного исторического периода, и этот процесс отличался асинхронностью протекания, учитывая различия в уровне развитости национальных медиасистем, специфику экономического, политического и социокультурного развития стран мира, где стало возможным появление медиакритики.

Оформлению критики средств массовой информации в качестве особой области журналистской деятельности в XX в. предшествовала деятельность отдельных критиков прессы в веке предшествующем – публицистов, деятелей искусства и культуры, общественных активистов. Обнаружив огромный потенциал воздействия периодической печати, которая впервые приобрела во второй половине XIX в. подлинно массовую аудиторию, наиболее прозорливые современники вместе с тем обратили внимание и на теневые стороны прессы.

В числе первых критиков, описавших и оценивших как положительные, так и отрицательные стороны периодики в Новом Свете, оказался выдающийся кубинский лидер освободительного движения, публицист, мыслитель и поэт, просветитель Хосе Марти (1853-1895 гг.). Оказавшись в вынужденной эмиграции в США с 1880 по 1895 гг., он стал свидетелем стремительного развития массовой североамериканской прессы. Марти сотрудничал в 1880-е годы с редакциями крупных нью-йоркских газет «The Hour» и «The Sun» в качестве автора статей, изучил большое количество публикаций североамериканских изданий, то есть имел возможность убедиться воочию, что представляет собой периодика США, в том числе ведущие газеты, имеющие своей основной целью извлечение прибыли от рекламной деятельности и продажи тиража. Он назы-

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано: Короченский А. П.. У истоков медиакритики: Хосе Марти о североамериканской прессе 1880-х гг. // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика 2009 № 12

URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/u-istokov-mediakritiki-hose-marti-o-severoamerikanskoj-pressе-1880-h-gg>



вал периодику подобного рода «коммерческой прессой» («esta prensa de negocio»)<sup>1</sup>.

В первые годы своего пребывания в Соединенных Штатах кубинский изгнанник, первоначально идеализировавший некоторые стороны североамериканской действительности и политической системы США, во многом позитивно оценивал роль печати в общественной жизни этой страны. Марти был впечатлен большими возможностями гигантских предприятий прессы, каковыми стали в 1880-е годы ведущие газеты Соединенных Штатов, с их большими штатами сотрудников, способными обеспечить оперативный сбор и освещение новостей, с широким использованием телеграфа и новейшей полиграфической техники, позволяющей наладить выход многостраничных газетных выпусков несколько раз в день. Марти писал в хронике из Нью-Йорка: «Я видел эти газеты изнутри. Это по меньшей мере гигантские машины». Публицист именовал большую газету с её бурным ритмом деятельности «лихорадочным предприятием» («la empresa febril»)<sup>2</sup>.

В североамериканских хрониках, предназначенных для опубликования в аргентинской газете «La Nación», мексиканской «El Partido Liberal», журнале «La América» (Нью-Йорк) и других изданиях, Марти неоднократно описывал слаженную, профессиональную работу репортерских групп ведущих газет страны, занятых освещением президентских выборов, публичных мероприятий, природных бедствий и т.д., давал высокую оценку оперативной деятельности редакций. Однако уже в первых суждениях о коммерчески ориентированной прессе в Соединенных Штатах проявилось критическое отношение Марти к некоторым проявлениям журналистики подобного рода. Оно переросло впоследствии в стойкое неприятие рыночных практик, поскольку характер «коммерческой прессы» диаметрально противоречил просветительским взглядам Марти на социальную роль журналистики<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Martí, José: El monumento de la prensa. Los periodistas de Nueva York. // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T. 11. p. 197.

<sup>2</sup> Martí, José: Correspondencia particular de «El Partido Liberal». Johnatan y su continente.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12. p.160.

<sup>3</sup> Об идейных позициях Марти и его воззрениях на журналистику см.: Короченский А.П. Публицистика Хосе Марти (1853-1895). Идеино-мировоззренческая система творчества публициста-просветителя. Международный институт журналистики и филологии: Ростов-на-Дону. 1998; Он же: Концепция журналистики Хосе Марти. (Статья первая)// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». БелГУ. – Белгород. 2009. №6 (61), вып. 3, с. 49-58; Концепция журналистики Хосе Марти

Кубинский публицист, волей судьбы ставший летописцем Соединенных Штатов восьмидесятых годов XIX века, неоднократно наблюдал реакцию коммерческой прессы на различные конфликтные ситуации в североамериканском обществе, в частности нередкие в тот период конфликты между трудом и капиталом. Проницательный наблюдатель, Марти не мог не отметить, что «коммерческая пресса», адресованная массовой читательской аудитории и декларирующая свое служение всему обществу, на деле стоит на стороне экономически и политически могущественного меньшинства и весьма пристрастна в вопросах, затрагивающих сохранение его могущества. Такой подход к освещению острейших социальных проблем не мог устраивать Марти, полагавшего, что печать должна служить всем гражданам, а не отдельным лицам или социальным группам.

Марти неоднократно отмечал в своих публицистических работах необъективность и несбалансированность в освещении многих событий и явлений, свойственные коммерческой прессе. Как правило, необъективность имела место в случаях, когда так или иначе затрагивались интересы высших слоев общества. В частности Марти был возмущен реакцией крупнейших американских газет «Herald» и «Tribune», которые выступили с нападками и несправедливыми обвинениями в адрес рабочих-стачечников, отстаивающих свои элементарные права в конфликте с работодателями. «Печать, на которую наложили руку богатые, за редким исключением, защищает богатых. Голодающий бедняк не находит сочувствия», - к такому выводу приходит Марти в хронике «Балы, политика и забастовки» после почти десятилетнего наблюдения за деятельностью «коммерческой прессы» США, (хроника была опубликована в аргентинской газете «La Nación» 30 марта 1889 г.)<sup>1</sup>. Публицист отчетливо видел нежелание коммерческих изданий осложнять отношения с властью имущими политиками и экономически могущественными группами, а также их стремление избежать критики, затрагивающей основы общественной и политической системы, существующей в Соединенных Штатах. Он характеризовал такое поведение прессы как трусость.

---

(Статья вторая) // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки, 2009. – № 14 (69). – Вып. 4. с. 24-33.

<sup>1</sup> Martí, José: Bailes, política y huelgas. // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12. P. 145.

В хронике «Нью-Йорк во власти шутов» (1884 г.), раскрывающей злоупотребления в ходе избирательной кампании, включая прямой подкуп избирателей, Марти с возмущением писал, что «та самая печать, которая боится потерять свое влияние на массы и свою прибыль, не говорит об этих вещах из-за страха противопоставить себя тем, кто заправляет в избирательных округах». Публицист дал уничижительную характеристику деятелям «коммерческой прессы», которые потакают власти предрержащим и денежной аристократии: «они смотрят вверх в надежде получить чаевые. Наружность прислужников и отталкивающая улыбка лакеев!»<sup>1</sup>.

От внимания публициста не укрылось отсутствие реального интереса «коммерческой прессы» к жизни трудового человека, будь он рабочим, или предпринимателем, или же представителем иной социальной группы. Как и в целом интереса к производственной сфере жизни общества, к области материального и духовного творчества, которые Марти считал чрезвычайно важной, заслуживающей пристального внимания прессы, если та действительно заинтересована в воспитании новых поколений деятельных творцов, способных преобразовать мир.

Хосе Марти отмечал, что ориентированные на прибыль издания, озабоченные преимущественно развлечением читателя, проявляют интерес к производству лишь изредка – тогда, когда в поле их зрения попадают разного рода курьезные факты, способные позабавить публику. В целом же на страницах газет «не видно фабрик, но есть салоны, нет коммерсантов, но есть люди от литературы; нет ропщущих бедняков, нет заводских работников»<sup>2</sup>. Так автор подводит читателя к выводу, что «коммерческая пресса» не уделяет должного внимания реальной жизни большинства населения, а в поле ее зрения постоянно находится лишь довольно узкий сектор жизни общества.

Для Марти была очевидной слабая заинтересованность многих коммерчески ориентированных изданий в освещении интеллектуальной жизни общества, в серьезном изучении и обсуждении вопросов культуры – особенно в тех случаях, когда можно было бы обсуждать действительно глубокие, новаторские произведения ли-

---

<sup>1</sup> Martí, José: Nueva York en manos de rufianes. // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T. 10.p. 144.

<sup>2</sup> Martí, José: Correspondencia particular de «El Partido Liberal». Johnatan y su continente.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12. p. 161.

тературы и искусства. В хронике «Частная корреспонденция газеты «El Partido Liberal» публицист писал, что в нью-йоркских газетах «не говорится то, что должно...»<sup>1</sup>. Его удручало, что большая пресса Соединённых Штатов упорно не замечает таких гигантов духа, выдающихся представителей американкой литературы и философской мысли, как Уитмен, Торо, Эмерсон, хотя постоянно пишет о второстепенных и третьестепенных литераторах и произведениях «изящной словесности». Сам Марти был одним из немногих современников, по достоинству оценивших еще при жизни Уолта Уитмена великий талант этого поэта, который умер, так и не дождавшись признания соотечественников.

Марти поражался самодовольству и духовной ограниченности, свойственной «коммерческой прессе» и культивируемому ею. При описании «Harper's Magazine» – крупнейшего нью-йоркского журнала 1880-х гг., именовавшего себя «Гигантом среди журналов», публицист заметил, что издание «представляет примитивный национальный дух». «Harper's Magazine» охотно посвящал свои страницы публикациям, воспевающим «библейский дух Новой Англии»: «респектабельный, благосклонный к семье и церкви, удовлетворенный бытовым благополучием и телесной крепостью», – дух, свидетельствующий, по мнению Марти, о том, что его носители имели «узкомыслящий и мало открытый ум»<sup>2</sup>. Насаждая типичный для Соединенных Штатов прагматизм, культ материального успеха, журнал оставался равнодушным к иным духовным проявлениям и ценностям, ко всему, что не укладывалось в прокрустово ложе господствующих представлений и рассматривалось как «чужеродный» элемент.

Марти, выступавший против духовной ограниченности и культурного изоляционизма североамериканцев, возлагал на «коммерческую прессу» ответственность за их культивирование в обществе. Публицист с гневным осуждением отзывался о такой черте рыночно ориентированной прессы, как стремление постоянно следовать за массой, потакать невежеству и самым примитивным инстинктам публики в надежде добиться узко понимаемого успеха – высокой прибыльности газетного или журнального предприятия.

---

<sup>1</sup> Martí, José: Correspondencia particular de «El Partido Liberal». Johnatan y su continente // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12. p. 161.

<sup>2</sup> Martí, José: Repertorios, revistas y mensuarios literarios y científicos de Nueva York // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.13. p. 430.

Публицист писал в хронике «Нью-Йорк во власти шутов»: «Иногда больно бывает смотреть, как обхаживают эти газеты толпу – льстят ей, опускаются до её культурного уровня, подлаживаясь под него для того, чтобы соответствовать самым вульгарным и скотским вкусам...»<sup>1</sup>.

При характеристике содержания одной из больших газет Нью-Йорка в хронике, опубликованной в аргентинской «La Nación» 15 июля 1885 г., Марти писал с иронией: «Каждый номер «Herald» – своего рода поэма! В последних номерах: много женщин покончили жизнь самоубийством; многие мужчины убивают себя, больше всего среди них эмигрантов-немцев, они живут, пока у них не останется последний цент, с ним и погибают; есть много сообщений о конных скачках, о хлыщах из богатых домов, которые хорошо ездят верхом и высоко прыгают. Есть много новостей о бейсболе»<sup>2</sup>.

Практика ориентированных на прибыль изданий в корне противоречила гуманистическим, просветительским взглядам Марти на роль печати как активного социального воспитателя, развивающего разум и чувства читателей, вооружающего их объективными знаниями о действительности, способствующего духовному возвышению масс. По мнению кубинского публициста, совершенно недопустимо сознательное культивирование печатью низменных, животных проявлений человеческой природы.

В хронике «Призовой бокс» Марти писал: «Мы ужасаемся – словно встретив Каина на улицах современного города – когда искусство и печать пресмыкаются у ног человека-зверя»<sup>3</sup>. Он был возмущен тем, что коммерчески ориентированные издания всячески прославляли известных своей жестокостью, хвастливых и циничных боксеров-профессионалов, изображая их как великих людей или высшие существа. Гуманист протестовал и против попыток североамериканской прессы романтизировать варварское зрелище – бой быков, замечая при этом, что коррида способна «и человека превратить в быка».

Результатом преклонения печати перед «человеком-зверем», культивирования ею жестокости, животных инстинктов станови-

---

<sup>1</sup> Martí, José: Nueva York en manos de rufianes. // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T. 10. p.41.

<sup>2</sup> Martí, José: Revista y resumen de los problemas actuales en los Estados Unidos. // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T. 10. p. 250-251.

<sup>3</sup> Martí, José: Pugilato-Sullivan contra Kilrain.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T. 12. P. 255.

лось нравственное одичание обывателей, которые под каждодневным воздействием массовых сенсационных газет и всего уклада жизни тогдашнего североамериканского общества утрачивали нормальные человеческие чувства сострадания и жалости, переставали замечать горе и боль других людей. Зачастую в итоге люди оказывались неспособными адекватно реагировать на происходящие вокруг ужасные, отвратительные по своей сути события, поскольку у них смещались моральные критерии, они теряли чувствительность к злу. Прогрессировала дегуманизация личности, которая все больше напоминала «человека-зверя».

«Это страна варваров, – писал Марти о Соединенных Штатах в хронике «Бокс – Салливан против Килрейна»: – Здесь не говорят ни о чем, кроме как о поединке двух боксеров – Килрейна и Салливана. От Сан-Франсиско до Нью-Йорка первое, что колоритно расписывают газеты в художественной манере, напоминающей роман – это то, как занимались вчера боксеры, что ест Салливан, чтобы сбросить лишний вес, что делает Килрейн, чтобы укрепить свои ноги. О них пишут больше, чем о катастрофе в Джонстауне, где всё ещё требуются гробы для погибших»<sup>1</sup>.

Наглядное подтверждение нравственной опустошенности и цинизма обывателей, распространившихся под влиянием «коммерческой прессы», было дано публицистом в хронике «Призовой бокс» при описании разговоров американских болельщиков, едущих в поезде на очередной «матч века» по профессиональному боксу: «... потягивая крепкие напитки, они рассказывают, что Хинен умер после боя с Моррисеем, а Джонс, сражаясь с МакКулом, получил такой удар в лицо, что свалился на землю и его рвало как от сотрясения мозга, а этот Мейс был великий боксер, руки у него вертелись, как крылья ветряной мельницы, и он одним ударом перебил шею Аллену. И солнечные потоки льются в окна вагона!»<sup>2</sup>.

Закрывающая абзац выразительная фраза публициста создает мощный эффект контраста, особо подчеркивающего духовную пустоту болтающих любителей бокса и обнажающего удручающую противоестественность всего того, что происходит в вагоне. Рядом с великой и вечной Природой, символом которой являются льюща-

---

<sup>1</sup> Martí, José: Pugilato-Sullivan contra Kilrain.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. Т. 12.Р.279-280.

<sup>2</sup> Martí, José: Pugilato-Sullivan contra Kilrain.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. Т. 12. Р. 258.

еся в окна солнечные лучи, особенно жалко и ничтожно выглядят духовно искаленные человеческие существа, захваченные низменными переживаниями.

Создавая культ «человека-зверя», журналисты «коммерческой прессы» сами зачастую оказывались в плену поощряемых ими чувств и побуждений, недостойных человека. Восхваление насилия и преклонение перед ним, как показал Марти, явилось одной из существенных причин широкого распространения цинизма среди людей, пишущих для большой прессы. Гуманист поражался откровенной, ничем не прикрываемой наглости, с которой североамериканские журналисты обсуждали на страницах крупнейших изданий планы аннексии Кубы и заселения ее американскими колонистами (по образцу захвата северных штатов Мексики, насильственно присоединенных к территории США), или описывали авантюристические проекты захватить земли соседней Канады и произвести новые захваты на севере Мексики, а затем отдать эти насильно присвоенные территории под заселение «недовольными» американцами – чтобы «успокоить» участников социальных протестов и тем самым притупить остроту внутренних проблем, нараставших в Соединенных Штатах<sup>1</sup>.

В хронике, опубликованной в газете «La Nación» (Аргентина) 6 июля 1885 г., Марти описал реакцию вашингтонской «Sunday Herald» на заявление правительства о том, что Мексика и Центральная Америка «вызывают озабоченность у Соединенных Штатов». Газета опубликовала высказывание члена правительственного кабинета, который заявил по этому поводу, что «внешняя политика Соединенных Штатов будет основываться на гуманистических принципах в соответствии с потребностями англо-саксонской цивилизации». Публицист с иронией и горечью откликнулся на эту циничную публикацию: «Центральная Америка? Кто знает, чем будет завтра Центральная Америка! Мексика? Кто знает, чем будет завтра бравая Мексика!»<sup>2</sup>.

Марти видел, что цинизмом были искажены самые светлые и святые чувства человека – такие, например, как любовь к родине. «Патриотизм заслуживает восхищения, но он становится язвой, ес-

---

<sup>1</sup> Martí, José: Acontecimientos interesantes. México en Estados Unidos. // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.11. P. 207.

<sup>2</sup> Martí, José: Nuestras tierras latinas. // Martí, José: Obras Completas. La Habana. 1963. T.8. P. 97.

ли его превратить в профессию», – писал публицист о шовинистически настроенных американских журналистах и политиках<sup>1</sup>.

Глубокое негодование кубинского автора вызывал профессиональный цинизм журналистов североамериканской «коммерческой прессы», нечувствительных к горю и страданию людей, не уважающих достоинство человека и принцип невмешательства в личную жизнь, которую публицист называл священной и неприкосновенной. Неприятие журналистской практики, допускающей проникновение в личную жизнь людей в целях выуживания сенсационных и скандальных подробностей проявилось у Марти при описании обычной, рутинной деятельности редакции крупной газеты (в хронике «Частная корреспонденция газеты «El Partido Liberal»). Перед письменным столом главного редактора собираются журналисты – его сотрудники: «Что принесли? – О смерти. – Дать одной колонкой! – О разводе. – Дать двумя! – Скандал. – Внимание! Берите с собой шесть репортеров, дайте скандал на целую полосу!»<sup>2</sup>.

Публицист объяснял своим латиноамериканским читателям, что даже президент Соединенных Штатов не защищен от оскорбительного вмешательства прессы в его личную жизнь. В хронике, опубликованной 3 июня 1886 г. в газете «La Nación», Марти описывал бурную реакцию «коммерческой прессы» на решение президента Кливленда жениться на неизвестной широкой публике девушке из провинции. Журналисты, до крайности раздраженные молчанием президента относительно подробностей будущей свадьбы, с жестокой настойчивостью стремились допытаться о его намерениях. «Развернулась своего рода битва между президентом с его молчанием и газетами с их настойчивым допытыванием...», – писал Марти. – «И президент был побеждён!»<sup>3</sup>.

Репортеры узнали о планах Кливленда, державшихся в секрете: однажды, когда президент решил без лишней огласки прокатиться на катере вместе с невестой, на маршруте его уже поджидал пароход с командой репортеров газеты «The Sun» на борту, которые затем подробно описали президентский пикник. Журналисты в поисках пикантных подробностей ринулись в провинцию, опроси-

---

<sup>1</sup> Martí, José: El monumento de la prensa. Los periodistas de Nueva York. // Martí, José: Obras Completas. La Habana. 1963. T. 11.P. 199.

<sup>2</sup> Martí, José: Correspondencia particular de «El Partido Liberal». Johnatan y su continente.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12. P. 160.

<sup>3</sup> Martí, José: Matrimonio del presidente Cleveland. // Martí, José: Obras Completas. La Habana. 1963. T.10. P. 480.



ли родственников невесты, ее друзей детства, разыскали даже ее прежнего сердечного друга – и обо всем этом сообщили в газете. Неудивительно, что Кливленд, появившийся после своей свадьбы посреди шеренги журналистов, выглядел как «пленник высокого ранга среди военных, выигравших кампанию»<sup>1</sup>.

Отдавая дань справедливости, кубинский публицист замечал, что пресса Соединенных Штатов пользуется своим влиянием и в благих целях. Так, под нажимом некоторых газет были сорваны планы Кливленда вернуть ветеранам рабовладельческой конфедерации южных штатов их боевые знамена, отвоеванные противниками рабства во время гражданской войны<sup>2</sup>.

По мнению Марти, редакторы «коммерческой прессы» предъявляют к журналистской информации в основном два существенных требования: обязательными являются «живость» и «постоянная новизна материала». При этом «хороший английский не так уж и важен...». Однако публицист приходит к заключению: основная проблема заключается не в том, что таким газетам недостает литературной обработки. Он описывал процесс редактирования, «доводки» репортерских материалов опытными журналистами в редакционных отделах, в результате чего необходимый внешний лоск наводился даже на работы, посвященные малозначительным темам. По мнению кубинского публициста, изданиям и их журналистам недоставало гораздо более важного: «бескорыстия, которого недостает также всей нации; человеческого тепла, которое состоит в том, чтобы видеть себя одновременно и отдельным человеком, и частью мира – а не быть над ним, как будто ты ему ничего не должен, и не смотреть на него только как на источник новостей»<sup>3</sup>.

Марти полагал также, что публикациям «коммерческой прессы» недостает достоинства – «скрытой силы, происходящей от мужества и честности пишущего – достоинства, не исключаящего ни уважения к людям, ни неизбежных в жизни уступок...»<sup>4</sup>. Он убедился, что журналист, работающий на издателя-коммерсанта, зачастую вынужден скрывать свое мнение или замалчивать значи-

---

<sup>1</sup> Martí, José: Matrimonio del presidente Cleveland. // Martí, José: Obras Completas. La Habana. 1963. T.10. P. 480

<sup>2</sup> Martí, José: El monumento de la prensa. Los periodistas de Nueva York. // Martí, José: Obras Completas. La Habana. 1963. T. 11. P. 199.

<sup>3</sup> Martí, José: Correspondencia particular de «El Partido Liberal». Johnatan y su continente.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12.P. 161.

<sup>4</sup> Там же.

мые вещи, которые могут оказаться неприемлемыми для предпринимателя, оплачивающего услуги журналиста. От внимания публициста не укрылся и тот факт, что в погоне за сенсациями журналисты «коммерческой прессы» не гнушались прибегать к беспочвенным домыслам: нередко «экстренный выпуск высиживается на стуле...»<sup>1</sup>.

Хосе Марти осуждал практику подготовки «заказных» публикаций, крайне негативно относился к профессиональной всеядности журналистов «коммерческой прессы», не обращающих внимание на то, кто и зачем заказывает им публикацию, – лишь бы она была хорошо оплачена. Он сравнивал такого журналиста с сапожником, которому безразлично, каких взглядов придерживается клиент – заказчик сапог. «Но в случаях, когда речь идет о произведениях мысли, всё же нужно видеть, кто же заказывает!» – восклицал публицист<sup>2</sup>. Сам Марти, сотрудничавший с крупными газетами (к которым относились не только нью-йоркские «The Sun» и «The Hour», но и аргентинская «La Nación»), не допускал принципиальных уступок её владельцам и редакторам, хотя и был вынужден считаться с их мнениями и советами. Таким образом, замечания Марти о «коммерческой прессе» являлись не только мнением стороннего наблюдателя, но были сформулированы и под влиянием личного авторского опыта.

Неприятие публицистом «коммерческой прессы» происходило от несоответствия её реальной общественной роли и практической деятельности гуманистическим, просветительским идеалам Марти, его пониманию социальной роли периодической печати как силы, способствующей просвещению и духовному возвышению людей, созданию условий для преобразования общества на основах разумности и социальной справедливости. «Коммерческая пресса», манипулировавшая читательской массой в интересах политической и экономической элиты и культивировавшая в людях «человека-зверя», подверглась в публицистике Марти осуждению и как род журналистики, несовместимой с гуманистическими морально-этическими принципами просветительства. Публицист осудил коммерческую прессу за отсутствие реального интереса к сфере

---

<sup>1</sup> Martí, José: Bailes, política y huelgas // Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12, P. 144.

<sup>2</sup> Martí, José: Correspondencia particular de «El Partido Liberal». Johnatan y su continente.// Martí, José: Obras Completas, La Habana. 1963. T.12, P. 161.

трудового и духовного творчества, за стремлением подстраиваться под настроения толпы в погоне за коммерческим успехом, а также за уход от реальной развивающей содержательной нагрузки публикаций в результате фактического уклонения «коммерческой прессы» от исполнения социально-просветительской роли.

Марти отвергал распространённое в англо-американской журналистике его эпохи представление о журналисте как о регистраторе фактов, отстраненно и беспристрастно фиксирующем происходящие события, не вмешиваясь в них, чтобы затем точно и непредвзято сообщать новости читателю. В понимании кубинского публициста, журналисту должна быть свойственна прежде всего человечность, предусматривающая сочувствие к людям и стремление служить им, чтобы не быть сторонним наблюдателем жизни, рассматривающим её лишь как источник новостей.

Хосе Марти выступил как один из первых в истории критиков массовой рыночно ориентированной журналистики, рассматривая и оценивая её с просветительских гуманистических позиций. И хотя его мастерские публицистические работы, посвященные разбору прессы США, были известны более в странах Латинской Америки, нежели в самих Соединенных Штатах, заслуга их автора несомненна: Марти стал одним из первопроходцев публичного анализа и оценивания деятельности прессы в широком социальном контексте.

## ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ИСТОКИ СВОЕОБРАЗИЯ ЖАНРОВОЙ СИСТЕМЫ ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ ПЕРИОДИКИ<sup>1</sup>

На историческом формировании жанров испаноязычной журналистики сказались три основных фактора, определивших её национальное своеобразие. Первым из них является *влияние испанской дожурналистской летописной и литературной традиции*.

Средневековая практика ведения летописей (хроник) получила в эпоху Возрождения новое обоснование. В Испании под влиянием идей возрожденческого гуманизма к началу XVI века выросло поколение философов-неоплатоников, представители которого Флориан Окампо и Херонимо Сурита выдвинули новую концепцию документированной истории. Эти идеи заложили основу для дальнейшего развития хроники в ином качестве, как историко-литературного документа.

После исторической встречи европейской и индейской цивилизаций, инициированной экспедициями Колумба, Европа впервые ознакомилась с Новым Светом во многом благодаря широкому распространению произведений хронистов, многие из которых непосредственно участвовали в конкисте. Первая самая значительная хроника о завоевании Мексики была написана очевидцем событий – солдатом Кортеса. Берналем Диасом дель Кастильо (1492-1584) и опубликована в 1552 г. под заголовком «Подлинная история завоевания Новой Испании». Эта хроника не являлась строго документальной: «она выглядит скорее художественным произведением, чем историческим документом из-за живости и субъективности, ей свойственной», – отмечает историк литературы А. Торрес-Риосеко<sup>2</sup> Казалось бы, Берналь Диас прославлял Кортеса в своих записках, но апологеты последнего неизменно возмущались тем, что автор осмелился критиковать деятельность их кумира с точки зрения рядового участника событий. А.Ф. Шульговский так определяет жанровую принадлежность этого произведения: «Это испанская народная средневековая хроника, которая даёт возможность глубже разобраться проблеме «двух Испаний»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Историко-культурные истоки классификационного разнообразия жанровой системы испаноязычной периодики / А.П. Короченский ; НИУ БелГУ // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2011. – №18(113), вып.11. – С. 195-200.

<sup>2</sup> Торрес-Риосеко, А. Большая латиноамериканская литература. М., 1972. с. 26.

<sup>3</sup> Шульговский А.Ф. Конкиста и Возрождение. Три каравеллы на горизонте // Латинская Америка, 1987. №2.

События конкисты получили разноречивое отражение в хрониках других её участников и современников. Так, Кристобаль де Молина (?-1578) – монах-хронист, очевидец завоевания Перу – оставил «Донесение о завоевании и населении Перу» (1522). К числу хроник относится и свидетельство солдата-участника захвата Перу отрядом Писарро: испанец Сиеса де Леон (1516-1569) оставил одно из первых описаний этой части Нового Света под заголовком «История Перу».

С хроникальными интерпретациями захвата Испанией новых владений в Западном полушарии, изложенными непосредственными участниками этих событий, заметно контрастировала хроника «Всеобщая история Индий» (1533) официального королевского автора Лопеса де Гомара (1510-1560), которая характеризуется как «не во всё́м достоверная»<sup>1</sup>.

Хроникам о покорении «Индий» присущ отчетливо выраженный публицистический аспект, который определялся взаимной конфликтностью различных элементов их содержания в связи с различиями в описаниях, интерпретациях и оценках отображаемых событий и персонажей. Уже в ходе конкисты среди хронистов появились носители идей гуманизма, в первую очередь, христианского гуманизма – эти идеи воплотились, например, в хронике Берналя Диаса дель Кастильо. Однако не всем хроникам был свойственна гуманистическая интерпретация событий в Новом Свете.

В дальнейшем хроника была трансформирована в жанровую форму испанской и латиноамериканской периодики. На начальном этапе своего развития, в XVIII-начале XIX вв., периодическая печать Испании и испанских владений в Новом Свете не имела четко оформленной системы жанров. Поскольку в тот период журналистика еще не выделилась из литературы в качестве самостоятельной области профессионально-творческой деятельности, наиболее выраженные жанровые признаки имели беллетристические произведения, публиковавшиеся в периодических изданиях.

В середине XIX в. в Испании начались общественные дискуссии о журналистике, которая первоначально характеризовалась как новый жанр литературы (в 1845 г. именно так определил её Х. Родригес Пачеко в своём докладе перед Испанской Королевской Академией. В дальнейшем, пятьдесят лет спустя, выступая с докладом перед той же академией, Э. Сельес упомянул журналистику в ряду

---

<sup>1</sup> Торрес-Риосеко, с. 23.

литературных жанров, среди которых были названы также история, поэзия, ораторство, роман, критика и драма. При этом журналистика, по мнению докладчика, воплощала в себе признаки всех остальных вышеназванных жанров<sup>1</sup>.

Таким образом, на протяжении всего XIX в. журналистика характеризовалась как жанр литературы, соответственно, её собственные жанры не подвергались дифференциации. Журналистом именовался писатель (литературный работник), регулярно публикующийся в периодических изданиях. Это определение неоднократно воспроизводилось и в XX в. – например, в работах Г. Мартина Вивальди.

К началу XX века консолидировались некоторые черты жанровой системы, определяющие современное своеобразие испаноязычной печатной прессы. Классические образцы жанра журналистской хроники представлены в «Североамериканских сценах» Марти, написанных в 1880-е годы, в период пребывания Апостола в вынужденной эмиграции в США<sup>2</sup>. Блестящими мастерами эссе проявили себя как Х. Марти («Наша Америка», «Поэма о Ниагаре» и др.), так и Х.Э. Родо («Ариэль») и др.

Формирование специфичной жанровой системы испаноязычной периодики в XIX в. было связано также с *воздействием французской школы журналистики*, проявившемся на протяжении всего века, когда Франция была полюсом культурного притяжения не только для прогрессивно мыслящих испанцев, но и для многих жителей латиноамериканских стран.

Современный жанровый комплекс испаноязычной журналистики сформировался значительно позже, уже в XX веке. В начале XX века в Испании и Латинской Америке проявилось *влияние англо-американской школы «фактуальной» журналистики*, нашедшее отражение, в частности, в распространении жанров репортажа и интервью, оформившихся в газетной периодике США и Англии в историческом промежутке между 1870 г. и 1914 г. Это влияние, усилившееся после первой мировой войны в связи с углублением коммерциализации журналистики, представляет собой

---

<sup>1</sup> Acosta Montoro, p. 82.

<sup>2</sup> Короченский А.П. Система жанров публицистики Хосе Марти (к характеристике жанрового своеобразия испаноязычной периодики // Лингвистические и методические аспекты преподавания иностранных языков. БелГУ. Белгород. 2009. с. 113-120.

ещё один фактор, определивший своеобразие современной жанровой системы испаноязычной периодики.

В XX в. англо-американские влияния на журналистику стран, расположенных к югу от Рио Гранде, привели к распространению представлений о двусоставности жанровой системы, о её делении на две большие группы в соответствии с доминантами содержания публикаций. Знаменитая формула либеральной англосаксонской прессы «факты священны, мнения свободны» определила дифференциацию жанров на *жанры новостей*, содержание которых базируется на изложении фактов, и *жанры мнений*, нацеленные преимущественно на передачу идей и мнений.

Дополнительным фактором, повлиявшим (хотя и незначительно) на эволюцию представлений о жанрах испаноязычной периодики, стало развитие журналистики в странах Латинской Америки, переживших национально-освободительные революции второй половины XX в. – в первую очередь на Кубе и в Никарагуа. Именно там под влиянием тенденций обновления журналистики одна из жанровых форм печатной периодики получила наименование «свидетельства» (*el testimonio*) и была представлена как феномен современной революционной прессы.

С 1970-х годов отмечена активизация усилий испаноязычных авторов, имеющая целью теоретическое познание жанровых систем в периодике Латинской Америки и классификацию жанров. Итогом деятельности Х. Гаргуревича и других исследователей стал выход в свет работ, отражающих национально-культурную специфику журналистики в этом регионе, включая особенности её жанрового комплекса<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Miriam Rodríguez Betancourt (2004). Géneros periodísticos: para arropar su hibridez. // Estudios sobre el mensaje periodístico.. vol.10. p. 322.

# ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

## МЕДИАКРИТИКА КАК ОЦЕНОЧНОЕ ПОЗНАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ<sup>1</sup>

Различные области творческо-критической деятельности – от литературной критики до кинокритики – традиционно рассматриваются главным образом как оценочная деятельность. При этом не учитывается дуальная природа критики как познавательно-оценочной деятельности, хотя оценка без познания оцениваемых явлений не может быть действительной. Свойство критики как когнитивного и одновременно социально-ориентирующего, регулирующего феномена рельефно проявляется в медиакритике – современной критике средств массовой информации.

Критическое познание охватывает составную часть человеко-сотворенного мира – духовного и материального, определяемую как культура. Расширительное определение культуры характеризует её как имеющую знаковую природу систему кодирования, воспроизводства и передачи добытых человечеством знаний во времени и пространстве. Эта система пронизывает все сферы духовной и материально-предметной деятельности, обеспечивая как накопление, селекцию, репродукцию знания, цивилизационного опыта, исторической памяти, так и производство, распространение новых знаний и умений в процессе социальной коммуникации.

Критику можно охарактеризовать как самопознание, саморефлексию культуры – однако с оговоркой, что это критическое самопознание дополняется изучением отношений культуры с естественным миром и с многообразной социальной практикой – поскольку человек, выступающий в качестве познающего субъекта, включен не только в систему культуры, но и в более обширную си-

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Медиакритика как оценочное познание социального функционирования СМИ. // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: «Гуманитарные науки». Выпуск № 18 . том 7. 2010.

Републикация:                      Научная                      библиотека                      КиберЛенинка:  
<http://cyberleninka.ru/article/n/mediakritika-kak-otsenochnoe-poznanie-sotsialnogo-funktsionirovaniya-smi#ixzz3dzDnKUvf>



стему общественных отношений и систему взаимодействия с природной средой<sup>1</sup>.

Критика способствует продуктивной селекции накопленных знаний и исторического опыта, их выборочной социальной ретрансляции. Она охватывает процессы социальной коммуникации, обеспечивающие распространение культуры в обществе, поскольку они также нуждаются в критической проверке на эффективность, адекватность общественным потребностям. Критическое познание культуры предусматривает не только определение её качеств и особенностей, проявляющихся на данном этапе развития общества, но также выявление и отрицание знаний и опыта, не отвечающих критериям истинности либо исторически и социально исчерпавших себя, и потому не выдерживающих проверки критическим разумом и социальной практикой.

Через критику, предполагающую конструктивное сомнение, критическое суждение, проверку на истинность через соотнесение с критериями рациональности и с практикой, осуществляется определение ценности накопленных человечеством и приобретаемых им новых знаний. Благодаря критике обеспечивается испытание текущей ценности исторического культурного опыта через его проверку на адекватность развивающейся общественной практике, на соответствие определенным социальным и культурным идеалам и нормативам, сложившимся на данном этапе развития общества.

Критика осуществляет также постоянную ревизию действующих социально-культурных нормативов, отрицая при этом одни нормативы и утверждая другие, и способствует культивированию и обновлению различных социально-нормативных систем (идейных, этических, эстетических, профессиональных, поведенческих и пр.), призванных регулировать деятельность людей в обществе. Таким образом критика реализует свою социально-ориентирующую, регулирующую роль. В институте критики воплощен синтез познания и социальной ориентации, осуществляемой через познавательную операцию оценивания, воплощающую двуединую сущность критики как когнитивного феномена и вместе с тем явления общественной регуляции. Неудивительно, что в современном мире наряду с традиционными видами художественной критики (литературной,

---

<sup>1</sup> Можейко М.А. Критика как феномен культуры: этапы исторической эволюции. // Время. Искусство. Критика. Сборник научных трудов под ред. Л.П. Саенковой. Вып. 2 – Белорусский госуниверситет – Минск – 2010.

музыкальной, театральной, кинематографической и пр.) получили развитие критика архитектуры, дизайна – а также и кулинарная критика, когда обзревается и подвергается критической оценке искусство представителей различных кулинарных школ и ресторанов. В СМИ производится критическое рассмотрение продукции автопрома в различных телевизионных специализированных автомобильных программах и в журналах-автообзорах.

В условиях нарастающей медиатизации современного социума, когда СМИ приобрели невиданное распространение и беспрецедентное воздействие на политическую и общественную жизнь, культурные процессы, всё большее значение приобретает относительно новая область критического творчества – критика средств массовой информации (медиакритика).

Основным материалом для анализа, интерпретации и оценки в критике средств массовой информации являются опубликованные медийные произведения (медiateксты), весь содержательный комплекс СМИ. Критическому рассмотрению подвергаются содержательные и формальные аспекты медийных произведений (медиа-текстов), являющихся продуктом деятельности журналистов и других творческих работников, а также репродуктивного воспроизведения в средствах массовой информации творческих работ (музыкальных произведений, кинофильмов и т.д.), созданных вне медийных организаций.

В содержании периодических изданий, в передачах радио и телевидения велика доля форм и жанров, свойственных искусству либо пограничным с ним областям творчества, а также гибридных, смешанных документально-художественных форм. Включаемые в содержание СМИ, они приобретают новые коммуникационные характеристики, выступая в качестве медiateкстов. Это объясняет их нахождение в поле зрения отечественных и зарубежных критиков СМИ, которые анализируют и оценивают как журналистский компонент медийного содержания, так и другие его компоненты (художественный, рекламный, справочный). По этой причине медиакритике свойственна близость к другим областям критико-журналистского творчества – кинокритике, литературной, театральной, музыкальной критике – вплоть до взаимопроникновения. Одним из примеров такого взаимопроникновения является критико-журналистское творчество некоторых авторов публикаций в разделе «Media» журнала «Искусство кино», которое охватывает

проблематику телевидения и Интернета, не имеющую отношения к кинематографу или к кинопоказу по ТВ.

Сегодня, когда периодическая печать, радио и телевидение превратились в разветвлённый высокотехнологичный информационно-экономический комплекс, действующий под влиянием рыночных законов спроса и предложения, конкуренции и взаимовлияния, представляется недостаточной преимущественная концентрация внимания критиков на анализе медийного содержания, а также на рассмотрении творческого вклада их создателей. Критическое познание медиатекстов не может быть адекватным и исчерпывающим без учёта влияния разнообразных факторов информационного производства и социальной среды на процесс создания медиаконтента и интеракции СМИ и их аудитории.

Функционирование средств массовой информации включает три ключевых элемента, являющихся объектом внимания медиакритики: *текстопорождение* (создание медийного содержания), *медиатексты как таковые*, а также *социальную «жизнь» опубликованных медиатекстов*. Под текстопорождением понимается сложная многоступенчатая деятельность по подготовке медиатекста – от изучения автором социальной действительности и рождения творческого замысла до его воплощения в условиях реального информационного производства. В силу особенностей информационного производства в СМИ как индивидуально-коллективной деятельности в рамках медийной организации текстопрождение включает в себя как личные творческие и организационные усилия авторов-создателей медиатекстов, так и (со)участие других сотрудников медийной организации в производстве этих текстов. Профессиональные коммуникаторы, работающие для СМИ, включены в систему отношений микросоциума – медийной организации.

В современных условиях деятельность средств массовой информации представляет собой сложный сплав творчества, коммерческого расчёта и технологического детерминизма, соотношение которых варьируется в зависимости от конкретного социального, экономического, правового, культурного и профессионального контекста функционирования печатной и электронной прессы. Журналисты, другие творческие работники средств массовой информации обычно действуют в качестве членов редакционной команды, сотрудников медийной организации, представителей определённого профессионального сообщества, подчиняясь при

этом заданной корпоративной политике и определённым профессиональным стандартам. Они обязаны следовать организационным схемам служебного взаимодействия сотрудников, действующим в их медийной организации. Даже если создатели контента связаны с медийной организацией договорными отношениями, в формировании их условий последнее слово остаётся за организацией. Эта же организация осуществляет селекцию произведений, предназначенных для репродукции в качестве медиатекстов (художественных и документальных фильмов, музыкальных записей и пр.).

Поэтому, признавая важность критического рассмотрения наиболее важных индивидуально-творческих аспектов работы создателей медиатекстов, необходимо также уделять пристальное внимание организационным и другим значимым сторонам их деятельности по созданию медийного содержания. В первую очередь речь идёт об экономических аспектах информационного производства, во многом определяющих в наши дни деятельность создателей медиаконтента в условиях рынка. В контексте высокотехнологичного информационного производства всё более значимыми становятся и технологические аспекты текстопорождения. Технологии, используемые в информационном производстве (особенно на телевидении), зачастую имеют определяющее значение при реализации творческих замыслов создателей медиаконтента. В некоторых случаях значимыми являются правовые и профессионально-этические аспекты текстопорождения в недрах медийной организации.

Медиакритика обязана познавать и оценивать не только микрореконтекст текстопорождения, обусловленный внутриорганизационным взаимодействием создателей содержания СМИ, но и его социальный макрореконтекст. Деятельность творцов медиаконтента так или иначе вписана в систему отношений данного общества, испытывает влияние доминирующих в нём экономических, идеологических, культурных, правовых, эстетических и морально-этических установок и нормативов, которые не могут не оказывать влияние на создаваемые медиатексты. Так, например, появление и эволюция медийных форматов в условиях рыночного функционирования СМИ тесно связана с состоянием конъюнктуры рынка. В наши дни медиакритики и практики всё чаще говорят о «диктате» медийных форматов, превратившихся в некое подобие «прокрустова ложа»,

радикально ограничивающего творческое самовыражение коммуникаторов. Неучёт экономических причин возникновения этого явления серьезно ограничивает его критическое познание.

Определение общественного значения и ценности медийного содержания требует критического его изучения в контексте, формируемом социальной средой функционирования СМИ. Медиакритика способна выявлять степень адекватности и полноты отображения в СМИ социальных явлений и процессов, соотнося с объективной реальностью картины и образы действительности, сформированные средствами массовой информации. Она определяет возможные искажения и когнитивные «дыры», образующиеся в случаях, когда создатели медийного содержания невольно или преднамеренно опускают часть информации, необходимой аудитории для адекватного знания и понимания общественных реалий. Так медиакритика выявляет степень социального реализма средств массовой информации.

Изучение идеальной картины реальности, формируемой средствами массовой информации, с целью определения степени её социального реализма неразрывно связано в медиакритике с познанием общества, социальных явлений и процессов, поскольку именно исследование социальной практики и взаимодействия общества со средствами массовой информации даёт ключ к проверке на истинность картины мира, отображаемой в печатной и электронной прессе. При определении степени истинности этой картины критик выступает в роли партнёра аудитории СМИ, которая объективно нуждается в высокой степени социального реализма печатной и электронной прессы. Социальный реализм средств массовой информации является важным условием эффективной адаптации аудитории к условиям общественной среды и подготовки к рациональному преобразующему воздействию на эту среду.

Учитывая беспрецедентно возросшую социальную роль печатной и электронной прессы, специфику её функционирования в современных условиях, медиакритика обязана постоянно держать в поле зрения многообразные отношения средств массовой информации с обществом, с различными его институтами. В этих отношениях печатная и электронная пресса может представлять не только в роли поставщика актуальной социальной информации, знаний о непрерывно изменяющемся окружающем мире, но и в качестве инструмента ду-

ховного управления обществом, средства обеспечения обратной связи между гражданами и властями. Всё это позволяет определить предмет медиакритики как актуальное многоаспектное социальное функционирование средств массовой информации. Медиакритика, воплощённая в журналистских текстах (именуемая иначе журналистской критикой СМИ или журналистской медиакритикой) может быть определена как оперативное оценочное познание социального функционирования средств массовой информации.

Медийная критика представляет собой единое комплексное, системное явление. В современных условиях усиливается взаимовлияние и взаимозависимость разнородных средств массовой информации, которые действуют в системе, образуют единый социальный институт. В силу этого существуют объективная основа и необходимость изучения в рамках медиакритики деятельности критиков СМИ, представляющих различные критико-журналистские специализации (критика периодической печати, телекритика, критика радио, критика Интернет-коммуникаций). Данные специализации не могут рассматриваться в отдельности, в отрыве друг от друга – несмотря на то, что каждая из них имеет определённую специфику, производную от особенностей той или иной медийной отрасли.

Потребность в комплексном, системном критическом анализе, интерпретации и оценке СМИ будет увеличиваться по мере развития происходящих уже сегодня процессов конвергенции средств массовой информации – например, в форме интернет-вещания, которое предлагает аудитории контент, сочетающий разнородные медиатексты всех типов.

Изучение состава авторов медиакритических публикаций позволило выявить, что в настоящее время журналистской деятельностью, имеющей целью критическое познание и оценку медийной практики и связей прессы с обществом, занимаются три основные группы (типа) критиков. К первой относятся учёные и исследователи массовых коммуникаций, представляющие как журналистскую науку, так и другие области общественных и гуманитарных наук (социологию, психологию, искусствоведение, киноведение и пр.). К данной группе принадлежат Б. Борецкий, С. Муратов, Т. Адамьянц и другие представители академического сообщества, совмещающие исследования с критико-журналистской деятельностью в научной, профессиональной и массовой прессе. Вторую группу со-

ставляют профессиональные коммуникаторы (сотрудники медийных организаций). Третья группа состоит из активистов-общественников, занимающихся критико-журналистской деятельностью в целях воздействия на общественное мнение и медийную практику с позиций и от имени гражданского общества. Ответственные активисты, занимающиеся медиакритикой, зачастую имеют опыт практической работы в редакциях и (или) журналистское образование. Основными типами аудитории произведений медиакритиков являются: сообщества профессионалов – создателей медийного содержания; академические сообщества исследователей массовых коммуникаций; массовая аудитория СМИ – что не исключает обращения критиков к смешанной аудитории. Наиболее значительные произведения медиакритики вызвали дискуссии и получили большой резонанс как в сообществах медийных профессионалов, так и в обществе в целом.

К настоящему времени сформированы три вида медиакритической деятельности, дифференцирующиеся по субъектно-объектным признакам: 1) научно-экспертная; 2) «внутрицеховая» (внутрикорпоративная); 3) массовая медиакритика, обращенная к широким общественным кругам. Медиакритическая активность представителей гражданского общества позволяет отметить начало формирования четвертого вида, условно именуемого гражданской медиакритикой.

Медиакритике в её «внутрицеховой» и массовой ипостасях, когда журналисты должны подвергать критическому разбору и оценке деятельность своих же коллег по медийному «цеху», свойственная определённая корпоративная ограниченность. С учётом этого перспективными представляются как развитие «перекрестной» критики (например, когда деятельность телевидения подвергается анализу в периодических изданиях и сетевой прессе, а критические обзоры печатной прессы включены в телепрограммы), так и дальнейший прогресс научно-экспертной и гражданской критики средств массовой информации.

Познавая и оценивая деятельность СМИ, медиакритики способны осуществлять «подгонку» медийного комплекса под общественные потребности, помогая профессиональным коммуникаторам и аудитории лучше разобраться в процессах, происходящих в

медиафере, и сформировать определенное общественное мнение по отношению к ним. В свою очередь, изменение отношения потребителей контента к СМИ способно вызвать корректировку в деятельности производителей медийного содержания, разворачивая их от обслуживания узких экономико-корпоративных интересов к служению обществу<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Хойт М. Кому и зачем нужна медиакритика? // Журналистика и медиаобразование-2010: Сб. трудов IV Международной научно-практической конференции. НИУ «БелГУ». – Белгород, 2010.



## РЕГУЛЯТИВНАЯ РОЛЬ МЕДИАКРИТИКИ<sup>1</sup>

По подсчетам французского исследователя К.-Ж. Бертрана, в странах с развитыми демократическими традициями применяются около 40 различных видов прямого и косвенного, формального и неформального регулирования деятельности СМИ и журналистов, осуществляемого без непосредственного вмешательства государства и дополняющего государственное регулирование печатной и электронной прессы<sup>2</sup>.

Основными мотивами применения подобных форм регулирования является стремление противодействовать ужесточению режима правового регулирования труда журналистов и функционирования средств массовой информации, побудить персонал масс-медиа придерживаться высоких профессионально-этических стандартов, не прибегая при этом к «карательным» мерам.

Для общества, приверженного демократическим ценностям и идеалам, немаловажно присущее негосударственному регулированию свойство способствовать повышению доверия граждан к прессе, поскольку независимая, авторитетная и влиятельная пресса является важнейшим институтом демократии. Одним из факторов неформального регулирования деятельности средств массовой информации и журналистов является *медиакритика* (*журналистская критика СМИ*).

### Сущность медиакритики

Медиакритикой именуется новая, быстро развивающаяся область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания. *Журналистская критика средств массовой информации* представляет собой *общение с аудиторией*, в

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П.: Регулятивная роль медиакритики. // Саморегулирование журналистского сообщества. М.: ТАСИС-ФЗГ. (под редакцией Ю.В. Казакова) 1-е изд. 2003.

Републикация: 2-е изд., испр. и доп.: М.: 2004. 3-е изд. – М., 2005.

<sup>2</sup> Bertrand C.-J. Media Ethics and Accountability Systems. Transaction Pueblos. New Brunswick – L., 2000.

процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, жанрово-стилевых форм их воплощения оказывается влияние на *восприятие медийного содержания* публикой, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании получателей массовой информации.

В условиях современного информационного производства и рынка деятельность средств массовой информации представляет собой сложный сплав творчества, коммерческого расчета и технологического детерминизма, соотношение которых варьируется в зависимости от конкретного социального, экономического, правового, культурного и профессионального контекста функционирования печатной и электронной прессы. Поэтому *адекватное критическое познание продукта информационного производства* – медийного содержания – сегодня затруднительно или даже невозможно без пристального рассмотрения актуальных экономических, технологических и правовых аспектов деятельности СМИ, существенно влияющих на характеристики медиатекстов и выбор форматов их презентации.

Изучая и оценивая как творчество создателей медийных произведений и содержание СМИ, так и подвижный комплекс многообразных взаимоотношений печатной и электронной прессы с аудиторией и обществом в целом, медиакритика оказывает *ориентирующее влияние* на аудиторию. Произведения критиков СМИ способствуют выработке у публики представлений о нормативности различных аспектов функционирования печатной и электронной прессы, что необходимо для определения общественной оценки тех или иных медийных феноменов, для формирования у граждан *навыков самостоятельного рационального анализа и оценки* медиатекстов, творческой деятельности их создателей, различных проявлений взаимодействия средств массовой информации с социальной средой.

Медиакритика может участвовать в пересмотре, *трансформации, обновлении устоявшихся критериев нормы*, эталонности, результатом чего может быть социальная переоценка усилий и достижений как создателей медийного содержания, так и деятельности СМИ.

В современных условиях, когда наука зачастую не поспевает за переменами в медийной сфере, именно медиакритика с ее нацеленностью на *оперативное познание и оценку актуальных вопросов*

*социального функционирования средств массовой информации обеспечивает осмысление новых явлений и тенденций, отделяя «зерна от плевел», помогая сориентироваться в нынешнем противоречивом развитии не только массовой аудитории, но и профессионалам печатной и электронной прессы.*

*Журналистская критика СМИ содействует совершенствованию печатной и электронной прессы, выявляя отжившие либо социально опасные проявления в деятельности средств массовой информации и создателей медийного содержания – и создавая через влияние на общественное мнение профессионально-социальные условия для их преодоления.*

Признавая важность критики, нацеленной на совершенствование журналистского компонента медийного содержания и журналистики как рода профессионально-творческой деятельности, необходимо вместе с тем учитывать, что современные средства массовой информации предлагают аудитории *не только медиатексты, подготовленные журналистами.* Понятие «средства массовой информации» не может отождествляться с понятием «журналистика», поскольку содержание СМИ, стержнем которого являются журналистские произведения, включает в себя разнообразные *нежурналистские компоненты (художественный, документальный, рекламно-справочный, пиаровский),* нередко превалирующие в современном медийном содержании. Эти компоненты также заслуживают пристального внимания и критической оценки. В силу сказанного медиакритика не может ограничиваться – и не ограничивается на практике – анализом и оценкой одного лишь журналистского компонента при всей важности последнего.

Журналистская критика СМИ взаимодействует (вплоть до взаимопроникновения) с другими областями *критической журналистики:* кинокритикой, литературной, художественной, музыкальной, театральной критикой.

### **Виды медиакритики**

В зависимости от состава авторов – критиков СМИ, аудиторного предназначения критико-журналистских произведений, учитывающего характеристики объекта их воздействия, а также особенностей содержания этих произведений, медиакритика предстает в трех взаимопроникающих и взаимосвязанных видах: *научно-*

экспертной (академической), профессиональной («внутрицеховой») и массовой критики СМИ, которые образуют в совокупности сложное системное триединство, представляющее собой одно из базовых свойств этого явления журналистики.

**Научно-экспертная (академическая) медиакритика** представлена критико-журналистскими работами ученых и исследователей, адресованными как научным кругам, так и профессионалам масс-медиа. Как правило, она познает и оценивает наиболее сложные и масштабные актуальные проблемы и процессы функционирования средств массовой информации, требующие от критиков основательного теоретическо-концептуального подхода, повышенного уровня компетентности, применения научных методик исследования медийной практики. В академической медиакритике элементы публицистичности неразрывно связаны с теоретическими, концептуальными элементами. В ней приобретает наиболее полное воплощение свойство научности, поскольку ее произведения создаются авторами, владеющими инструментарием научного исследования медийных феноменов.

Научно-экспертная медиакритика познает наиболее сложные и масштабные явления и процессы в массово-информационной сфере, требующие теоретического подхода, повышенного уровня компетентности. Ученые нередко являются авторами постановочных научно-журналистских публикаций, в которых не только обозначаются актуальные научные проблемы, требующие изучения, и направления дальнейших исследований журналистики и средств массовой информации, но и пути и способы совершенствования текущей медийной практики.

Образцы высококачественной научно-критической журналистики демонстрируют исследователи телевидения Р. Борецкий, С. Муратов и другие представители университетской науки – и не только журналистской. Значительные научно-журналистские публикации, подвергающие критическому анализу различные аспекты деятельности СМИ и их взаимодействия с обществом, принадлежат перу социологов, психологов, педагогов, киноведов и представителей других общественных и гуманитарных наук (см. работы социолога Т. Адамьянц, киноведа Д. Дондуря, психолога Л. Матвеевой, педагога-теоретика медиаобразования А. Федорова и др.).

Работы представителей академической медиакритики обычно публикуются в научных журналах и альманахах, «толстых» журна-

лах, а также в изданиях, ориентированных на сообщества создателей медийного содержания (например, в профессиональных изданиях по журналистике). Отдельные произведения академической медиакритики можно встретить на образовательных интернет-сайтах.

**Профессиональная** (она же «*внутрицеховая*», *внутрикорпоративная*) **медиакритика** имеет своим адресатом сообщества журналистов и других создателей медийного содержания. В роли же критиков в данном случае обычно выступают представители этих сообществ либо авторы, тесно связанные с данными сообществами по роду своей профессиональной деятельности.

Профессиональная медиакритика способствует самопознанию медиасообществ и развитию внутрикорпоративной самокритики, совершенствованию мастерства творческих работников СМИ и постоянному пересмотру и развитию критериев и норм их профессиональной деятельности в соответствии с развивающимися общественными потребностями. Произведения «внутрицеховой» медиакритики публикуются чаще всего на страницах профессиональных изданий по журналистике и отраслевых изданий<sup>1</sup>.

Следует заметить, что понятие «профессиональная медиакритика» не исчерпывает внутреннюю критику в сообществе журналистов, поскольку в создании медийного содержания (особенно в электронных СМИ) участвуют не только члены журналистского «цеха», но и представители других профессий (режиссеры, операторы, дикторы и т.д.). Предназначение профессиональной (внутрикорпоративной) медиакритики реализуется не только через изучение и критику текущей практической деятельности представителей того или иного медийного «цеха», но и нормативно-творческой базы, механизмов и условий социального функционирования профессиональных сообществ, участвующих в информационном производстве и распространении массовой информации.

Работы «внутрицеховой» медиакритики, подвергающие критическому анализу и оценке различные аспекты профессиональной деятельности журналистов, жизни журналистского сообщества и взаимоотношений работников медийных организаций с властью и

---

<sup>1</sup> Среди критических работ, адресованных журналистскому сообществу, произведения А. Вартанова и Н. Вайонена («Журналист»); А. Качкаевой, автора критико-аналитических работ о процессах рыночной концентрации СМИ в России, их влиянии на журналистику, критика радио В. Сухаревой и др.

обществом, публикуются в журналах «Журналист», появлялись на страницах журнала «Профессия – журналист» и других профессиональных изданий.

В дополнение к традиционным профессиональным журналам по журналистике в последние годы появились электронные издания – обозрения СМИ, эпизодически публикующие произведения «внутрицеховой» медиакритики. Одним из наиболее значимых интернет-изданий такого рода является «Прессинг» – электронный журнал, действующий под эгидой Санкт-Петербургской организации Союза журналистов Российской Федерации и местного отделения Медиасоюза<sup>1</sup>. Созданы электронные медиаобозрения в некоторых регионах России – например в Нижнем Новгороде<sup>2</sup>.

Произведения *массовой медиакритики* предназначаются одновременно как широкой аудитории читателей, телезрителей, радиослушателей, так и творцам медийного содержания<sup>3</sup>. При этом журналисты и другие творческие работники средств массовой информации предстают в двух ролях. С одной стороны, это коллеги, к которым критик обращается с разбором их деятельности. С другой стороны, это часть общей аудитории – конечно же, более информированная, искушенная и критичная ее часть. Массовая медиакритика *стимулирует общественный интерес* к актуальным проблемам социального функционирования средств массовой информации, выступает в качестве *средства обратной связи* между аудиторией и СМИ. Она *просвещает* потребителей медийной информации в вопросах деятельности печатной и электронной прессы, *формирует* у них определенную культуру освоения медийного содержания и *оценивания* не просто отдельных текстов, сиюминутной продукции, но именно деятельности массмедиа, *обеспечивает возможность публичного диалога* между аудиторией и средствами массовой информации, *способствует достижению общественного консенсуса* в отношении спорных вопросов функционирования СМИ.

Наиболее развитой специализацией в массовой медиакритике является *телевизионная критика*. В газете «Известия» давно уже существует еженедельная субботняя колонка «Теленеделя с...», где

---

<sup>1</sup> <http://www.pressing.spb.ru>.

<sup>2</sup> <http://www.smi-nn.ru>

<sup>3</sup> Телекритик «Известий», «Золотое перо России» И. Петровская убеждена, что главный адресат критика-газетчика – «читатели и зрители, те самые представители общества, в интересах которого он должен, по идее, действовать» (<http://kurier.karelia.ru/archive/issue262/culture/view5237.html>).

читатель находит произведения И. Петровской и других «известинцев» – критиков ТВ. В течение ряда лет в «Известиях» публиковалась постоянная полоса «Телевидение», где наряду с новостями телевидения можно было встретить критические разборы передач и творчества тележурналистов, ведущих и других создателей программ, а также анализ телевизионных имиджей общественных деятелей и политиков. В последние годы разделы и колонки телевизионной критики появились во многих газетах общероссийского распространения («ТелеРевизор» в «Новой газете», «Телепат» – в «Литературной газете» и т.д.). Предпринимались и попытки интеграции различных специализаций медиакритики (телевизионной критики, критики периодической печати, критики радиовещания) в рамках одного газетного раздела.

Отношения между тремя видами медиакритики в идеале должны строиться по принципу сообщающихся сосудов: *академическая* обогащает *профессиональную* теоретическими знаниями и концептуальными подходами, новыми идеями и добытым исследовательским материалом; в свою очередь, оба эти вида критической деятельности подпитывают *массовую медиакритику* новыми знаниями и опытом, подталкивают ее к постановке и общественному рассмотрению проблем, выявленных наукой и профессиональной практикой. В России и на деле прослеживается непосредственная связь академической критики с «внутрицеховой» и массовой. Некоторые представители журналистской науки и искусствоведения (Д. Авраамов, Ю. Богомолов и др.) активно работают также в области «внутрицеховой» медиакритики или же публикуют критические работы, предназначенные для широкой аудитории.

Упомянутые виды журналистской критики СМИ развиваются и в некоторых европейских странах<sup>1</sup>. В последние годы в ряде государств мира бурное развитие получили *гражданские формы медиакритики*, когда в роли критиков СМИ выступают активисты различных гражданских организаций и объединений<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Крюгер У. Медиакритика в Германии, [http://mediareview.by.ru/articles/text\\_002.htm](http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm)

<sup>2</sup> См.: Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. РГУ. Ростов-на-Дону, 2003 (гл. 6 «Медиакритика и гражданское общество»).

## Медиакритика как регулятор

*Регулировать* (от лат. *regula* – правило, норма) – означает упорядочивать, подчинять определенным правилам, определенному порядку, применять правила и нормы, стабилизирующие характеристики объекта, а также обеспечивать целенаправленное изменение характеристик объекта регулирования на нормативной основе.

Термин «регулирование» используется в расширительном значении для обозначения любой упорядочивающей деятельности, оказывающей влияние на объект с целью приведения его в соответствие с определенными принципами, правилами и нормами. Регулирование обеспечивает адекватность социальной деятельности людей ее предмету, средствам и условиям. Рассматриваемое в качестве свойства социальной организации, оно обладает такими характеристиками, как преднамеренность, целенаправленность, прогнозируемость желаемых последствий регулирующего воздействия на социальный объект.

«Правила игры», которыми руководствуется любое профессиональное сообщество (не исключая журналистскую корпорацию и объединения других профессионалов СМИ), являются своеобразным компромиссом между внутрикорпоративными интересами, исторически наработанными внутри «цеха» традициями, обычаями, нормативами и требованиями государственных органов, влиянием экономических и правовых факторов, воздействием со стороны медийной аудитории и структур гражданского общества. Пребывая в поле воздействия этих внешних факторов, медиасообщества вырабатывают нормативные системы, неизбежно отражающие их влияние.

Журналистской критике СМИ в ее различных взаимосвязанных разновидностях (научно-экспертная, внутрикорпоративная, массовая) принадлежит чрезвычайно важная роль в постоянном обсуждении, пересмотре, совершенствовании и обновлении подвижных профессиональных нормативных систем, регулирующих деятельность создателей медийного содержания, а также в «подстройке» этих систем под выявляемые критиками актуальные общественные потребности. Выявляя и обозначая отклонения профессиональной практики и морали от нормативного (или общественно необходимого) состояния, критика побуждает журналистов и других творческих работников СМИ к внесению корректив в свою практическую деятельность, в ее ценностно-нормативную основу.



Академическая и массовая медиакритика влияет на внутренние взаимоотношения и настроения в профессиональных корпорациях журналистов и других создателей медиаконтента опосредованно, через *общественное мнение*. Влияние одобрения либо осуждения со стороны сограждан способно побудить профессионалов и медийные организации к корректировке своей деятельности в целях большего соответствия потребностям и ожиданиям общества. Если регулирующие профессиональные нормативы (и вытекающие из них запреты ненормативных действий) требуют существенного изменения ввиду их конфликтности, несовместимости с общественными потребностями либо еще не сформулированы, медиакритика участвует в обсуждении и совершенствовании нормативов, вносит предложения о выработке новых, зачастую взамен исторически и социально изживших себя правил и норм. При этом академическая и массовая медиакритика выступает в качестве важного *внешнего дополнительного фактора* развития корпоративной ценностно-нормативной системы, дополняя другие виды внешнего регулирования деятельности профессиональных сообществ создателей медийного содержания.

«Внутрицеховая» же медиакритика реализует свою регулятивную функцию, выступая в качестве *внутреннего регулятора* – компонента системы *профессионального саморегулирования* сообществ творческих работников СМИ, наряду с другими ее компонентами (профессиональными организациями и объединениями, комиссиями по этике, профессионально-этическими кодексами, различными формами поощрения и порицания представителей данной корпорации). Я.Н. Засурский заметил, что корпоративность можно развивать не только путем проявлений солидарности, но и критики<sup>1</sup>.

Критика способна крепить внутрикорпоративную сплоченность медийных работников, преодолевать негативные последствия «изоляционизма», оторванности некоторых медийных организаций от профессионального сообщества: «...СМИ, живущее вне корпорации, не корреспондирующее с профессиональной жизнью на уровне ассоциации, теряет тот самый элемент достижения, развития, защиты и поддержки сообществом, который свойствен

---

<sup>1</sup> Засурский Я.Н. Информационная безопасность: развитие доступа к информации // Вести. Моск. ун-та. Сер. Журналистика, 1998. № 2. С. 5.

корпорации»<sup>1</sup>. Критика выносит деятельность «изоляционистов» на обсуждение в рамках сообщества, вовлекая их во внутрикорпоративную дискуссию, что является первым шагом к последующему сплочению. «Внутрицеховая» медиакритика помогает преодолевать кризисные явления в развитии профессиональных сообществ, предлагая надежные средства от засилья морального релятивизма и догматизма, от мифологизации жизненных концептов профессионального призвания<sup>2</sup>.

В то время как литературная и художественная критика концентрирует свое внимание главным образом на анализе и интерпретации деятельности творца, на характеристиках его творческой индивидуальности, идейного своеобразия и образно-стилевого строя созданных им произведений, рассматриваемых в определенном социально-культурном контексте, медиакритика обязана соотносить медийное производство и содержание СМИ не только с творческими, но и с экономическими, юридическими, профессионально-этическими нормативами. Самой сущностью критической деятельности обусловлено сопоставление реального состояния объекта с *нормативным* (или воображаемым *идеальным*) состоянием и оценка его отклонения от заданного образца. Выявляя и оценивая подобные отклонения, критика осуществляет опосредованное воздействие на объект с целью его «подравнивания» под образец – модель должного состояния, предписанного нормой. Например, если критик, обращаясь к массовой аудитории, характеризует широкое использование «новорусского» сленга и элементов просторечия в текстах телевизионных рекламных роликов как деструктивное явление по отношению к общественным языковым нормам, он стремится не столько непосредственно повлиять на составителей рекламных текстов, чтобы те уважительнее относились к родному языку, сколько вызвать четкое негативное отношение общественности и профессионального сообщества создателей телевизионной рекламы к выявленным отклонениям от нормы<sup>3</sup>. Неприятие таких отклонений от норматива в среде медийных профессионалов, их общественное осуждение в конечном счете способно стать факто-

---

<sup>1</sup> Казаков Ю.В. На пути к профессионально правильному. Российский медиа-этнос как территория поиска. Центр прикладной этики. М., 2001. С. 255.

<sup>2</sup> Бакштановский В., Согомонов Ю. Моральный выбор журналиста. Центр прикладной этики. Тюмень, 2002. С. 125.

<sup>3</sup> Кантор Ю. Чисто русский язык. Посмотрев телерекламу, зритель успешно овладевает новорусским сленгом. // Известия. 3 февраля 2001.

ром противодействия ненормативной практике – и одновременно утверждения определенной творческой нормативности. Именно на этот эффект рассчитаны и выступления критиков, направленные против использования в телепередачах выражений, оскорбляющих человеческое и национальное достоинство людей<sup>1</sup>.

На утверждение норматива и отрицание отклонений от него нацелен произведенный представителями массовой медиакритики разбор творческих аспектов телевидения: концепции телепрограмм и их воплощения<sup>2</sup>, анализ применения интерактивных форм общения с аудиторией (в частности, проблемы репрезентативности опросов телезрителей на НТВ на основе учета их звонков в студию)<sup>3</sup>, оформления межпрограммного пространства, студий, заставок, символики телеканалов<sup>4</sup>, имиджа телеведущих, стиля их общения с телезрителями<sup>5</sup> и с гостями студии<sup>6</sup>, организации студийного диалога на телевизионных ток-шоу<sup>7</sup>.

Осенью 2001 года в газете «Известия» была введена специальная рубрика «Телеперсона grata (nongrata)», в которой публиковались критические разборы медийных имиджей ведущих популярных телепрограмм. Подвергались критике отступления отечественных «звезд» ТВ от принципов и норм профессионализма, требований уместности и хорошего вкуса<sup>8</sup>. Производился критический

---

<sup>1</sup> Петровская И. ТВ без табу. // Известия. 7 сентября 2002; Она же: Голосуй или проиграешь! // Известия. 23 ноября 2002.

<sup>2</sup> Петровская И. Бегство разума за Гордон. // Общая газета. 27 сентября 2000; Плиев Р. Не пугайтесь, малыши! // Иностранец. 26 декабря 2000; Крушилова Е. Фабрики грез. Музыкальные шоу-близнецы на главных каналах. // Известия. 2 ноября 2002 и др.

<sup>3</sup> Петровская И. Бегство разума за Гордон. // Общая газета. 27 сентября 2000; Плиев Р. Не пугайтесь, малыши! // Иностранец. 26 декабря 2000; Крушилова Е. Фабрики грез. Музыкальные шоу-близнецы на главных каналах. // Известия. 2 ноября 2002 и др.

<sup>4</sup> Кабанова О. Фантики. Новая упаковка телеканалов. // Известия. 22 сентября 2001; Богомолов Ю. Характерный для меня случай антисемиотизма. // Известия. 7 сентября 2002.

<sup>5</sup> Архангельский А. Финита ля «Итоги» // Известия. 28 апреля 2001; Пишикова Е. Здравствуй и прощай. Формула телевизионной вежливости // Известия. 12 мая 2001; Богомолов Ю. Переключая каналы // Известия. 30 июня 2001; Богомолов Ю. Ведущие вместе. Мода на парный конференс // Известия. 10 августа 2002; Кабанова О. Он ходит в гости по утрам. Тимур Кизяков как образ теледобродетелей // Известия. 17 августа 2002 и др.

<sup>6</sup> Кичин В. Андропатология // Известия. 3 июня 1999; Архангельский А. Кто не с ними, тот не с нами. Как Василия Аксенова пригласили в конкурирующие программы и что из этого вышло // Известия. 6 ноября 1999.

<sup>7</sup> Молибога Ю. Махание кулаками до и после драки. // Известия. 22 июня 2002; Петровская И. Зритель любит погорячее? // Известия. 22 июня 2002.

<sup>8</sup> Лысенко А. Папа Римский учится у Киселева величию // Россия. 24 октября 2002; Петровская И. Быть знаменитым // Известия. 28 сентября 2002; Она же: Школа пустословия //

разбор форматов и программной политики радиостанций и телеканалов с выявлением профессиональных просчетов и недостатков в ее формировании и реализации, вызванных дурновкусием, дефицитом воображения, шаблонностью творческих решений<sup>1</sup>.

Обозначая отклонения от нормативного (или общественно необходимого) состояния, критика побуждает журналистов и других творческих работников к внесению корректив в информационное производство и медийное содержание, в результате чего отмеченные отклонения могут быть устранены. Критика стимулирует медийных работников требовательнее относиться к себе и своим произведениям. Она может предлагать создателям медийного содержания выбор альтернативных деятельностных вариантов с учетом заданной нормы (образца), обозначая пути и способы достижения нормативного (либо желаемого) состояния рассматриваемого объекта. Медиакритика способна оказывать воспитательное воздействие на творческих работников и массовую аудиторию, так как по своей сути воспитание представляет собой процесс воспроизводства и передачи нормативных знаний и ценностей (культурных, идеологических, деятельностных) от воспитателя к воспитуемым. Присущее нормам свойство эталонности нередко является причиной их абсолютизации, вследствие чего они начинают восприниматься в качестве универсальных и неизменных образцов, шаблонов деятельности. Однако нормы не являются абсолютными, изменяясь по мере трансформации социальной практики, под влиянием перемен в условиях профессиональной деятельности, в сознании профессионалов и общественности. Особенно это характерно для творческих профессий, которым противопоказана как шаблонность, возникающая вследствие абсолютизации существующих нормативов, так и чрезмерная регламентация деятельности. Подвижность норм любой творческой деятельности порождает потребность в постоянной проверке ее нормативной системы на соответствие актуальным социальным требованиям и развивающимся содержательным и формальным критериям творчества, выработанным в данной

---

Известия. 19 октября 2002; Она же: Общество взаимного восхищения // Известия. 16 ноября 2002 и др.

<sup>1</sup> Разлогов К. Жанр кризиса // Искусство кино. 1999, № 4; Сухарева В. Остановите «Русское Радио»?! // CREDA. 2002, №1; Петровская И. Телевидение и медведь // Известия. 27 июля 2002; Она же; Потехе время – делу час // Известия. 31 августа 2002; Ковалева А. Новости – не их профессия. Информационные службы телеканалов погрузились в летаргический сон // Известия. 31 августа 2002; и др.

сфере духовного производства. Все это в полной мере относится к нормативам деятельности творческих работников СМИ.

Медиакритика предоставляет широкие возможности для *публичного обсуждения нормативной базы* информационного производства, творчества создателей медийного содержания. В частности, ей принадлежит чрезвычайно важная роль в постоянном пересмотре, совершенствовании и обновлении подвижной нормативной системы профессиональной этики, ее подстройке под выявляемые критиками актуальные потребности. Медиакритика нередко анализирует и оценивает деятельность журналистов и других творческих работников СМИ на предмет соблюдения ими нормативов профессиональной этики. Так, в частности, отечественная массовая медиакритика *выявила и проанализировала ряд грубых нарушений профессионально-этических норм и правил деятельности создателей медийного содержания*: использование журналистов в качестве «сливных бачков» компромата и «информационных киллеров»<sup>1</sup>, факты беззастенчивого плагиата и воровства чужих творческих идей, приносящих коммерческий успех<sup>2</sup>, телепоказ инсценированных видеосюжетов, предъявляемых аудитории в качестве документальных<sup>3</sup>. Критики отмечают распространенность среди нынешних журналистов явлений, несовместимых с нормами профессиональной этики. В результате того, что коррупция, шантаж и вымогательство стали распространёнными в среде работников прессы, в некоторых редакциях и пиаровских агентствах установлены «твердые расценки» за отказ от опубликования собранных компрометирующих материалов<sup>4</sup>.

Отечественная медиакритика раскрывает неискушенной массовой аудитории неприглядные «тайны» коммерческого телепроизводства, выявляя случаи грубого нарушения вещателями этических норм – например, наглого обмана телезрителей, когда создатели телепрограмм в погоне за высоким рейтингом прибегают к использованию вымышленных сюжетов и подставных персонажей – «людей

---

<sup>1</sup> Петровская И. Дон Серджи против дона Джордже // Известия. 30 октября 1999; Удавы и кролики // Известия. 30 октября 1999; Филиппов А. Сергей Доренко против Джеймса Бонда. Новости с фронтов телевизионной войны // Известия. 21 января 2000.

<sup>2</sup> Петровская И. Как Соловьев Гордона уел, или Мимо нот // Общая газета. 25–31 октября 2001; Богомолов Ю. Играем в слабое звено // Известия. 24 ноября 2001.

<sup>3</sup> Тарасов А. Милицейская журналистика. В поисках заказчика убийства вторую древнейшую профессию обратили в первую // Известия. 6 ноября 1999.

<sup>4</sup> Пунанов Г., Логинов А. Главный редактор попался на взятке. Вчера по подозрению в вымогательстве задержан журналист // Известия. 15 февраля 2000.

из толпы», роли которых разыгрывают нанятые телекомпаниями актеры<sup>1</sup>; антигуманности, циничной эксплуатации человеческого горя создателями передач<sup>2</sup>; вопиющих проявлений неуважения к телезрителям и людям, приглашенным для участия в передачах<sup>3</sup>, хамства и пошлости телеведущих<sup>4</sup>, непристойности некоторых телепрограмм<sup>5</sup>, дурного вкуса создателей коммерческих «проектов» СМИ<sup>6</sup>.

Критики подталкивают сообщества журналистов и других медийных работников к совершенствованию существующей этической нормативной системы, выявляют и выдвигают на обсуждение спорные проблемы профессиональной этики, не имеющие на данный момент однозначного решения. «Журналист» опубликовал критический разбор содержания Хартии телеведущих, раскрывающий банальность ее содержания и крайнюю ограниченность этико-регулирующего потенциала этого документа<sup>7</sup>. В «Российской газете» был обсужден этически сложный вопрос о допустимости размещения в СМИ частных объявлений интимного характера, а в журнале «Профессия – журналист» – этические и правовые аспекты предотвращения публикации частных объявлений, способных нанести ущерб неприкосновенности личной жизни и благополучию людей<sup>8</sup>.

Сложившиеся в 1990-х годах условия функционирования средств массовой информации породили ряд новых для России профессионально-этических проблем, которые также рассматриваются медиакритикой. Речь идет, например, о профессионально-этических аспектах взаимоотношений и конфликтов между руководителями СМИ и их владельцами, между журналистами и источниками информации. Вместе с тем мониторинг критических публикаций отечественных газет свидетельствует о том, что

---

<sup>1</sup> Емельяненко В. Ток-шоу набирают нищих актеров, чтобы поднять рейтинг // Известия. 3 октября 2001

<sup>2</sup> Петровская И. Ребенка в студию! // Известия. 4 декабря 1999.

<sup>3</sup> Кацюба Е. Тело в телевизоре // Новые Известия. 8 февраля 2000.

<sup>4</sup> Петровская И. Горчица с хреном. Те, кого прежде называли просто хамами, становятся законодателями телевизионной моды // Известия. 1 ноября 2001.

<sup>5</sup> Петровская И. Открытые и раздетые // Известия. 14 февраля 1998.

<sup>6</sup> Петровская И. «На мои похороны съехались вампиры». // Известия. 24 января 1998.

<sup>7</sup> Вартанов А. Сотрясение воздуха. Обсуждаем Хартию телеведущих // Журналист, 1999. № 12. С. 28.

<sup>8</sup> Кравченко Ф. Частные объявления – источник средств для СМИ и загадка для юристов // Профессия – журналист. 2000. № 6. С. 42–43.

подобные проблемы привлекают внимание критиков довольно редко.

В критических работах «внутрицеховой» медиакритики, адресованных профессионалам СМИ, превалирует разбор творческой мастерской медийных работников, деятельность которых оценивается на основе критериев соответствия нормам профессионализма, эталонным образцам творчества. Вскрывая и оценивая негативные явления (например, шаблонность содержания и стиля программ теленовостей, низкую профессионально-техническую культуру режиссеров, операторов и монтажеров ведущих каналов российского ТВ<sup>1</sup> и т.д.), «внутрицеховая» критика помогает преодолеть настроения корпоративного самодовольства и ограниченности, создает моральные стимулы для повышения профессионального мастерства. Этому служат, в частности, выступления авторов, публикуемых в изданиях по журналистике, – например Н. Вайонена в разделе «Разбор полетов» журнала «Журналист».

Справедливости ради следует уточнить, что внимание отечественных критиков печатной и электронной прессы привлекают сегодня лишь *наиболее вопиющие* нарушения требований профессионализма и этических норм в деятельности работников СМИ – и к тому же далеко не все. Нечасто освещаются такие грубейшие нарушения профессиональной журналистской этики, как *публикация скрытой рекламы, подготовка заказных материалов, превращение журналистов в доверенных лиц, состоящих на гласной и негласной оплачиваемой службе у политиков и представителей деловых кругов*<sup>2</sup>. Вне поля критического анализа остаются и многие другие стороны профессиональной деятельности творческих работников СМИ (например, этические аспекты проблемы *использования журналистами пиаровских материалов и привлечения оплачиваемых источников информации*). В своеобразной «зоне молчания» отечественной медиакритики остаются и такие широко распространенные злободневные проблемы, как внутренняя цензура в медийных организациях и самоцензура журналистов, их причины, проявления и последствия.

---

<sup>1</sup> Львов М. Особенности... эээ... национальных... ммм... новостей. Краткое методическое пособие // 625. Информационно-технический журнал, 2000. № 10. С. 96–97.

<sup>2</sup> Александрова А. В поисках денежного мешка. К вопросу о журналистской этике // Общ. газета. 1998, №4.

По замечанию К. Норденстренга, медиакритика, дополняемая систематическим мониторингом деятельности СМИ, хорошо сочетается с традиционными формами регулирования массмедиа и *способствует развитию системы саморегулирования* в более открытом, лишенном корпоративной ограниченности, варианте<sup>1</sup>. Наличие *органов саморегулирования* (советов прессы и пр.) и *кодексов профессиональной этики*, в свою очередь, благоприятствует развитию *эффективной медиакритики* в силу того, что последняя, выявляя отступления от требований профессионализма, получает возможность апеллировать и к ясно сформулированным «правилам игры», и к конкретным регулирующим структурам.

Российская медиакритика, находящаяся сегодня в стадии становления, уже продемонстрировала признаки влияния на процессы в массово-информационной сфере. В 1990-х годов в произведениях медиакритиков, например, активно поднималась проблема *деградации культурно-просветительского компонента* медийного содержания – в частности, вытеснения из телеэфира в процессе «коммерциализации» ТВ просветительских передач и программ на темы культуры. Критики транслировали при этом мнение общественности, выразившей недовольство искусственным сужением культурного диапазона телевещания и требовавшей восстановления культурно-просветительского потенциала ТВ. В результате совместного давления общественных кругов, парламентариев и журналистов-критиков СМИ был создан телеканал «Культура», расширился показ культурно-просветительских программ на некоторых других телеканалах<sup>2</sup>. После теракта на Дубровке медиакритика сыграла определенную роль в срыве публично заявленных планов ужесточения правового регулирования освещения террористических актов в российских СМИ. Последнее стало возможным в результате мобилизации общественного мнения на поддержку требований о развитии профессионально-этического регулирования действий прессы, в том числе в таких экстраординарных ситуациях, как террористические акты.

---

<sup>1</sup> Nordensteng K. The Structural Context of Media Ethics. How Media Are Regulated in Democratic Society // Media Ethics: Opening Social Dialogue. (B. Pattyn, ed.) Leuven, Belgium. Peeters, 2000, pp. 69–86.

<sup>2</sup> Одной из бесспорных заслуг отечественной медиакритики является создание отечественных телеканалов для детей после длительного периода игнорирования вещателями детской аудитории.



Признавая эти факты позитивными и серьезными, избежим, однако, соблазна выдать желаемое за действительное. По большому счету, отечественная журналистская критика СМИ пока еще далеко не в должной мере проявляет присущий ей потенциал. Демонстрируя признаки неформальности, незрелости, она еще далеко не в полной мере соответствует той роли, которую призвана играть в демократическом обществе.

## МЕДИАКРИТИКА В ФИНЛЯНДИИ<sup>1</sup>

Особая область журналистики – медиакритика, специализированная на анализе, интерпретации и оценке актуальных явлений и процессов социального функционирования СМИ, деятельности журналистов и других создателей медийного содержания, способна внести существенный вклад в развитие журналистского образования, в укрепление его связи с медийной практикой<sup>2</sup>. Сегодня в рамках медиакритики развиваются несколько отраслевых специализаций критико-журналистской деятельности: критика телевидения, критика периодики, критика радио. В стадии становления находится сетевая критика, осуществляющая оперативное познание и оценку информационных процессов в Интернете.

Финская исследовательница М. Хурри классифицировала субъектов и области творческо-критической деятельности по принадлежности критиков к той или иной социальной сфере, к той или иной группе профессионалов. В соответствии с этой классификацией критики, профессионально связанные с областью искусства, были охарактеризованы как представители «эстетической профессиональной критики». Журналисты, специализирующиеся в той или иной области творческо-критической деятельности, отнесены к «журналистской или идеологически ориентированной критике» – на том основании, что штатный журналист подчинен идеологическим установкам своей медийной организации. Критиков же, тесно связанных с аудиторией, М. Хурри характеризует как представителей «популяризирующей критики»<sup>3</sup>.

Эта классификация обозначает «разделение труда», существующее между различными видами критики, признаёт наличие группы критиков, связанных с аудиторией (и нередко действующих от имени общественности). Однако в данной классификации не учтена группа критиков – представителей академических кругов: университетских учёных и сотрудников научно-исследовательских

---

<sup>1</sup> Первая публикация : Короченский А.П. Медиакритика в Финляндии // Журналистика и социология'2004. Культура общества и достоинство журналистики. // Материалы научно-практического семинара. Ф-т журналистики СПбГУ. – Санкт-Петербург, 2005. (в соавторстве с Ю. Пиетияйненем – Университет Тампере, Финляндия).

<sup>2</sup> В мировой науке термин «медиакритика» применяется также для обозначения смежного понятия – научной критики массмедиа как составной части науки о журналистике и массовых коммуникациях, наряду с научной теорией и историей.

<sup>3</sup> Tiedotustutkimus. 17:1, 4-13.

организаций. К примеру, Д. Бордуэлл выделяет как журналистскую критику и эссеистику, так и критическое творчество представителей академического сообщества<sup>1</sup>.

При классификации основных видов медиакритики наиболее плодотворным представляется подход, учитывающий основные характеристики субъектов критической деятельности (критиков) и объектов критики (аудиторных групп, которым адресованы критические произведения). Мировой опыт свидетельствует, что в настоящее время журналистской деятельностью, имеющей целью критическое познание и оценку медийной практики и связей прессы с обществом, занимаются три основные группы (типа) критиков. К первой относятся учёные и исследователи массовых коммуникаций, представляющие журналистскую науку и другие области общественных и гуманитарных наук (искусствоведение, социологию, психологию, киноведение и пр.). Представители академического сообщества совмещают исследования с критико-журналистской деятельностью в научной, профессиональной и массовой прессе. Вторую группу составляют профессиональные журналисты (сотрудники медийных организаций). Третья группа состоит из активистов-общественников, занимающихся критико-журналистской деятельностью в целях воздействия на общественное мнение и медийную практику с позиций и от имени структур гражданского общества. Общественники, занимающиеся медиакритикой, зачастую имеют опыт практической работы в редакциях и (или) журналистское образование.

Основными типами аудитории медиакритики являются сообщества профессионалов – создателей медийного содержания; академические сообщества исследователей массовых коммуникаций; массовая аудитория СМИ. Не исключено обращение критиков к смешанной аудитории. Произведения медиакритики, вызвавшие оживлённые дискуссии и получившие большой резонанс в сообществах медийных профессионалов и в обществе в целом, приобретают дополнительный потенциал воздействия на социум. В подобных случаях влияние критических произведений выходит за пределы их непосредственной аудитории, превращаясь в фактор формирования широкого общественного мнения.

В зависимости от состава критиков, аудиторного предназна-

---

<sup>1</sup> Bordwell D. Making Meaning: Inference and Rethoric in the Interpretation of Cinema. Cambridge: Harvard University Press. 1989.

чения критико-журналистских произведений, а также особенностей их содержания медиакритика предстаёт в трёх взаимопроникающих и взаимосвязанных видах: *академической, профессиональной и массовой* критике СМИ, которые образуют в совокупности сложное системное единство, представляющее собой одно из базовых свойств этого явления журналистики. *Академическая* медиакритика, представленная критико-журналистскими работами учёных и исследователей, адресуется обычно как научным кругам, так и профессионалам массмедиа. Как правило, она познаёт и оценивает наиболее сложные и масштабные проблемы и процессы функционирования средств массовой информации, требующие теоретического подхода, повышенного уровня компетентности. В академической медиакритике приобретает наиболее полное воплощение свойство научности, поскольку её произведения создаются авторами, владеющими инструментарием научного исследования средств массовой информации.

*Профессиональная* (она же «*внутрицеховая*», *внутрикорпоративная*) медиакритика имеет своим главным адресатом сообщества журналистов и других создателей медийного содержания. В роли критиков в данном случае обычно выступают представители этих сообществ либо авторы, тесно связанные с данными сообществами по роду профессиональной деятельности. Профессиональная медиакритика способствует самопознанию медиасообществ и внутрикорпоративной самокритике, совершенствованию мастерства творческих работников СМИ, постоянному пересмотру и развитию норм и критериев их профессионализма. Произведения «внутрицеховой» медиакритики, способствующей развитию саморегулирования сообществ создателей медийного содержания, публикуются чаще всего на страницах профессиональных изданий по журналистике и отраслевых журналов (по телевидению и радиовещанию, издательскому делу).

*Массовая медиакритика* обращена одновременно и к широкой аудитории читателей, телезрителей, радиослушателей, и к творцам содержания СМИ. При этом журналисты и другие творческие работники средств массовой информации предстают в двоякой роли. С одной стороны, это коллеги, к которым критик обращается с разбором их деятельности. С другой стороны, это часть общей аудитории – более информированная, искушённая и критичная её часть. Массовая медиакритика стимулирует общественный интерес к ак-

туальным проблемам социального функционирования средств массовой информации, обеспечивает возможность постоянного диалога между аудиторией и СМИ, способствует выработке общественного консенсуса в отношении спорных аспектов деятельности масс-медиа, просвещает потребителей медийной информации в вопросах функционирования печатной и электронной прессы.

Отношения между тремя видами медиакритики в идеале строятся по принципу сообщающихся сосудов: академическая обогащает профессиональную теоретическими знаниями и концептуальными подходами, новыми идеями и добытым исследовательским материалом. В свою очередь, обе эти разновидности критической деятельности подпитывают массовую медиакритику новыми знаниями, подталкивают её к постановке и публичному обсуждению проблем, выявленных наукой и профессиональной практикой.

### **Академическая медиакритика в Финляндии: связующее звено между высшей школой и журналистской практикой**

В Финляндии со второй половины 1990-х гг. наблюдается заметная активизация академической медиакритики – творческой деятельности в формате научной журналистики, когда в роли критиков выступают представители университетских кругов: исследователи массовых коммуникаций, преподаватели высших учебных заведений, ведущих подготовку будущих журналистов и коммукологов.

В настоящее время высшее образование в области журналистики и коммунологии можно получить в нескольких университетских центрах страны. Наиболее значительным из них является отделение журналистики и массовых коммуникаций Университета Тампере с его научной школой, сформированной под руководством всемирно известного исследователя массовых коммуникаций и журналистской этики проф. К. Норденстренга. В 1996 г. в Тампере по инициативе финской Ассоциации исследователей массовых коммуникаций был создан Центр исследования и развития журналистики, который призван, в частности, стимулировать академическую медиакритику, способствующую сближению университетской науки и образования с журналистской практикой. Центр организовал проведение ежегодных смешанных семинаров с участием уни-

верситетских ученых и журналистов – практиков, а также наладил с 1998 г. выпуск ежегодника «Journalismikritiikin vuosikirja» («Журналистская критика»), созданного на базе научного журнала «Tiedotustutkimus» («Исследования массовых коммуникаций»).

К настоящему времени опубликовано семь выпусков этого ежегодника. Содержание «Journalismikritiikin vuosikirja» свидетельствует о приоритетном внимании к критическому разбору и оценке актуальных проблем финской журналистики. Авторами критических и критико-постановочных публикаций в ежегоднике являются как преподаватели и исследователи журналистики, коммуникологи, так и журналисты-практики, владеющие научными методиками анализа, интерпретации и оценки журналистской деятельности. Постепенно определилась внутренняя структура этого издания, сформировались тематические разделы.

Часть критических публикаций основана на материалах эмпирических исследований журналистской практики и медийного содержания, выполненных группами докторантов и студентов отделений массовой коммуникации под руководством преподавателей – опытных исследователей СМИ. Таким образом, уже на стадии обучения будущие медиапрофессионалы и ученые-исследователи массовых коммуникаций приобретают навыки прикладных исследований журналистики, способствующие углубленному познанию журналистской практики и её конструктивной критике.

Ежегодник публикует критические обзоры публикаций финской прессы, подвергает рассмотрению и критике политические аспекты функционирования финских периодических изданий, освещения ими деятельности правительства, партийных лидеров и парламентариев. Так, в статье Э. Маттинена «Политический лидер как герой» производится критический анализ влияния политического пиара на формирование медийных образов финских политиков, результатом чего стало неоправданно большое внимание прессы к личностям политических деятелей в ущерб разбору их программных установок и практической деятельности<sup>1</sup>.

В ежегоднике даётся критический анализ эволюции типов периодических изданий и их содержания под влиянием факторов коммерциализации прессы. Например, С. Эльфвинг на основе анализа содержания и форм презентации материалов в «Katso!»

---

<sup>1</sup> Journalismikritiikin vuosikirja. 2004. (Ed. – J. Pietiläinen)

(«Смотри!») приходит к выводу о трансформации этого финского журнала-телегида в «жёлтое» издание<sup>1</sup>.

Обязательным компонентом содержания ежегодника стали публикации по проблемам журналистской этики, нередко имеющие критико-дискуссионный характер. Сравнение различных оценочных подходов и норм, старых и новых представлений об этической нормативности деятельности журналистов выявило существенный разброс в воззрениях на профессиональную этику, бытующих в среде исследователей массмедиа, с одной стороны, и в сообществе практиков журналистики, с другой. Выявление существа различий, опубликование в ежегоднике дискуссионных материалов, представляющих позиции и аргументацию как журналистской науки, так и практиков, способствуют совместному поиску решения этически спорных вопросов деятельности журналистов. Подобные публикации благоприятствуют преодолению нежелательного отрыва науки от практики, сближению позиций учёных и представителей журналистского сообщества в оценке текущего состояния профессиональной этики и в определении путей повышения этической культуры прессы.

Номера «Journalismikritiikin vuosikirja» служат хорошим подспорьем преподавателям и студентам при проведении занятий. Публикации ежегодника содержат результаты контент-аналитических и статистических исследований журналистских публикаций в периодической печати, на радио и телевидении, другие эмпирические данные и материалы, весьма полезные для коллективного обсуждения на учебных семинарах и использования в ходе практических занятий. К сожалению, издание имеет небольшой тираж – от 600 до 1000 экз. Неизбежные из-за низкой тиражности ограничения в распространении можно преодолеть, создав интернет-версию ежегодника<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Journalismikritiikin vuosikirja. 2004. (Ed. – J. Pietiläinen).

<sup>2</sup> В 1998 г. представители 12 европейских университетов – участники конференции Международной Ассоциации исследователей массовых коммуникаций (IAMCR) в Глазго – приняли решение о создании академического англоязычного интернет-сайта «Media Criticism Today» на сервере Университета Тампере. Кураторами этого международного проекта стали профессора тамперского отделения журналистики и массовой коммуникации А. Хейнонен и Х. Луостаринен (впоследствии – сотрудник Университета Ювяскюля). Однако данный интернет-ресурс, предназначенный главным образом для стимулирования международного академического обмена опытом и сотрудничества в области медиакритики, не оказал существенного влияния на развитие финской критики средств массовой информации.

Кроме отделения журналистики и массовых коммуникаций Университета Тампере, другим центром академической медиакритики в Финляндии является относительно новое отделение журналистики, созданное в 1986 г. в Университете Ювяскюля. Преподаватели и исследователи этого отделения теснее связаны с журналистской средой, так как обучение здесь отличается большей практической ориентацией. Всего через три месяца после террористической атаки на Всемирный торговый центр 11 сентября 2001 г. в Ювяскюля была выпущена книга с критическим разбором медийного отображения нью-йоркской трагедии, оказавшей столь существенное влияние на последующие события в мире. Важный вклад в подготовку этой книги внёс один из её авторов – профессор Х. Луостаринен, бывший сотрудник Университета Тампере.

### **«Внутрицеховая» медиакритика: невостребованный ресурс**

Начало финской внутрикорпоративной медиакритики было положено в 1980-е годы, когда в издании Союза журналистов Финляндии «*Journalisti*» («Журналист») появилась серия критических публикаций, подготовленных Е. Бломстедт (ранее публиковавшейся под фамилией Роос). Однако впоследствии эта известная представительница финского журналистского «цеха», удостоенная приза за профессиональные достижения, переключилась на подготовку еженедельных критических обзоров иностранной прессы, транслируемых по радио.

Сегодня в «*Journalisti*» публикуются в основном работы, касающиеся условий труда и социального статуса работников печатной и электронной прессы, внутренних проблем журналистского сообщества, а также творческие портреты выдающихся финских журналистов. Ежегодник «*Journalismikritiikin vuosikirja*» отчасти восполняет дефицит критических публикаций в этом «внутрикорпоративном» издании. Но, являясь связующим звеном между журналистской наукой и практикой, академический ежегодник всё же не может служить полноценной заменой «внутрицеховой» медиакритики, которая призвана стимулировать дискуссии в журналистском сообществе, содействовать его саморегулированию, активизировать поиск новых путей и методов профессиональной деятельности.

Ресурсы профессиональной медиакритики пока не востребованы. Многие финские журналисты – практики не склонны крити-



ковать коллег по «цеху»: считается, что никто не застрахован от ошибок в работе, не исключая и самих критиков. В журналистских кругах проявляется определённая настороженность (а иногда и предубеждение) в отношении академической медиакритики. Профессор Р. Кунелиус (Университет Тампере) отметил, что диалог между представителями университетской высшей школы и журналистами – практиками отнюдь не является беспроблемным. Практики, традиционно самоидентифицирующиеся как медийные «профессионалы», зачастую воспринимают университетских преподавателей и исследователей не как своих коллег и помощников, а как «профессоров» – представителей совершенно иного сообщества. Плодотворным диалог бывает не всегда, так как «профессионалы» обычно не склонны к быстрому позитивному отклику на критику и альтернативные предложения со стороны академических кругов, в частности, когда критические выступления посвящены негативным последствиям чрезмерной коммерциализации массмедиа, либо предлагают новые подходы в журналистике, способствующие улучшению информирования публики и повышению качества общественной жизни, что требует предоставления рядовым гражданам бóльших возможностей для участия в публичных дискуссиях в прессе<sup>1</sup>.

Медийные организации обычно не склонны выделять университетам гранты на проекты, нацеленные на развитие медиакритики. И тем не менее диалог необходимо продолжать, чтобы приостановить некоторые тревожные тенденции в развитии прессы (отражающиеся в снижении доверия аудитории, падении тиража газет и пр.) Как заметил Р. Кунелиус, о позитивных переменах в прессе можно только мечтать, если не обеспечено взаимодействие академических кругов с другими общественными силами.

Союзником академической критики в мобилизации общественного мнения и в воздействии через него на медийную практику могли бы стать структуры гражданского общества. В ряде стран мира действуют организации граждан, осуществляющие независимый мониторинг СМИ и журналистскую медиакритику в целях защиты интересов потребителей информации и развития граждан-

---

<sup>1</sup> Kunelius R. Research Towards Rethinking the Readers. Lessons from a Case Study. // <http://www.uta.fi/jourkutkimus/mediacriticism/writings.html>

ской инициативы в медийной сфере<sup>1</sup>. В Финляндии к числу подобных структур относится общественная организация «Pro Yleisö» («За аудиторию»), учреждённая в ноябре 2003 г. в Тампере при участии видных общественных деятелей, учёных и гражданских активистов. «Pro Yleisö» образована по примеру аналогичной британской организации «Voice of viewers and listeners» («Голос телезрителей и радиослушателей»), оказывающей гражданское влияние на вещателей.

Созданию новой организации предшествовала масштабная акция общественности: весной 2003 г. 4500 граждан и 21 общественная организация подписали обращение к руководству Министерства коммуникаций в поддержку плюрализма и высокого качества вещания. В сентябре 2004 г. новая организация провела публичную манифестацию, требуя обеспечить выборность директора финского общественного вещания и отказаться от назначения на этот пост бывших политиков. «Pro Yleisö» может стать эффективным фактором гражданского влияния на вещателей, если её требования и действия будут поддержаны медиакритикой, имеющей большой потенциал воздействия на общественное мнение.

### **Обращаясь к широкой публике: массовая медиакритика**

Важной формой публичного обсуждения медиаконтента и текущих проблем журналистики, участия в определении согласованной позиции граждан по актуальным вопросам деятельности журналистов, социального функционирования печатной и электронной прессы, является массовая медиакритика. В последние годы в прессе Финляндии, как и в периодике многих других стран мира<sup>2</sup>, появились рубрики и колонки, посвященные проблемам массмедиа и содержащие публикации обозревателей и критиков СМИ. Так, в ежедневной утренней газете «Aamulehti», выходящей в Тампере, с 1988 года существует полоса, посвященная медийной проблемати-

---

<sup>1</sup> См.: Аношина И., Короченский А. Организация общественного медиамониторинга и медиакритики «FAIR» (США) в системе гражданского диалога со СМИ. [http://mediareview.by.ru/articles/text\\_003.htm](http://mediareview.by.ru/articles/text_003.htm)

<sup>2</sup> См.: Bertrand C.-J. Mirror on the Wall. Media Criticism and Reporting Around the World. // Media Ethics. Spring 2004. No. 2. P. 5-8; The Media Critics. // Columbia Journalism Review. 2000. March/April. P. 51-65; Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. РГУ. Ростов-на-Дону. 2003. С. 8-9; Крюгер У. Медиакритика в Германии. // [http://mediareview.by.ru/articles/text\\_002.htm](http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm).

ке, где публикуются критические работы. Однако отдел культуры этой второй по тиражу финской газеты не смог наладить регулярную публикацию произведений медиакритики, что характерно и для других финских газет.

Нередко в роли газетных обозревателей печатной и электронной прессы, обращающихся к широкой аудитории, выступают университетские учёные. Их публикациям свойственна научная обоснованность, проблемность. Так, к сотрудничеству с редакцией «*Aamulehti*» в качестве медиаобозревателя привлекался профессор отделения журналистики и массовых коммуникаций Университета Тампере Э. Карвонен.

Наиболее развитой специализацией в финской журналистской медиакритике является телевизионная критика, сохраняющая традиционную связь с кинокритикой. С первых лет телевидения, стартовавшего в Финляндии в 1950-е гг., в крупнейших изданиях страны опубликованы сотни рецензий и критических обзоров телепоказа. Сегодня практически во всех финских газетах публикуются обзоры телевизионных программ и произведения критиков телевидения. В крупнейшей финской газете «*Helsingin Sanomat*» критические разборы телепрограмм появляются ежедневно. Большой известностью в стране и уважением среди творческих работников ТВ пользуется Ю. Кайава – ведущий телекритик этой газеты, автор многих работ о проблемах и достижениях телевидения.

В массовой журнальной периодике медиакритика встречается реже. Исключение составляет «*Suomen kuvalehti*» («Финский иллюстрированный журнал») – одно из ведущих в стране еженедельных информационно-аналитических изданий, где существует постоянная страница, посвященная актуальным проблемам массмедиа. В консервативном ежемесячнике «*Kanava*» («Канал») есть постоянная рубрика, в которой публикуются краткие критические обзоры медийной практики, подготовленные преподавателями и журналистами.

В 1990-е гг. обзорно-критические программы о массмедиа появились на финском телевидении. На втором канале общественного телевидения в 1992 г. стартовала первая ежемесячная программа медиакритики, которую готовили Э. Сакса и Р. Эронен. Изначально внимание авторов программы было сориентировано на критический анализ медиатекстов, тематики публикаций и представленных в них точек зрения, на выявление скрытых влияний на медийное содержание со стороны властей и различных организаций. Про-

грамма отличалась самокритичностью в отношении к собственному второму каналу. Вскоре её авторы, отмеченные за свою деятельность профессиональными наградами, сами стали объектами критики со стороны определённых кругов финского журналистского сообщества.

После 1995 года приоритеты программы изменились. На смену критике влияний, мешающих правдивому медийному отображению различных событий и проблем, приходит критический разбор деятельности отдельных журналистов и методик, используемых в практической журналистике. Чтобы наглядно продемонстрировать неприемлемость некоторых методов общения практиков с источниками информации, ведущие обращались с журналистами-участниками программы точно так же, как те ведут себя с людьми, ставшими объектами их внимания.

В 1998 г. программа была закрыта под формальным предлогом. Р. Эронен полагает, что истинной причиной её закрытия стало давление на телекомпанию со стороны некоторых представителей журналистского сообщества. В опубликованном письме финского Союза журналистов действия создателей программы, изобиловавшей намеками на скрытые мотивы и тайные связи критикуемых работников прессы, подверглись осуждению как «не имеющие отношения к журналистике»<sup>1</sup>.

В 2001 г. вновь на втором канале общественного ТВ вышли в эфир восемь выпусков новой программы под названием «Медиаполис» – на этот раз под редакцией Э. Сакса и Р. Кивихалме. В том же году программа была закрыта. В одном из выпусков «Медиаполис» сообщалось, что на частном четвёртом телеканале, входящем в большую медиагруппу «Санома», в программе о журналистских расследованиях шла речь о внутрикорпоративной цензуре. Прозвучавшее в передаче слово «цензура» относилось к ведущему изданию этой медиагруппы – крупнейшей финской газете «Helsingin Sanomat». Последующее закрытие упомянутой телепрограммы четвёртого канала явилось ещё одним примером внутрикорпоративной цензуры.

На коммерческих телеканалах медиакритике уделяется меньше внимания. Так, программа «Mediauutiset» («Медиановости»), выходящая на коммерческом телеканале MTV3, была посвящена преимущественно текущим событиям в медийной индустрии. Со-

---

<sup>1</sup> Journalisti. 1998, 21.

здатели этой программы не располагали экономическими и кадровыми ресурсами, которые позволяли бы готовить качественные медиакритические передачи, базирующиеся на солидной фактической базе. Поэтому «Mediautiset» существенно уступала программам о массмедиа, транслируемым по второму каналу общественного телевидения. В 2001 г., когда канал MTV3 сократил часть своих информационных программ, выпуск «Медиановостей» прекратился.

## **Медиакритика как объект исследования и учебная дисциплина**

В последние годы в добавление к научным трудам, посвященным критическим исследованиям различных аспектов телевидения в Финляндии (П. Аласуутари, А. Кивимяки, И. Руохо и других авторов)<sup>1</sup>, выходят в свет работы университетских учёных, анализирующие различные проблемы критики телевидения. К их числу относится, например, статья представительницы культурологического направления в телевизионной критике, профессора отделения журналистики и массовых коммуникаций Университета Тампере И. Руохо, опубликованная в «Nordicom Review» – скандинавском научном журнале по проблемам массовых коммуникаций. Работа посвящена одной из важнейших концептуальных проблем журналистской критики телевидения в Финляндии – проблеме интерпретации и оценки художественного телешоу на философско-концептуальной основе реализма. На материале 411 критико-обзорных газетных публикаций, посвященных популярным финским драматическим телесериалам 1970-90-х гг., И. Руохо проанализировала восприятие и интерпретацию телевизионной драмы критиками – газетчиками<sup>2</sup>.

Медиакритика стала сегодня не только объектом научных исследований, но и академической дисциплиной, преподаваемой в финских университетах. В ведущих учебных заведениях Финляндии, готовящих журналистов и коммуникологов, читается курс «Медиакритика». Это способствует эволюции медиакритики в развитую, влиятельную область современной финской журналистики.

---

<sup>1</sup> См., напр.: Ruoho I. Utility Drama. Making of and Talking about the Serial Drama in Finland. Tampere University Press. 1996.

<sup>2</sup> Ruoho I. Reality and Finnish TV Criticism. // Nordicom Review. 2001. № 2. pp. 15-30.

## ЭТИЧЕСКИЕ «ТАБУ» В ЖУРНАЛИСТИКЕ: САМОЦЕНЗУРА ИЛИ НРАВСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА САМООГРАНИЧЕНИЯ?<sup>1</sup>

В ходе дебатов по проблемам профессиональной этики журналистов и саморегулирования журналистского сообщества нередко можно услышать утверждения, будто выработка чётких этических «правил игры» в журналистике и следование им неизбежно порождают самоцензуру, ограничивающую свободу деятельности работников прессы и их творческое самовыражение.

Медийная практика и данные опросов работников прессы свидетельствуют о том, что самоцензура является одним из наиболее мощных регуляторов журналистской деятельности. Но является ли она этическим регулятором?

И. Дзялошинский характеризует журналистскую самоцензуру как «сознательно и добровольно принимаемое журналистом решение не интересоваться какими-либо фактами, а если вдруг они станут ему известны, не публиковать эти сведения»<sup>2</sup>.

К числу способов выработки у журналистов установки на самоцензуру исследователь относит:

- вовлечение в жизнь профессиональной корпорации путем приглашения на мероприятия с последующим участием во всяких оргкомитетах, комиссиях и других организационных формах общественного характера;
- предоставление возможных персональных льгот: медицинского, курортно-оздоровительного, хозяйственно-бытового обслуживания;
- представление к премиям, наградам и иным поощрениям внутрикорпоративного и общегосударственного характера;
- размещение платной рекламы и спонсорская поддержка;
- предоставление возможности пользоваться атрибутами причастности к «высшим сферам», например, кремлевской «вертушкой», фельдъегерской связью, пропуском в государственный орган и пр.

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Этические «табу» в журналистике: самоцензура или нравственная культура самоограничения? // Средства массовой информации в современном мире. – СПб.: СПбГУ, 2006.

<sup>2</sup> Дзялошинский И. Нужен ли россиянам прямой доступ к информации? // Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики. СЖ РФ. Т. 2., М., 1998. с.285.]

Приучение журналистов к самоцензуре осуществляется также через различные угрозы, под влиянием которых может выработаться определённая самозащитная линия профессионального поведения:

- угрозы отключения от каналов прямой или косвенной, легальной или нелегальной финансовой поддержки;
- угрозы информационной изоляции от определенного круга источников информации;
- угрозы бойкота со стороны коллег или исключения из элитных групп профессионального сообщества.

Кроме угроз, обозначенных И. Дзялошинским, следует упомянуть угрозы, связанные с возможным административным наказанием или судебным преследованием журналиста, его опасение стать жертвой криминальных посягательств на жизнь и благосостояние.

Не следует недооценивать также угрозу возможного обвинения в непрофессионализме и в недисциплинированности, ставящего под вопрос профессиональную пригодность журналиста. В условиях внутриредакционного прессинга самоцензура является для рядовых журналистов способом избежать наказаний вплоть до увольнения по мотивам профнепригодности либо нарушения внутрикорпоративной дисциплины.

Самоцензура способствует культивированию конформизма в журналистской среде: «внутренний цензор предостерегает нас о том, что слишком многое поставлено на карту: наша репутация, наши семьи, наша карьера, наша работа... Он заставляет нас закрывать рот, трепетать и хорошенько все обдумывать, сохраняя улыбку на лице»<sup>1</sup>. Он вырабатывает искусство не говорить о том, о чем думаешь на самом деле, формирует ложное единство людей, действующих по определённому стандарту, сообщество персон с «граммофонными умами», по выражению Дж. Оруэлла.

Когнитивные и поведенческие стереотипы, доминирующие в журналистской среде на том или ином историческом этапе её развития, также могут становиться источником самоцензуры журналиста, опасаящегося предъявлять к опубликованию добытые достоверные факты, свои обоснованные версии и мнения, если они противоречат стереотипным воззрениям либо привычным ожиданиям коллег по редакции или журналистскому «цеху» в целом. У. Липпманн, в своё время критиковавший газету «Нью-Йорк Таймс» за недостоверное и враждебное освещение большевистской революции и последовавших за ней событий в России, отметил, что при-

---

<sup>1</sup> Keane, J. The Media and Democracy. Polity Press. Cambridge, MA. 1993. p. 39.

чиной тому явился не только контроль со стороны издателей или рекламодателей, но и «внутренний цензор» журналистов: «Над новостями в целом доминируют ожидания людей, работающих в редакциях... В общем новости из России рассматривались не с точки зрения того, что происходило, но исходя из того, что в них хотели увидеть эти люди... Главный цензором и главным пропагандистом были надежда и страх в умах репортеров и редакторов»<sup>1</sup>. Появление на свет журналистского текста, контрастирующего с укоренившимися стереотипными представлениями и ожиданиями, может повлечь за собой осуждение его автора коллегами, вплоть до ostracism в отношении «самонадеянного строптивца», якобы противопоставляющего себя сотоварищам по «цеху».

Самоцензура является регулятором, механизм действия которого базируется на эксплуатации страха журналиста перед потенциальным наказанием либо ограничением его профессиональных возможностей и понижением социального статуса. Такой регулятор имеет скрыто репрессивную природу. То есть «сознательность и добровольность» выбора, упомянутая И. Дзялошинским в качестве атрибутов самоцензуры, в действительности ей не присущи.

Самоцензуру можно характеризовать как вынужденное самоограничение журналиста в его профессиональной деятельности – самоограничение, лишённое собственно этической основы. Если самоцензура является следствием боязни наказания, одним из проявлений несвободы, то культура нравственного самоограничения, определяемая не внешними давлениями, а базовыми моральными установками – продуктом свободного выбора журналиста, осознающего свой профессиональный долг и ответственность перед обществом и коллегами по «цеху».

В осознанном моральном выборе реализуется автономия журналиста как социально ответственной, внутренне свободной творческой личности. В. Бакштановский и Ю. Согомонов определяют моральный выбор как «акт автономии человека, его самоопределения в отношении: (а) той или иной системы (и подсистемы) норм и ценностей (определённой системы общих моральных ориентаций, прежде всего целей большого ранга, придающих смысл всей нравственной деятельности личности, определяющих её стратегию, «замысел жизни», жизненный проект) или (б) варианта конкретного поступка (во всех его составляющих: в постановке нравственной цели, принятии решения об адекватных цели средствах и в практи-

---

<sup>1</sup> Цит. по: Schudson, M. *Discovering the News*. Basic Books, NY, 1978. P.6.



ческом исполнении морального решения, воплощении его в реальном действии, а в конечном счёте – в соответствующем намерению результате)»<sup>1</sup>.

Ситуация морального выбора возникает тогда, когда журналист оказывается перед несколькими вариантами реакции на объективные обстоятельства и должен добровольно отдать своё предпочтение одному из вариантов, отказавшись от других. Если журналист руководствуется морально-нравственными мотивами, его поступки представляют собой нечто иное, нежели самоограничительные манёвры с целью избежать наказания. Моральные мотивы, связанные с поисками правды и восстановлением попорченной справедливости, принципиальный отказ от действий, наносящих ущерб невинным людям, нередко заставляют журналистов предпринимать «нелогичные» поступки, навлекающие на них всевозможные беды и неприятности. Речь идёт не только о классиках журналистики наподобие Г. Вальрафа, но и о скромных работниках прессы, стремящихся честно выполнять свой профессиональный долг.

Именно морально-нравственные мотивы определяют рамки деятельности журналиста, сознательно следующего этическим требованиям профессии, в том числе и требованиям ограничительным. «Вне нравственного мотива нет и нравственного поступка, есть в лучшем случае «действие-операция», внешне соответствующие какой-либо норме»<sup>2</sup> Прописанные в журналистских кодексах «профессиональные стандарты» – образцы и правила «корректного поведения», зачастую не имеющие собственно этической природы, превращаются в нечто отчуждённое от журналиста, если не наполнены нравственным смыслом. «Этика профессии заключается не в применении раз и навсегда установленного числа правил, а в постоянной ответственности за всё, что журналист делает в рамках своих профессиональных обязанностей»<sup>3</sup> – гласит кодекс профессиональной этики журналистов Швеции, страны с развитыми традициями саморегулирования. Сегодня даже самые подробные своды этических регулятивов не дают универсальных «подсказок» на все случаи жизни, поэтому по-прежнему столь ценной являются зрелая этическая культура журналистов – неотъемлемая часть их профессиональной культуры.

---

<sup>1</sup> В. Бакштановский, Ю. Согомонов. Моральный выбор журналиста. М.: 2001. с. 50-51.

<sup>2</sup> Там же, с 93.

<sup>3</sup> Швеция. Этический кодекс для работников прессы, радио и телевидения. // Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. М.: 2004. с. 201.

## СПЕЦИФИКА КЛАССИФИКАЦИОННОГО ДЕЛЕНИЯ ЖАНРОВ ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ ПЕРИОДИКИ<sup>1</sup>

По определению российского исследователя А.А. Тертычного, «под журналистскими жанрами подразумеваются устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками (жанроформирующими факторами)»<sup>2</sup>.

В российской теории журналистики в качестве основных обычно выделяются следующие жанрообразующие факторы: предмет отображения (им могут быть события и ситуации, процессы разного рода, личности), целевая установка (функция) отображения, метод отображения.

По Л.Е. Кройчику, жанр – это особая форма организации жизненного материала, представляющая собой специфическую совокупность структурно-композиционных признаков.

Л.Е. Кройчик разделяет журналистские тексты на:

- *Оперативно-новостные* – все виды заметок.
- *Оперативно-исследовательские* – отчет, репортаж, интервью.
- *Исследовательско-новостные* – рецензия, корреспонденция, комментарий.
- *Исследовательские* – статья, письмо.
- *Исследовательско-образные* – фельетон, эссе<sup>3</sup>.

С.М. Гуревич даёт определение понятия «жанр», признавая его как устойчивые особенности содержательно-тематических характеристик, типа отображаемой действительности, композиции, стилистики. Под **жанром** журналистского произведения он понимает устойчивые особенности его содержательно-тематических характеристик, типа отображаемой действительности, композиции, стилистики<sup>4</sup>.

По С.М. Гуревичу, выбор той или иной жанровой формы обусловлен назначением жанра, объектом, предметом и методами

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано в: Koroczanski, Aleksandr. Gatunkowa specyfika hiszpańskojęzycznej prasy periodycznej. Oficyna Wydawnicza «Humanitas. Wyższą Szkołą Humanitas. Sosnowiec. 2015 – на польском яз.

<sup>2</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.:Аспект-пресс. 2002. С. 12.

<sup>3</sup> Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров.// Основы творческой деятельности журналиста. Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2000. С.130,139.

<sup>4</sup> Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-пресс. 2004

отображения, выразительными средствами, стилистикой текста и ролью автора. По мнению исследователя, важнейшее значение имеет **назначение, функция жанра**. Назначение заметки – сообщение новости, оперативной информации. Назначение репортажа – рассказ о событии его очевидца или участника. Выбор корреспонденции определяется ее назначением – формой анализа конкретной ситуации<sup>1</sup>.

Соответственно строится и типология жанров. По Гуревичу все жанры делятся на:

- *жанры новостной информации*
- *диалогические жанры*
- *ситуативно-аналитические жанры*
- *эпистолярные жанры*
- *художественно-публицистические жанры*
- *сатирические жанры*<sup>2</sup>

А.А. Юрков полагает, что выбирая жанр в качестве важнейшего ингредиента авторского замысла, журналист осознанно или интуитивно, т.е. на основе богатого профессионального опыта, руководствуется тремя основными факторами:

- предмет отражения,
- цель отражения,
- метод отражения.

По мнению исследователя, в качестве предметов отображения выступают:

- новость,
- проблема,
- личность.

Методами отображения служат:

- изложение,
- описание,
- изображение<sup>3</sup>

Несмотря на множественность существующих классификационных делений, большинство российских журналистов и исследователей предпочитают традиционную классификацию жанров:

### 1. Информационные:

---

<sup>1</sup> Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-пресс. 2004.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Функциональная основа системы журналистских жанров. Проект А.А. Юркова. [http://www.jf.pu.ru/win/urkov\\_pro4.html](http://www.jf.pu.ru/win/urkov_pro4.html)

хроника, информация, расширенная информация, заметка, интервью, отчёт, репортаж, специальный репортаж, пресс-опрос и др.

2. *Аналитические:*

корреспонденция, комментарий, статья, письмо, рецензия, беседа, рейтинг, обзор, обозрение и др.

3. *Художественно-публицистические:*

зарисовка, эссе, очерк, фельетон, памфлет и др.

В работах испаноязычных исследователей, как правило, нет чётких дефиниций понятия «журналистские жанры», однако представлены их разнообразные классификации. Даже беглое сопоставление описаний жанровых систем российской журналистики и испаноязычной периодической печати выявляет существенные различия. Они проявляются в наборе понятий, используемых испанскими и латиноамериканскими теоретиками и практиками журналистики, что особенно явно просматривается при сопоставлении иберо-американских и российских классификаций жанров. Их сравнение выявляет признаки несовпадения как на уровне дефиниции отдельных жанров, так и целых жанровых групп.

Различия проявляются, в частности, и в несовпадении объема одних и тех же понятий, используемых в России и в испаноязычных странах. Так, например, хроника в российской традиции определяется как краткая жанровая форма новостной журналистики, в то время как хроника (*la crónica*) в испаноязычной журналистике представлена беллетризированным жанром высшей степени сложности.

Исторически сложившаяся система жанров испаноязычной периодики имеет специфику, отраженную как в журналистской практике, так и в теоретических воззрениях испанских и латиноамериканских исследователей на жанры периодической печати и их классификацию. Так, при характеристике жанрового диапазона публицистических произведений в латиноамериканской прессе кубинский исследователь Р. Фернандес Ретамар оперирует понятиями и терминами, отсутствующими в работах российских теоретиков и в отечественной журналистской практике: критика (*la crítica*), свидетельство (*el testimonio*), этопея (*la etopeya*)<sup>1</sup>.

Эти и другие проявления специфичности не позволяют применять в полной мере принятую в России классификацию при ха-

---

<sup>1</sup> Fernández Retamar, R. (1981) Las letras fieras de José Martí. // Martí. J. Letras fieras. La Habana. P.17-18.

рактикостике системы жанров и жанрового своеобразия испаноязычной периодики, так как при этом не достигается необходимая степень адекватности жанровой характеристики произведений. При значительной степени сходства в характеристиках и классификации большинства информационных жанров (репортажа, интервью, информационной заметки) и аналитических жанров (статьи, комментария), воззрения российских теоретиков и практиков журналистики существенно отличаются от взглядов испанских и латиноамериканских авторов на природу и классификацию художественно-публицистических, очерковых форм.

Наличие несовпадений и признаков специфичности, выявляемых при сравнении жанровых систем российской и ибероамериканской периодики, подтверждает существование «латинской модели» журналистики, упомянутой Р. Йанесом Месой (Испания)<sup>1</sup>. Эта модель – продукт исторического развития журналистики в Испании и странах Латинской Америки, определившего её жанрово-стилевое своеобразие.

Выработанные к настоящему времени классификационные схемы жанров испаноязычной периодической печати отличаются существенным разнообразием. Так, бывший председатель Союза журналистов Кубы, ныне декан факультета социальной коммуникации Гаванского университета Х. Гарсия Луис придерживается бинарного деления жанров периодики, традиционного для англоамериканской школы журналистики (хотя и добавляет при этом, что не жалуется классификации как таковой). Он делит жанровый комплекс прессы на две большие классификационные группы: *жанры новостей (géneros de noticias)* и *жанры мнений (géneros de opinión)*. Такого же мнения придерживаются Х. Гаргуревич<sup>2</sup> и некоторые другие латиноамериканские авторы.

К *жанрам мнений* Х. Гарсия Луис относит «все основные виды статьи», к числу которых он относит следующие жанровые формы:

- редакционную статью (*el editorial*);
- комментарий (*el comentario*);
- статью как таковую (*el artículo general*);
- литературно-художественную критику (*la crítica de arte y literatura*);

---

<sup>1</sup> Yanes Mesa, Rafael. (2004) Géneros periodísticos y géneros anexos. Madrid: Fragua.

<sup>2</sup> Gargurevich, Juan. Géneros periodísticos. Ed. Belen. Ecuador. 1982.

– хронику (*la crónica*) в её некоторых разновидностях<sup>1</sup>.

Попытки классификационного деления жанров испаноязычной периодики, предпринимаемые учеными Испании и Латинской Америки, исходят также из учёта общих функций, присущих той или иной группе жанров. При этом главное внимание уделяется функциям передачи новостной информации, а также интерпретации и выражения мнений.

Ряд испаноязычных авторов критически относится к англосаксонскому бинарному делению жанров на группы, справедливо отмечая, что журналистские тексты не только информируют либо служат средством выражения мнений, но и анализируют, интерпретируют факты и явления действительности. Более традиционным для «латинской модели» журналистики является трехчастное классификационное деление, когда вся жанровая система распределяется по трём блокам: *жанры информационные* (*géneros informativos*), *жанры интерпретирующие* (*géneros interpretativos*), и *жанры мнений* (*géneros de opinión*)<sup>2</sup> Эти три группы Мириам Родригес Бетанкур характеризует как «большие макрожанры» испаноязычной журналистики<sup>3</sup>.

Рауль Пеньяранда расширяет классификационное деление жанров, обозначая четыре их группы:

– *информационные* (их основная функция – сообщение о новостях, максимально свободное от выражения авторских мнений о происходящем. К этой группе автор относит новостную заметку (*la noticia*), хронику (*la crónica*), интервью (*la entrevista*) и зарисовку (*el perfil*);

– *жанры мнений* используются для выражения идей и мнений в противоположность передаче фактов. Мнения служат передаче ценностей, идей и чувств автора без обязательной опоры на факты. Данная группа включает, по мнению Рауля Пеньяранды, редакционную статью (*el editorial*), колонку (*la columna*)<sup>4</sup>, статью (*el artículo*), карикатуру (*la caricatura de opinión*), комментарий

<sup>1</sup> García Luis, Julio. Géneros de opinión. OIP. Prague. 1987. p. 4.

<sup>2</sup> Yanes Mesa, Rafael. (2004) Géneros periodísticos y géneros anexos. Madrid: Ed. Fragua. p.20.

<sup>3</sup> Rodríguez Betancourt, Miriam. (2004) Géneros periodísticos: para arropar su hibridez. //Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Vol.10, p. 325.

<sup>4</sup> Некоторые авторы не без оснований отказывают колонке в праве именоваться самостоятельным жанром журналистики.

(*el comentario*), критику (*la crítica*) или рецензию (*la reseña*) и письмо (*la carta*);

– *интерпретирующие жанры* (*géneros interpretativos*) определяются как жанровые формы, занимающие срединное положение между жанрами новостей и мнений. Избегая изложения субъективных мнений, они раскрывают избранные темы на основе большого количества данных и сопоставления контрастных интерпретаций при их рассмотрении, помогая при этом читателю разобраться в предложенных фактах. Рауль Пеньяранда полагает, что эта жанровая группа включает репортаж (*el reportaje*) и анализ (*el análisis*);

– *развлекательные жанры* (*géneros de entretenimiento*) служат для того, чтобы развлечь и позабавить читателя. Его функциональное предназначение заключается, в отличие от других жанров, не в углубленном изложении фактов и их оценке, а в достижении эффекта развлечения, рекреации. К числу развлекательных жанров Рауль Пеньяранда относит комиксы, кроссворды, гороскопы, игры, а также карикатуры, не относящиеся к конкретным событиям или персонажам<sup>1</sup>

Национальное своеобразие жанровой системы испаноязычной журналистики просматривается и в других классификациях основных групп газетно-журнальных жанров. Широко распространено деление жанров на две основных группы по признакам их содержания и стилевым характеристикам: *жанры новостной журналистики* и *жанры литературной журналистики*<sup>2</sup>

Примеры подобной двухчастной классификации встречаем также и в работах мексиканки М. Х. Сьерра и некоторых других авторов. Первая группа объединяет как жанры, включаемые в российской классификации в группу информационных: новостную заметку (*la noticia*), репортаж (*el reportaje*), интервью (*la entrevista*), так и жанры, которые упоминаются в отечественных классификациях в группе аналитических: индивидуальная журналистская колонка (*la columna*), редакционная статья (*el editorial*), аналитическая статья (*el artículo de fondo*), и специфическая жанровая форма – хроника (*la crónica*). Объединение всех этих весьма разнородных жанров в общую группу жанров новостной журналистики представляется

---

<sup>1</sup> Peñaranda, Raúl U. Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven? Sala de Prensa 26 Diciembre 2000. Año III, Vol. 2.

<sup>2</sup> Bernál, S. y Chillón L.A.. (1985) Periodismo informativo de creación. Ed. Mitre. Barcelona. p. 81.

неоправданным – хотя бы потому, что на практике аналитическая либо редакционная статья далеко не всегда демонстрируют непосредственную «привязку» к текущим новостям.

В свою очередь, группа жанров испаноязычной «литературной журналистики» (в классификации М.Х. Сьерра) включают эссе (*el ensayo*), краткий портретный или биографический очерк (*la semblanza*), документальный очерк (*la historia verídica* или *el cuento de vida real*). По составу жанров данная группа напоминает отечественные художественно-публицистические жанры, хотя в ней отсутствуют привычные нам фельетон, памфлет, иные очерковые формы помимо портретного/биографического и документального очерка.

Современные варианты классификационной дифференциации по группам жанров исходят из того, что нынешняя картина жанрового разнообразия испаноязычной прессы гораздо богаче, чем его традиционные описания и классификации.

Так, Х.Х. Муньос предпринял новую попытку теоретического осмысления жанров, распределив их на пять больших групп:

1) *Жанры с информационной доминантой (géneros de predominio informativo)*, к числу которых относится новостная заметка во всех её разновидностях, а также *отчёт (el informe)* и *описание результатов социологических опросов (la transcripción de encuestas)*;

2) *Смешанные информационно-интерпретирующие жанры (géneros ambiguos-mixtos de información e interpretación)*. Среди них Муньос упоминает статью, пропагандистскую статью (*el artículo divulgativo*), *биографическую статью (el artículo biográfico)*, описание откликов прессы (*la transcripción de ruedas de prensa*), хронику и рецензию (*la reseña*);

3) *Жанры интерпретирующей журналистики (géneros del periodismo interpretativo)* – к ним упомянутый автор относит *репортаж* в его различных разновидностях, а также *интервью* (не затрудняясь при этом поиском развёрнутой аргументации в пользу своей более чем спорной точки зрения);

4) *Смешанные жанры интерпретации и мнений (géneros ambiguos-mixtos de interpretación y opinión)*: в эту группу Муньос включает письма читателей, интервью, подчинённое выражению мнения (*la entrevista de opinión*), а также различные журналистские



публикации, обычно размещаемые под рубриками «Отовсюду», «Это любопытно», «Смесь» и т.п.;

5) *Жанры мнений (géneros de opinión)* – среди них названы статья-мнение (*el artículo de opinión*), комментарий (*el comentario*), разновидностями которого испанский автор считает персональную колонку (*la columna*), редакционную статью (*el editorial*), критику (*la crítica*) и эссе (*el ensayo*)<sup>1</sup>.

Классификационное деление, предложенное Муњосом, фактически является попыткой развития характерного для «латинской модели» журналистики трёхчастного деления жанров периодики по группам.

Наблюдаются и другие аналогичные классификационные попытки. Так, Сильвия Гонсалес Лонгория (Мексика) дополнительно к группе *информационных жанров*, в которую она включила новостную заметку, интервью, хронику, колонку и репортаж, а также к группе *жанров мнения*, объединяющей статью, редакционную статью, колонку, эпиграмму, карикатуру, хронику, рецензию, критику и эссе, предложила третью группу – *жанры-гибриды (géneros híbridos)*.

Этот автор принципиально отказывается от термина *интерпретирующие жанры*, не без оснований замечая, что элементы интерпретации в той или иной степени «встроены» в журналистские тексты, относящиеся к любому из жанров, а потому нет необходимости выделять отдельную жанровую группу именно по этому признаку. Назвав жанры третьей группы гибридными, С.Л. Гонсалес Лонгория упомянула среди них персональную колонку и хронику – на том основании, что эти жанровые формы позволяют как информировать, так и высказывать мнения<sup>2</sup>.

Характерно, что мексиканская исследовательница отмечает колонку и хронику в составе всех трёх жанровых групп. К ней присоединился и венесуэлец К. Марин, также описавший три вида хроники: новостную, интерпретативную и хронику мнений<sup>3</sup>.

Означает ли это, что разновидности хроники и колонки, представленные во всех классификационных группах, выполняют раз-

---

<sup>1</sup> Muñoz González, José Javier (1994) Redacción periodística. Salamanca: Librería Servantes., p. 125.

<sup>2</sup> González Longoria, Silvia L. (1999) El ejercicio del periodismo. México: Ed. Trillas.. p. 41-43.

<sup>3</sup> Marín, Carlos. (2004) Manual de periodismo. Caracas: Ed. Random House Mondadori. p.199-224.

ные функции? Но насколько правомерно тогда объединение столь разнородных форм под общим названием – будь то хроника или колонка? Очевидно, если между ними наблюдается разительный функциональный разброс, речь должна идти уже не о варьировании одного жанра в качестве его разновидностей, а о разных жанрах, каждый из которых имеет свою функциональную специфику.

Х. Гаргуревич в испаноязычной периодике американского континента выделил 12 жанров, не применяя к ним классификационного деления по группам:

- информационная заметка (*la nota informativa*);
- интервью (*la entrevista*);
- хроника (*la crónica*);
- репортаж (*el reportaje*);
- графика (*gráficos*);
- колонка (*la columna*);
- статья (*el artículo*);
- свидетельство (*el testimonio*);
- рецензия (*la reseña*);
- критика (*la crítica*);
- полемика (*la polémica* или *el debate*);
- кампания (*la campaña* или *la cruzada*).

Не использует классификационное деление и кубинец Р. Фернандес Ретамар, который упоминает следующие жанры:

- общественно-политическое эссе (*el ensayo sociopolítico*);
- аналитическая статья (*el artículo de fondo*);
- художественная критика (*la crítica*);
- биографический очерк – «этопея» (*la etopeya*);
- свидетельство (*el testimonio*) – по мнению Р. Фернандеса Ретамара, этот жанр, близкий к хронике, но отличающийся от нее

полной включенностью автора в описываемые им события (автор является, как правило, непосредственным участником и свидетелем происходящего);

– речь, доклад (*el discurso*) – этот жанр устной публицистики рассматривается и как форма публицистического обращения к читательской аудитории в тех случаях, когда речь полностью (или её подробное изложение) публикуется в печати;

– письмо (*la carta*) – рассматривается как произведение журналистики в её эпистолярном варианте;

– хроника (*la crónica*)<sup>1</sup>.

Ряд латиноамериканских авторов упоминают также следующие жанры:

- *la biografía* – развёрнутый биографический очерк;
- *el bosquejo* – набросок, зарисовка, небольшой очерк;
- *el comentario* – комментарий;
- *la revista* – обозрение
- *la reseña, la crítica de arte y literatura* – рецензия;
- *el folletín* – «фельетон», представляющий собой зарисовки бытовых сцен, этот термин заимствован из французского языка;
- *el entrefilet (entrefilete)* – ещё один галлицизм, обозначающий краткий иронический, сатирический или юмористический комментарий, реплику.

Автор «Журналистского словаря» Э. Тельерия Тока (Куба) перечислил следующие жанры, не относя их к какой-либо определённой классификационной группе:

1) информационная заметка (которая в версии кубинского автора именуется информацией – *la información*, либо новостью – *la noticia*);

- 2) репортаж;
- 3) интервью;
- 4) хроника;
- 5) статья;
- 6) редакционная статья;
- 7) критика.

Как правило, названные жанры так или иначе характеризуются и в работах других исследователей. Вместе с тем в «Журналистском словаре» даны определения форм, которые многими авторами не упоминаются. Так, Э. Тельерия Тока включает в число жанров периодики «заметки между строк» (*el entrefilet, entrefilete*) и фельетон (*el folletín*).

*El entrefilet, entrefilete* характеризуется им как сатирическая краткая реплика, размещаемая в тексте другого автора и выделенная в нём линейками.

Под фельетоном понимается «фрагмент романа или другого обширного произведения, публикуемого из номера в номер с про-

---

<sup>1</sup> <sup>1</sup> Fernández Retamar, R. (1981) Las letras fieras de José Martí. // Martí. J. Letras fieras. La Habana. P.17-18.

должением». Автор словаря добавляет, что в Испании фельетон – это сатирический жанр, «хроника, написанная колумнистом»<sup>1</sup>

Испанский автор Г. Мартин Вивальди упоминает хронику в своем описании жанровой системы периодики, которое включает также новостную заметку, репортаж, интервью, критику, статью – то есть, формы, признаваемые также большинством других исследователей и практиков. Вместе с тем в классификации Мартина Вивальди присутствуют «большой репортаж», комментарий и заголовки. «Большой репортаж» не признан большинством авторов в качестве самостоятельного жанра – либо попросту не упоминается в их работах. Отнесение же заголовков к числу журналистских жанров следует признать безусловно ошибочным<sup>2</sup>.

Классификации, предлагаемые испанскими и латиноамериканскими авторами, иногда включают группы жанров, которые составляют часть газетно-журнального содержания, но вместе с тем не являются собственно журналистскими жанрами. Например, Х.И. Серрано наряду с жанрами новостей и мнений упоминает также развлекательные жанры: гороскопы, комиксы, карикатуры, кроссворды, головоломки, художественные произведения<sup>3</sup>. Существующие классификации включают либо не включают графические жанры (карикатуры, различные формы инфографики: диаграммы, карты, схемы и пр.

Итак, в выявленном классификационном делении жанров испаноязычной периодики по группам преобладающими являются следующие подходы:

а) наиболее часто употребляется традиционное для «латинской модели» журналистики трехчастное деление жанров, когда все жанры распределены по трём блокам: *информационные; интерпретирующие; жанры мнений*;

б) применяется также бинарное деление жанров периодики, традиционное для англо-американской школы журналистики. При этом весь жанровый комплекс делится на две большие классификационные группы: *жанры новостей* и *жанры мнений*;

в) в испаноязычных странах широко распространенным является деление жанров на две основных группы по признакам их со-

---

<sup>1</sup> Telleria Toca, E.. (1986) Diccionario periodístico. Santiago de Cuba. p.135.

<sup>2</sup> Martín Vivaldi, Gonzalo. (1987) Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo. La Habana.

<sup>3</sup> Serrano, Helga I. (1997) Técnicas de enseñanza en periodismo México: Ed. Trillas. p. 110.

держания и стилевым характеристикам: *жанры новостной журналистики и жанры литературной журналистики.*

Любое из вышеназванных классификационных делений не совпадает с доминирующим в российской журналистике и журналистской науке традиционным распределением жанров периодики по трём группам: информационные, аналитические, художественно-публицистические.

В последние годы предпринимаются попытки усовершенствовать традиционные классификационные деления жанров испаноязычной периодики. Однако достигнутые при этом результаты не могут характеризоваться как однозначно положительные по следующим причинам:

– отсутствуют единые строго научные основания для классификации жанров;

– превалирует схоластический подход, в результате чего авторы предлагают разного рода умозрительные схемы, не опирающиеся на тщательный анализ практического жанроприменения и современных тенденций развития жанров.

Наличие в жанровом комплексе испаноязычной периодики форм с терминологическими обозначениями, не имеющими аналогов в российской журналистике и в периодике других стран, требует особого рассмотрения признаков журналистских текстов, к которым относятся эти обозначения. Речь идёт прежде всего о критике, семблансе, хронике и тестимонио. Особого внимания заслуживает такая форма, как колонка ввиду дискуссионности отнесения её к числу журналистских жанров.

***Критика (la crítica) и колонка (la columna): особые жанры журналистики или жанровые фантомы?*** Ряд авторов (Г. Мартин Вивальди, Х. Гаргуревич, Э. Тельерия Тока и др.) включают в число жанров испаноязычной периодики *критику (la crítica)*. Является ли упоминание о критике ещё одним подтверждением специфичности испаноязычной жанровой системы, в которой наличествует особенный критический жанр – или в действительности речь идёт о некоем жанровом фантоме?

Автор «Журналистского словаря» Э. Тельерия Тока отвечает на вопрос, является ли критика жанром журналистики, так: «Если мы посмотрим на деятельность человека, являющегося знатоком или экспертом в определенной области, который анализирует, вырабатывает суждения и оценивает что-либо в ней, и выполняет эту

функцию более или менее регулярно, иногда даже публикуясь под постоянной рубрикой, тогда мы может рассматривать это как жанр нашей профессии...»<sup>1</sup>.

Таким образом, исходя из того, что критика рассматривается как функция<sup>2</sup>, с позиций характерного для «латинской модели» функционального подхода к теории жанров любой журналистский текст с наличием критического разбора и оценивания может быть представлен как пример особого жанра – критики.

Но критику (то есть оценочный разбор и интерпретацию чего-либо) может содержать любой жанр, любая тематическая область журналистики. Однако наличие – и даже доминирование – критического элемента в журналистском тексте сами по себе не могут быть аргументом для отнесения этого текста к особому жанру.

В последние годы представления о критике как отдельном жанре вызывают всё более скептическое отношение теоретиков и практиков испаноязычной журналистики. Так, например, Ф. Гарсия Нуньес отказывает критике в праве именоваться журналистским жанром<sup>3</sup>. Характерно, что в классификациях, представленных в научных работах и учебниках журналистики издания 1990-2000-х гг., упоминания о критике как самостоятельном жанре периодики встречаются всё реже.

Колонка как самостоятельный жанр упоминается в большинстве работ теоретиков испаноязычной журналистики, где приводятся не только дефиниции, но и описания различных видов колонки.

К. Марин, хотя и рассматривает колонку в одном ряду с самостоятельными жанрами, более сдержан в её дефиниции, делая смысловой упор на характеристику колонки как особого текста: «Это текст, который появляется на постоянном месте и с одной и той же периодичностью, под постоянным наименованием, информируя вкратце о различных фактах, привлекающих общественный интерес и одновременно комментируя происходящие события». Хорошо распознаваемые читателем постоянное название и место на полосах, привычная периодичность, постоянный автор (авторы),

---

<sup>1</sup> Tellería Toca, E. (1986) Diccionario periodístico. Santiago de Cuba, P.81

<sup>2</sup> В действительности критическая деятельность в журналистике реализует не одну функцию, а целый комплекс функций (см.: напр.: Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиа-критика в теории и практике журналистики. РГУ. Ростов-на-Дону. 2003. гл.2 «Функции медиакритики»)

<sup>3</sup> García Nuñez, Fernando. (1985) Cómo escribir para la prensa. Ibérico Europea de Ediciones. Madrid.. p. 24.

одно и то же стабильное графическо-шрифтовое оформление, характерный стиль изложения и постоянство спектра освещаемых тем и проблем являются атрибутами колонки<sup>1</sup>.

Этот же автор выделяет три вида колонки, которые в свою очередь подразделяются на подвиды:

– *информационная колонка* (включая *разнотемную* колонку и *специализированную* по тематике). По описанию автора, этот вид колонки имеет жанровые признаки, весьма сходные с информационной заметкой – краткой либо расширенной (р. 287-292);

– *колонка – комментарий* «комментирует, выражает мнение, представляет в сатирическом свете ту информацию, которую предлагает». И в данном случае возникает вопрос, на который нет ответа в тексте К. Марина: в чём же разница между комментарием как жанром и колонкой-комментарием, кроме постоянных параметров размещения последней? В работе этого автора нет специального определения комментария, поскольку, очевидно, этот жанр не признаётся в качестве самостоятельного. Это рождает следующий вопрос: неужели комментарий бытует в прессе только в форме колонки? Газетно-журнальная практика испаноязычных стран доказывает, что комментаторами становятся отнюдь не только колумнисты...

Ж. Бросса де Контес относит колонку к жанру, имеющему признаки статьи (что обнаруживается в свободном раскрытии темы, в выраженной авторской позиции, в структуре и стиле текста), но отмечает различие в размерах: колонка значительно короче статьи и появляется на газетных страницах периодически (ежедневно или еженедельно) на одном и том же фиксированном месте на полосе, обозначая постоянное место встречи колумниста со своими читателями<sup>2</sup>. Автор отмечает, что среди видных колумнистов преобладают люди с развитыми литературными способностями, способные оказывать существенное влияние на общественное мнение.

Примеры такой колумнистики представили видные литераторы Габриэль Гарсиа Маркес, Марио Варгас Льоса, Эдуардо Галеано, которые в течение длительного периода сотрудничали с редакциями крупнейших испаноязычных газет. Изучение их творчества позволяет заключить, что в их исполнении колонка может содер-

---

<sup>1</sup> Marín, C. P. 283-284

<sup>2</sup> Contes, de Joan Brossa. La columna periodística. // <http://complemento-agente.blogspot.ru/2012/12/la-columna-periodistica.htm>

жать эссе – например, это текст М. Варгаса Льосы, опубликованный 31 июля 2011 г. в колонке испанской газете «El País» под заголовком «Больше информации – меньше знаний»<sup>1</sup>. Вместе с тем в колонке могут появляться тексты с жанровыми признаками комментария – например, в работе Эдуардо Галеано, опубликованной в связи с избранием Барака Обамы президентом США<sup>2</sup>.

Э. Тельерия Тока даёт следующее определение колонки: «...В журналистике колонкой называется раздел, в котором регулярно публикуется постоянный автор – комментатор, хронист, иногда журналист, специализирующийся на написании статей... Публикации в колонках отличаются индивидуальным авторским стилем, присущим колумнисту: иногда глубоким аналитическим, взвешенным, исполненным мудрости, порой – сатирическим, ироническим, насмешливым, юмористическим... Но это не означает, что колонка – журналистский жанр, это всего лишь форма презентации различных жанров журналистики»<sup>3</sup>.

Это мнение ветерана кубинской журналистики отражает действительное положение дел: колонка не является особым жанром, поскольку представляет собой форму постоянного, фиксированного по периодичности и пространственным признакам размещения разножанровых текстов постоянного колумниста – как правило, авторитетной личности, способной оказывать существенное влияние на общественное мнение.

---

<sup>1</sup> Mario Vargas Llosa. Más información, menos conocimiento. // El País. 31 de julio de 2011

<sup>2</sup> Galeano, Eduardo ¿El sueño de Martin Luther King o la pesadilla de Condeleezza Rice? El País. 15 de noviembre de 2008

<sup>3</sup> Telleria Toca, E. Op. cit. P. 58.



## ХРОНИКА В ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ ПЕРИОДИКЕ<sup>1</sup>

В наибольшей мере специфика жанровой системы испаноязычной журналистики нашла своё отражение в жанре хроники (*la crónica*).

Содержание понятия «хроника», употребляемого применительно к жанровым формам испаноязычной журналистики, требует особого изучения также и ввиду несоответствия содержания этого понятия в отечественной теории журналистики и в теоретических трудах испаноязычных авторов, изучающих жанровую систему испанской и латиноамериканской периодической печати и публицистики.

В то время как газетно-журнальная хроника (хроникальная заметка или подборка таких заметок) в российской журналистике однозначно принадлежит к группе информационных жанров, многие испаноязычные авторы характеризуют её как один из самых богатых и сложных жанров высокого порядка.

Упоминаемые при этом признаки хроники нередко весьма размыты. Отчасти это объясняется вульгаризацией отношения к хронике со стороны журналистов-практиков, в результате чего, как отмечает С.Л. Гонсалес Лонгория, в Испании и некоторых других странах термином «хроника» обозначается чуть ли не каждый жанр журналистики – точно так же, как в Мексике каждый более или менее пространственный текст именуется статьей<sup>2</sup>.

Х. Ортега отмечает как сходство, так и различия между жанрами хроники и репортажа, метафористически замечая при этом, что они являются «племянниками, а не братьями». Различия выявляются в результате развёрнутого сопоставления характеристик репортажа и хроники:

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Koroczanski, Aleksandr. Gatunkowa specyfika hiszpańskojęzycznej prasy periodycznej. Oficyna Wydawnicza «Humanitas. Wyższą Szkołą Humanitas. Sosnowiec. 2015 – на польском яз.

<sup>2</sup> González Longoria, Silvia L. (1999) El ejercicio del periodismo. México: Ed. Trillas. p. 92.

<b>Репортаж</b>	<b>Хроника</b>
В основе – произошедшее событие, базируется на фактах	В основе отбора материала для описания и осмысления – побуждения автора, который осуществляет подбор фактов, основываясь на своих размышлениях и чувствах
Факт имеет больше значения	В хронике факт – лишь отправная точка либо инструмент для автора. Опора на факты не является обязательной при написании хроники
Предусматривает живость в освещении событий	Хроника – это личная реакция журналиста на события
Репортаж более утилитарен, в нем нет или мало элементов авторской фантазии, вымысла, эстетического вдохновения	Хроника более поэтична, беллетристична. Журналист, пишущий хронику, как бы конструирует свой собственный мир. Но это не чистая фантазия, поскольку автор исходит из реалий окружающей действительности. При этом эстетическая сторона хроники помогает лучше понять и отобразить действительность.

Отмечая случаи, когда хронику ошибочно характеризуют как разновидность комментария, Х. Ортега акцентирует различия между этими жанрами<sup>1</sup>:

<b>Комментарий</b>	<b>Хроника</b>
Комментарий – ближе к новости, «привязан» к ней	Появление хроники не обязательно связано с откликом на актуальный факт, событие
Комментарий демонстрирует, объясняет, критикует	Хроника описывает, рассказывает, передаёт впечатления
Комментарий более объективен и рационален	В хронике большое значение имеют воображение, авторский вымысел, в нём есть простор идеям и даже мечтам автора. Она имеет свою магию
Комментарий относится к журналистике в большей степени, чем хроника	Хроника является более литературным жанром

<sup>1</sup> Ortega, J. (1984) Géneros periodísticos. La Habana: UPEC.

Как свидетельствует изучение творческого наследия классиков испаноязычной журналистики – например, Хосе Марти, его исследователи нередко характеризуют как хронику некоторые его тексты, имеющие жанровые признаки статьи. Как отмечает Г. Мартин Вивальди, хроника отличается от статьи тем, что в статье в связи с каким-либо актуальным фактом, явлением получает развитие определённая идея, задача же хроники – сообщить, рассказать о происходящем.

Испанский исследователь Р. Йанес Меса, характеризующий хронику как явление «литературной журналистики», вместе с тем признает её жанром, «равноудалённым» как от информирования, так и от интерпретации<sup>1</sup>.

Г. Мартин Вивальди характеризует хронику как «амбивалентный жанр, который служит как для изложения фактов, относящихся к событию, так и для передачи суждения автора хроники о них». Он даёт следующее определение этой жанровой формы: «Журналистская хроника является по своей сути интерпретирующим и оценочным сообщением о событиях – актуальных или актуализированных, в котором повествуется о чем-либо и в то же самое время содержится суждение об этом»<sup>2</sup>.

По определению Г. Мартина Вивальди, Х. Гарсии Луиса, Х. Ортеги и ряда других исследователей системы жанров испаноязычной периодической печати, хроника обладает рядом устойчивых жанровых признаков, которые свидетельствуют о наличии в ней отчетливо выраженных очерковых элементов:

– хронике свойственна информативность и повествовательность. Ядром хроники являются факты, но её написание требует не иерархически выстроенного их изложения по степени важности, а свободы композиции;

– приближаясь в экспозиции фактов к репортажу, хроника в то же время может содержать суждения и заключения автора об описываемых явлениях и событиях, что роднит её со статьей и другими аналитическими и художественно-публицистическими жанрами (которые объединяются в общую группу «жанров мнений» – в тер-

---

<sup>1</sup> Yanes Mesa, Rafael. La crónica, un género del periodismo literario equidistante entre la información y interpretación //Espéculo. Revista de estudios literarios. Univ. Complutense de Madrid. Marzo-junio de 2006 <http://www.ucm.es/info/especulo/numero32/cronica.html>

<sup>2</sup> Martín Vivaldi, Gonzalo. (1981) Géneros periodísticos. Madrid: Paraninfo

минологии Х. Гарсия Луиса, Х.А. Бенитеса, Х. Гургуревича и других латиноамериканских и европейских авторов);

– хроника отличается от интерпретирующего репортажа и от информационных жанров высокой степенью авторской персонализации в изложении фактов (вплоть до повествования от лица автора). В хронике личность автора находит яркое воплощение (Х. Ортега замечает: «хроника есть индивидуальная реакция журналиста на событие»<sup>1</sup>). Хроника вбирает личностные характеристики автора, присущие ему взгляды, чувства, переживания, индивидуальный стиль.

Кубинский исследователь Х. Луис Гарсия выделил комплекс основных жанровых признаков хроники, во многом совпадающих с признаками, упоминаемыми другими авторами:

– свободный стиль, основанный на взаимодополнении объективного и субъективного;

– ядром хроники являются факты;

– форма хроники является одновременно информативной и повествовательной, приближаясь к репортажу в экспозиции фактов и к статье – в суждениях автора об описываемых событиях;

– хронике не присуща иерархически выстроенная композиция, характерная для информационных заметок. Построение хроники, в отличие от структурной организации содержания заметки, не подчинено хронологическому принципу или логике перехода от основных фактов к менее важным, от главного в событии к его деталям. Этого требует например, композиция новостной заметки, выстроенной по принципу «перевернутой пирамиды» (*la pyramide invertida*), когда вначале излагаются самые значительные факты о событии (*datos esenciales*), затем – важные подробности о нём (*datos importantes*), и после этого – сопутствующая информация второстепенной важности (*datos secundarios*). В хронике же порядок изложения – свободный, повествование подчинено индивидуальному авторскому замыслу;

– повествование в хронике требует определенной грации, доли воображения (вплоть до использования вымысла), детализации и колорита. Хотя в хронике используются факты, их передача не является её главной задачей. В отличие от информационных жанров, где авторское начало слабо выражено, а изложение зачастую является деперсонифицированным (журналист остаётся как бы «за кад-

---

<sup>1</sup> Ortega ,J. (1984) Géneros periodísticos.. La Habana: UPEC.

ром», что призвано создать эффект объективности сообщения), в хронике в экспрессивной манере выражены взгляды, чувства, индивидуальность автора. Этой жанровой форме присуща персонализация изложения – вплоть до повествования от первого лица. Хроники никогда не публикуются без подписи автора;

– используемый в хронике авторский словарь – наиболее богатый, отточенный, изящный;

– хроника имеет высшую степень литературной обработки, в ней используются такие выразительные средства, как метафора, гиперболола, сравнение, возможна некоторая доля лиризма;

– цель хроники – осветить определённый факт или событие таким образом, чтобы подчеркнуть его выдающееся значение, не впадая при этом в формальную, простую, строгую аргументацию, но достигая цели посредством отображения самой действительности различными оценочными мазками и использованием эмоциональных оценок. Как правило, автор хроники избегает прямой оценки событий. Эффект интерпретации достигается использованием деталей и сравнений, несущих оценочную нагрузку, а также эмоциональных авторских оценок. Х. Гарсиа Луис отмечает «сосуществование в хронике элементов новостного жанра и комментария» в их сложной взаимосвязи и взаимовлиянии<sup>1</sup>.

Х. Гарсиа Луис отметил, что хроника по своему потенциалу превосходит другие жанры периодики, поскольку может сочетать в себе элементы статьи, интервью, комментария и других жанровых форм. Исследователь полагает, что этот жанр представляет собой высшую форму испаноязычной журналистики, использовать которую с успехом могут лишь настоящие мастера печатного слова. Подобная же оценка хроники представлена и в работах других исследователей.

Наличие этих признаков демонстрирует как творчество классика хроники – Хосе Марти в его цикле «Североамериканские сцены», так и работы современных журналистов. Примером является хроника «Кони Айленд», которая принадлежит перу этого выдающегося автора, публиковавшего в 1880-е годы, в период вынужденной эмиграции в США, свои работы о жизни Соединённых Штатов в крупнейших латиноамериканских газетах того времени.

**Виды хроники.** Х. Гарсиа Луис представил одно из наиболее детальных и аргументированных делений жанра хроники по видам:

---

<sup>1</sup> García Luis, Julio. (1987) Géneros de opinión. Prague: OIP.P. 121.

1) *Хроника, посвященная преимущественно новостям (la crónica predominantemente noticiosa)*. К этому виду, по мнению исследователя, относятся путевые хроники (*crónicas de viaje*), хроникальная информация агентств новостей (*crónicas de las agencias cablegráficas*), хроники «с места событий» (*crónicas «sobre el terreno»*) – хроникальные работы, подготовленными корреспондентами с мест чрезвычайных событий – войн, катастроф и т.д.

Необходимо отметить ошибочность отнесения к одному из видов хроники кратких по содержанию, подчеркнута лишённых авторского начала, объективизированных по стилю, иерархически выстроенных хроникальных заметок новостных агентств. Подборка таких заметок именуется как в испаноязычной, так и в российской журналистике «хроникой» или «хроникой событий». Однако, несмотря на сходство наименований, жанровые признаки хроникальных заметок не соответствуют признакам хроники в испаноязычной периодике. Оперативные информационные заметки агентств не могут характеризоваться как нечто родственное жанровой форме, тяготеющей к очерку.

2) Второй вид хроники, в классификации Х. Гарсии Луиса – *преимущественно оценочная (la crónica predominantemente valorativa)*.

3) *Преимущественно литературная хроника (la crónica predominantemente literaria)* характеризуется кубинским автором как жанровая форма, позволяющая журналисту в полной мере продемонстрировать своё литературное мастерство, красоты стиля. К её разновидностям отнесены *ретроспективная хроника*, она же – *хроника воспоминаний (la crónica retrospectiva o evocativa)*, а также *хроника обычаев и нравов (la crónica costumbrista)* и *хроника-свидетельство (la crónica testimonial)*. Характерно, что Х. Луис Гарсия не поддерживает точку зрения о свидетельстве (*el testimonio*) как самостоятельном жанре, рассматривая произведения, выстроенные на основе воспоминаний очевидцев важных событий, как разновидность хроники.

4) *Литературно-художественная хроника (la crónica de la actualidad del arte y literatura)* – освещает явления и персонажей из мира современного искусства и литературы). Она «очень близка к жанру критической статьи» и отличается от неё наличием новостного ядра, о котором ведётся повествование.

5) Одним из видов хроники кубинский автор называет *колонку (la columna)*. С этой точкой зрения едва ли можно согласиться, так

как авторы-колонисты, пишущие для персональных колонок, на практике используют различные жанры – от комментария и реплики до фельетона. Как уже отмечалось, колонка является формой постоянного размещения на полосе журналистских материалов одного и того же автора, особым видом постоянной персональной рубрики – но не жанром журналистики как таковым.

б) К видам хроники Х. Луис Гарсия относит также фельетон (*el folletín*<sup>1</sup>) – по его мнению, это хроника, посвященная явлениям и проблемам повседневной жизни, затрагивающим всех. В фельетоне они служат поводом для размышлений журналиста. Лексика фельетона может быть близкой к разговорной речи, для него характерны юмористический, сатирический или гиперболический стиль, простота и популярность изложения. Таким образом, Х. Луис Гарсия дает характеристику признаков фельетона, во многом соответствующую дефиниции этой жанровой формы в российской теории жанров, но вместе с тем он считает фельетон видом хроники.

Очевидным недостатком классификации, предложенной Х. Гарсия Луисом, является отсутствие единых классификационных оснований для деления как видов, так и подвидов хроники.

Э. Тельерия Тока выделяет также такие виды хроники, как:

1) «красная» (криминальная) хроника (*crónica roja*), которая посвящается описанию преступлений и действий правоохранительных органов по борьбе с преступностью;

2) светская хроника (*crónica social*), отражающая различные события из жизни «высшего общества» (балы и приемы, жизнь элитных клубов и обществ, юбилейные мероприятия, развлечения и пр.)<sup>2</sup>.

Исследователи отмечают, что хроника признаётся пограничным жанром между журналистикой и литературой, она беллетристична. В ней журналист, отображая реальный мир и применяя при этом ресурсы художественной образности, как бы создает свой собственный мир. При этом эстетический, художественный компонент хроники позволяет читателю лучше освоить отображаемые реалии действительности, воспринять отношение автора к ним. Факт важен в хронике, но он может быть лишь отправной точкой или инструментом для автора при создании произведения в этом жанре. От автора хроники требуется развитое творческое воображение, допус-

<sup>1</sup> Garcia Luis, Julio. (1987) Géneros de opinión. Prague: OIP.P. 121.

<sup>2</sup> Telleria Toca, E.. (1986) Diccionario periodístico. Santiago de Cuba. P.85-86.

кается и художественный вымысел. Событие видится в хронике через призму внутреннего мира автора и читателя. «В хронике большое значение имеет воображение, вымысел, в ней есть простор идеям и даже мечтам автора. Она имеет свою магию...» – отмечает Х. Гарсиа Луис<sup>1</sup>.

Исследователь характеризует словарь хроники как наиболее многообразный, совершенный, изящный. По грации, привлекательности, богатству и блеску языка хроника превосходит любой другой жанр. В хронике используются такие свойственные беллетристике ресурсы создания художественной образности, как метафора, гипербола, сравнение и т.д., допускается создание вымышленных персонажей, наделение их чертами реальных людей. В отличие от репортажа, основой которого являются факты об актуальных событиях, и от комментария, представляющего непосредственный отклик на какое-либо текущее событие, хроника может быть посвящена и давно прошедшим событиям, историческим фактам. Для её написания не требуется актуальный повод. В любом случае повествование должно быть увязано с современными, актуальными событиями и процессами (т.е. должно иметь необходимую степень актуализации, привязки к потребностям сегодняшнего дня).

По мнению Г. Мартина Вивальди, хроника отличается от статьи тем, что в статье в связи с каким-либо фактом (фактами) развивается и обосновывается определенная идея, главная же задача хроники – повествовать о происходящем<sup>2</sup>.

Отмеченные характеристики жанровых признаков хроники в испаноязычной журналистике весьма близки выявленным признакам хроники в журналистике Франции, изученным в работах . Евтушенко<sup>3</sup>.

Таким образом, термин «хроника» в испаноязычной журналистике охватывает широкий спектр жанровых форм – главным образом, характеризуемых в российских классификациях как очерковые – от событийных, мемуарных до бытописательских очерков.

---

<sup>1</sup> Telleria Toca, E.. (1986) Diccionario periodístico. Santiago de Cuba, с. 141.

<sup>2</sup> Martín Vivaldi, Gonzalo. (1981) Géneros periodísticos. Madrid: Paraninfo.

<sup>3</sup> См.: А. Евтушенко. Жанр хроники (la chronique) во французской прессе. // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации" (май 2006 г.) ВГУ. Воронеж. 2006.



## СВИДЕТЕЛЬСТВО («EL TESTIMONIO»): ОСОБЫЙ ЖАНР ИЛИ ДИСКУРСИВНАЯ ФОРМА ПРЕЗЕНТАЦИИ ФАКТОВ?

С 1970 г. на Кубе вручаются ежегодные премии общественно-культурной организации «Каса де лас Америкас» за произведения литературы и журналистики в жанре «свидетельства» (*el testimonio*). Вместе с тем некоторые авторы – как представители литературоведения, так и исследователи журналистики – отрицают наличие такого жанра, что требует особого внимания к характеристике свидетельства. Так, например, Х. Гарсиа Луис пишет о «тестимониальной хронике» как об одном из видов хроники<sup>1</sup>.

Академический «Словарь кубинской литературы» определяет тестимонио как новый жанр, который характеризуется следующими признаками:

– наличием родства с новостным журналистским репортажем, от которого он отличается большей масштабностью охвата событий и способностью не устаревать вскоре после опубликования ввиду значимости и глубины проникновения в существо описываемых явлений и процессов. Отличие заключается и в более высокой степени литературной обработки тестимонио в сравнении с обычным репортажем;

– в тестимонио должны соблюдаться требования объективности и правдивости, даже если его подготовку осуществляют не журналисты, а литераторы;

– автор тестимонио расспрашивает очевидцев о тех событиях, свидетелями которых они были сами. Исключением может быть ретроспективный тестимонио, посвященный прошлому, пережитому самим автором, который дополняет свои впечатления рассказами других очевидцев;

– если речь идёт о биографическом свидетельстве, автор не должен концентрироваться на подробностях частной жизни очевидца. Свидетельство должно иметь тесную привязку к социальному контексту<sup>2</sup>.

В качестве примера свидетельства С. Буэно (Куба) привел «Картины революционной войны», принадлежащие перу Э. Че Гевары – книгу о герилье на Кубе в период борьбы против диктатор-

---

<sup>1</sup> García Luis, Julio. Géneros de opinión. P. 122.

<sup>2</sup> Diccionario de la literatura cubana. (1984) Tomo 2. Ed. Letras cubanas. La Habana. p 1013-1015.

ского режима, представляющую собой мемуарные публицистические очерки непосредственного участника этих событий.

А. Уркиди (Боливия) полагает, что свидетельство – это старый жанр, к которому всё чаще обращаются журналисты Латинской Америки. К формам свидетельства исследователь относит автобиографии, мемуары, дневники, показания, записные книжки, письма, беседы. По мнению А. Уркиди, свидетельство хорошо известно в литературе *non-fiction* – то есть всякий основанной на реальных фактах: исторический рассказ, основанный на личных впечатлениях и видении автора, содержит в себе свидетельство<sup>1</sup>. Рассказать об увиденном и пережитом – привилегия свидетеля, участника событий, и этот рассказ приобретает вес, когда начинается словами «я был там, сам видел и испытал происходившее, участвовал в нём».

По определению боливийского исследователя, основополагающая характеристика testimonio – это активное и постоянное использование повествования от первого лица. В журналистике testimonio обычно основывается на фактах высокой информационной ценности, которые излагаются в рамках сравнительно краткого исторического отрезка времени.

Определение свидетельства, представленное кубинцем С. Буэно, содержит следующие обозначения:

– свидетельство является жанром, пограничным между журналистикой и литературой, формой их взаимопроникновения;

– в нем могут сочетаться элементы репортажа, интервью и хроники;

– в свидетельстве присутствуют авторское воображение, персональный тон повествования, эмоциональная окрашенность<sup>2</sup>. В этом определении нетрудно усмотреть сходство с жанровыми характеристиками хроники.

Х. Гаргуревич утверждает, что первые testimonio появились в США в XIX веке. Примером тому, по его мнению, являются газетные публикации журналиста Г.М. Стенли, который в 1871 г. описал поиски в Африке исчезнувшего легендарного доктора Лингстона. К числу классических примеров testimonio исследователь относит повествование Джека Лондона о землетрясении и последовавшим за ним пожаре в Сан-Франциско.

---

<sup>1</sup> Urquidi, Alex. Como es y como se hace un testimonio // La Universidad Mayor de San Andres (La Paz). 2011. – ru scribd.com/doc/5185806/TESTIMONIO-PERIODISMO.

<sup>2</sup> UPEC. La Habana: Unión de periodistas de Cuba. 1970, №11.

Некоторые авторы относят к жанру testimoniо работы, обычно характеризуемые как произведения мемуарной литературы – например, воспоминания Э. Че Гевары<sup>1</sup>.

Хуан Гаргуревич дал определение testimoniо как «техники редактирования фактов, представляемых или пережитых самим автором, они излагаются от первого лица, выступающего (или выступающих) в качестве свидетеля, чтобы добиться наибольшей экспрессивности или драматизации повествования»<sup>2</sup>.

Эрик Торриго утверждает: testimoniо представляет собой рассказ одного или нескольких человек, выступающих в качестве главных действующих лиц или свидетелей происходящего и воспроизводящих все подробности событий<sup>3</sup>.

Журналист не всегда оказывается в эпицентре событий. В таких случаях он может выступать в качестве своеобразного посредника, который пересказывает историю, изложенную очевидцем (или очевидцами) произошедшего. В связи с этим Гаргуревич делит журналистские testimoniо на два различных типа:

1) «*прямое свидетельство*» (*testimonio directo*) – изложение ведётся непосредственно журналистом, лично наблюдавшим за происходящим, либо очевидцем событий;

2) «*косвенное свидетельство*» (*testimonio indirecto*) имеет место тогда, когда очевидец событий рассказывает о произошедших событиях журналисту, а тот излагает их от первого лица от имени свидетеля. При этом создаётся впечатление, будто очевидец сам описал произошедшее.

Как правило, непрямым testimoniо должен начинаться со слов «Как рассказал...» (далее обозначается имя и статус очевидца). Текст должен быть подготовлен таким образом, чтобы из него как бы слышался голос свидетеля описываемых произошедших событий. Так подтверждается метафорическое утверждение, что testimoniо является «сыном интервью».

А. Уркиди предлагает другое деление testimoniо по видам:

– «*простой testimoniо*» – представляет собой обычный пересказ событий;

– «*автобиография*» содержит изложение истории жизни одной персоны с параллельными включениями свидетельств других

---

<sup>1</sup> Guevara, Ernesto Che. Pasajes de la Guerra revolucionaria. UNEAC. La Habana, 1988.

<sup>2</sup> Gargurevich. Juan. Géneros periodísticos. P.151.

<sup>3</sup> Torriго, Eric. Periodismo, apuntes teóricos y técnicos. Andina. La Paz. 1989.

людей или журналистов. При этом дополнительные свидетельства содержат оценку высказываний первого свидетеля, подтверждают либо опровергают его рассказ;

– «*биография*» одной и той же персоны, находящейся в центре повествования, излагается разными людьми. Изложение дополняется попутным включением контекстов, описываемых журналистом;

– «*изложение одного значительного факта*» (или *совокупности фактов*), осуществляемое различными людьми.

В отличие от автобиографии, журналистский тестимонио – не «история жизни», а описание какого-либо её отрезка, интересующего читателя. Несмотря на возможное наличие исторического экскурса, тестимонио всегда привязан к сегодняшнему дню. Обычно в тестимонио изложение событий ведётся в хронологической последовательности и предваряется вступлением, которое обозначает самое важное в тексте. Такое вступление ориентирует внимание читателей наподобие лида в информационных жанрах. Тестимонио может быть представлен в широком тематическом спектре: это могут быть разоблачения, журналистские расследования, биографические повествования и т.д.

Р. Ферро, рассуждая о природе свидетельства, объясняет его появление поиском новых дискурсивных форм презентации фактов в журналистике, в тех ситуациях, когда наличествуют противоположные варианты отношения к этим фактам. Отмечается, что в данном случае дискурс имеет сходство с показаниями свидетелей в суде, которые по-разному объясняют одни и те же факты, при этом в процессе такого дискурса выявляется правда о произошедшем<sup>1</sup>.

Жанровая форма тестимонио, родственная интервью, имеет дискурсивную природу, которая позволяет журналисту комментировать то, что было изложено свидетелем событий, подчеркнуть некоторые детали и аспекты рассказанного им, обозначить возможные противоречия и неточности в его рассказе. Следует учитывать, что очевидец предлагает свою версию событий, нередко весьма субъективную, и не всегда готов к свободному, непринужденному рассказу. Журналист, интервьюирующий очевидца, должен скрупулёзно исследовать излагаемые им факты и выстраивать тестимонио таким образом, чтобы максимально выявить правду. Таким об-

---

<sup>1</sup> Ferro, Roberto (1998) *La ficción: un caso de sonambulismo teórico*. Buenos Aires. Biblos., p.87.

разом достигается эффект обобщающего восприятия, но окончательное суждение об изложенном остаётся за читателем. В итоге повышается степень читательского доверия к рассказанному в тестимонио.

Иллюстрацией такого способа презентации информации является тестимонио «Мои признания. Карлос Молина раскрывает свои секреты»<sup>1</sup>. Журналист Маурисио Арангурен Молина воспроизводит в нём свидетельства участника вооружённой борьбы в Колумбии, обвиняемого в совершении военных преступлений, представленные в этом тестимонио в диапазоне от самооправданий до саморазоблачений

Таким образом, свидетельство как жанровая форма выявляет свои гибридные характеристики, роднящие её как с интервью, так и с очерками на исторические темы, с мемуарным жанром, что позволяет отнести тестимонио к жанровой группе, обозначаемой в российской классификации как художественно-публицистические жанры.

---

<sup>1</sup> Aranguren Molina, Mauricio. Mi confesión. Carlos Castaño revela sus secretos. <http://www.rulit.net/books/mi-confesion-carlos-casts-get-335252.html>

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ЖУРНАЛИСТСКАЯ НАУКА: МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ<sup>1</sup>

Постсоветская наука о журналистике, освобождающаяся от груза идеологической догматики, по сей день находится в поисках своего нового «лица». Объективная потребность в решительном обновлении при сохранении всего ценного, что было наработано в предыдущий период, пока не привела к консолидации научного знания на новой теоретико-методологической основе. Отражением этого является, в частности, неопределённость, зыбкость используемого отечественной журналистской наукой понятийного и терминологического аппарата – хотя именно единство в понимании и трактовке ключевых понятий является одним из главных условий стабильного и плодотворного развития любой науки.

Яркой иллюстрацией сложившегося положения служит наличная избыточная многозначность самого термина «журналистика». Сегодня журналистика определяется как:

- особый род творческой деятельности,
- профессия,
- первоначально – «совокупность журналов», а затем совокупность средств массовой информации (которую во избежание смысловой избыточности термина «журналистика» следовало бы однозначно обозначать термином «медиасистема»);
- особый социальный институт (на наш взгляд, в этом случае лучше применять термин «пресса»);
- журналистские произведения; совокупность текстов, подготовленных журналистами и опубликованных в СМИ (здесь более уместен термин «журналистские тексты»);
- вид информационного бизнеса, индустрии информационного обслуживания потребителей;
- публицистика (несмотря на многолетние научные дискуссии, итогом которых стало теоретическое разграничение журналистики и публицистики, некоторые авторы по сей день фактически отождествляют оба явления);
- институт социального контроля исполнительной, законодательной и судебной властей (иначе – «четвёртая власть»).

---

<sup>1</sup> Первая публикация: А.П. Короченский. Журналистика и медиаобразование в XXI веке : Сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ. 2006.

Этот список можно продолжить, поскольку журналистика характеризуется также и как особый феномен массовой коммуникации, и как вид информационного производства, и как специфическая когнитивная деятельность по оперативному, преимущественно практическому, познанию быстро изменяющейся социальной действительности с целью последующей репрезентации полученного знания в медиатекстах особого рода.

Множественность ипостасей, в которых предстаёт современная журналистика, отнюдь не оправдывает существующую понятийную неопределённость. Избыточность смысловой нагрузки термина «журналистика» лишает требуемой чёткости и однозначности посвящённые ей научные труды, порождает путаницу в восприятии их содержания. Неопределённость и противоречивость понятийно-терминологического аппарата являются отражением переходности нынешнего состояния отечественной науки о журналистике.

Не стремясь формулировать ответ на первый классический русский вопрос (кто виноват?), попытаемся предложить свою версию ответа на второй (что делать?) Что необходимо, чтобы журналистская наука смогла преодолеть своё нынешнее переходное состояние?

Для ответа на этот вопрос необходимо рассмотреть общее состояние научного изучения трёх ключевых стадий функционирования журналистики, схематически обозначаемой как творческо-производственная деятельность по подготовке и опубликованию журналистских текстов. К ним относятся, на наш взгляд, текстопорождение; журналистский текст; социальное бытование опубликованного журналистского текста.

Под текстопорождением понимается сложная многоаспектная деятельность по подготовке журналистского произведения – от изучения автором социальной действительности и рождения авторского замысла до подготовки конечного журналистского продукта к опубликованию. В силу особенностей журналистского труда как индивидуально-коллективной деятельности в рамках медийной организации, текстопорождение включает в себя как личные творческие и организационные усилия автора – штатного или внештатного сотрудника редакции, так и соучастие других её сотрудников (от корректора до главного редактора, от осветителя до режиссера по монтажу и пр.) в работе по подготовке текста к опубликованию.

Профессиональный журналист действует не в одиночку: он включен в систему отношений микросоциума – редакции, медийной организации. Взаимосвязь текстопорождения в журналистике с внутриредакционными процессами информационного производства обуславливает влияние на него факторов редакционной политики и внутрикорпоративного регулирования; наличных технологий информационного производства и организационных схем служебного взаимодействия сотрудников редакции; параметров и требований, определяемых типом (форматом) бумажного или сетевого издания, телекомпании, радиостанции и т.д. Многоаспектные внутриредакционные отношения формируют микроконтекст текстопорождения.

Учитывая это, необходимо изучать не только индивидуально-креативную сторону информационного производства, психологию журналистского творчества и психологико-творческие качества журналистов, но организационные, технологические, экономические, социально- психологические и этические аспекты журналистской деятельности в составе медийной организации. И если фактически игнорируемая прежде экономическая сторона функционирования медийных организаций уже подвергается всё более основательному исследованию в рамках сравнительно нового научного направления – медиаэкономики, то ряд других аспектов журналистской деятельности в микросоциуме почти не изучается. Например, на наш взгляд, недостаточно развиты исследования редакции как микросоциума, которые могли бы осуществляться через призму социологии организаций и социальной психологии. Сделаны важные шаги в изучении редакционного менеджмента (прежде всего проф. В.В. Тулуповым) – но исследования в этой области также требуют дальнейшего развития.

Мобилизация когнитивных ресурсов журналистики по-прежнему остаётся «больным местом» как практики, так и науки. Именно поэтому столь значимы усилия проф. А.А. Тертычного, нацеленные на развитие познавательных возможностей журналистов, совершенствование логической культуры их профессиональной деятельности.

Недостаточно изученными остаются как прикладные технологии журналистского труда по сбору и обработке информации (что в конечном итоге не способствует их усовершенствованию), так и влияние используемых ныне информационных технологий на деятельность журналистов. В современных условиях информационное



производство в медийной сфере во всё большей степени становится высокотехнологичным компьютеризированным процессом, задающим новые, нередко достаточно жёсткие параметры профессиональной журналистской деятельности.

Необходимо преодолеть традиционную для гуманитарных наук недооценку изучения технико-технологических аспектов информационного производства: их исследование становится всё более насущным. «Приземлённый материализм» таких исследований, органически чуждый духу традиционных филологических подходов к изучению журналистики, не должен служить препятствием для исследователей, иначе познание развития журналистики в век широчайшего распространения компьютерно-сетевых технологий будет вынужденно оставаться «усечённым», не позволяющим убедительно решить многие научные проблемы. Работы о влиянии медиаконвергенции на деятельность журналистов, о различных аспектах трансформации журналистской профессии под влиянием прогресса коммуникационных технологий пунктирно обозначают направления будущих масштабных исследований в этой области.

Необходимо учитывать и исследовать макроконтекст текстопорождения: творческая деятельность авторов журналистских произведений так или иначе вписана в систему отношений данного общества, испытывает влияние доминирующих экономических, идеологических, правовых, культурных факторов, а также профессионально-творческих и профессионально-этических установок и нормативов, сложившихся в рамках журналистского «цеха». Сегодня журналистская наука всё более обстоятельно изучает многие из названных факторов. Так, в последние годы всё большее распространение получают исследования состояния и динамики медиарынков, влияния экономической конъюнктуры на развитие средств массовой информации, эволюцию и метаморфозы медийных форматов, что подтверждают и некоторые публикации данного сборника. Медиаэкономика способствует познанию макроэкономических аспектов функционирования журналистики, которые имеют чрезвычайно важное значение в условиях рынка. Осваивается зарубежный научный опыт рыночных исследований массмедиа, включая теорию и методологию медийного маркетинга.

Вместе с тем заслуживает пристального внимания накопленный за рубежом опыт исследования макроконтекста текстопорождения через призму политической экономики массмедиа (этот под-

ход отражён в трудах Э.С. Хермана, П. Голдинга и других авторов). Методология медийной политэкономии позволяет преодолеть ограниченность исследовательских подходов, свойственных медиаэкономике, которая изучает экономические аспекты функционирования массмедиа, но игнорирует рассмотрение их воздействия на формирование медийного содержания и форматы его презентации. Среди немногих российских исследователей, осваивающих названную методологию, следует отметить воронежского учёного В.И. Сапунова. Политэкономическая парадигма изучения журналистики в условиях рынка призвана существенно дополнить культурологические подходы к её исследованию (она же способна и более глубоко изучить макросоциальное взаимодействие журналистики и общества в рыночном контексте).

Очевидно, что типологические исследования в журналистской науке, получившие существенное развитие в предшествующий исторический период, сегодня должны идти дальше попыток классификации и описания различных типов массмедиа, форматов медийного содержания и их эволюции под воздействием внешней среды и внутренних трансформаций. Необходимо более глубокое изучение связи между характеристиками СМИ, обусловленными их принадлежностью к определённому типу (формату), и особенностями профессиональной деятельности работающих в них журналистов. В наши дни, когда практики всё чаще говорят о «диктате формата», превращающем журналистику в некое подобие интеллектуального прокрустового ложа, радикально ограничивающего творческое самовыражение, представители журналистской науки почти не реагируют на эту тенденцию.

Заслуживает пристального внимания и вторая стадия изучения журналистики – на уровне журналистских текстов. Под журналистским текстом понимается целостный по смыслу опубликованный конечный журналистский продукт (воплощённый в текстовой, аудиальной, аудиовизуальной или мультимедийно-синтетической формах). Являясь одним из видов медиатекстов (наряду с рекламно-справочными, художественными, развлекательными, PR-текстами), журналистский текст представляет собой медиатекст, которому присуще доминирование актуальной либо актуализированной социальной информации и в котором главной когнитивно-описательной единицей репрезентации действительности является журналистский факт. Публикация придаёт журналистике характе-

ристики феномена массовой коммуникации: неопубликованный текст не приобретает ключевой признак журналистского текста – публичность, выход на массовую аудиторию. Именно поэтому опубликование текста следует признать главным звеном массовой журналистской коммуникации.

Требует углублённого внимания исследователей проблематика, связанная с изучением поэтики журналистских текстов во всем их многообразии и многосложности. В наши дни журналистский контент приобретает невиданное многоцветие и многоуровневость структурной организации в результате вторжения мультимедийности, гипертекстуальности, интерактивных элементов в построение произведений конвергированной журналистики. О потенциальной продуктивности подобного научного направления свидетельствует успешность предпринятого в своё время в ВГУ исследования теоретических проблем поэтики публицистики. Заслуживают пристального внимания и такие неразработанные научные направления изучения журналистских текстов, как их эстетика и герменевтика.

Необходимо признать, что сегодня мы не имеем системной научной теории истолкования произведений журналистики – даже тех из них, что представлены в традиционной газетно-журнальной форме. А ведь как потребителям медийной информации, так и исследователям всё чаще приходится иметь дело с «гибридными» журналистскими текстами, объединяющими в себе ресурсы текстовой и аудиовизуальной информации. В связи с этим очевидна насущная необходимость разработки современной теории и методологии герменевтического изучения как журналистского контента, так и всего комплекса разнообразных медиатекстов.

Доминирующая ныне филологическая парадигма в журналистской науке предусматривает преимущественное внимание к изучению лексических и жанрово-стилистических характеристик журналистских текстов. В последние годы в связи с повсеместным созданием новых факультетов, отделений и кафедр журналистики вновь наблюдается активный приток филологов в журналистскую науку.

Несмотря на неоднозначные последствия этого процесса, следует признать, что наблюдаемое при этом привнесение новейших достижений филологии, обогатившейся в последние десятилетия новыми научными подходами и направлениями, способствует существенному расширению научных горизонтов изучения журна-

листики. Так, о возможностях нового общенаучного направления – синергетического, в потенциале применимого не только в филологических исследованиях, но и в науке о журналистике, можно судить по работам проф. Н.Ф. Алефиренко (БелГУ).

Именно в русле современной филологии оформилась теория медиадискурса, разработанная в работах голландца Т. Ван Дейка и трудах отечественных исследователей. Она позволяет вести изучение долгосрочных процессов в журналистике, в том числе неочевидных, скрытых, выявить и исследовать которые с применением традиционного научного инструментария журналистской науки сложно либо невозможно.

Изучение медиадискурса как сложного коммуникативно-когнитивного явления, в состав которого входит не только сам текст, но и различные экстралингвистические факторы (знание мира, мнения, ценностные установки и пр.), играющие важную роль для понимания и восприятия информации – призвано способствовать более глубокому познанию социального бытования журналистских текстов, взаимовлияния журналистики и общества. Понимание дискурса как единства двух подсистем – текста и его когнитивно-событийной среды – выводит изучение журналистских текстов на новый, более высокий уровень сложности и глубины.

Социальное бытование журналистских текстов включает их рецепцию аудиторией, влияние, оказываемое на общественное мнение, политическую и интеллектуально-культурную среду общества, учитывает ближние и отдалённые социальные последствия публикаций.

Трудами представителей Санкт-Петербургской и Екатеринбургской исследовательских школ наиболее ярко представлены социологическое и политологическое направления в изучении журналистики. Продуктивность научных изысканий, проводившихся в течение многих лет в СПбГУ под руководством проф. С.Г. Корконосенко, обеспечивается их опорой на результаты конкретных социологических исследований.

Это лишь один из многочисленных аргументов в пользу развития эмпирических исследований. Без опоры на солидную базу знаний, полученных эмпирическим путём, отечественная журналистская наука не сможет преодолеть затянувшуюся «детскую болезнь» схоластического теоретизирования. Главная причина неразвитости эмпирической базы всем известна: нет финансирования. На

основе же рыночного самофинансирования сегодня можно выполнять лишь исследования медиарынков, востребованные коммерческими заказчиками. Государство заказывает через общегосударственную систему предоставления научных грантов преимущественно исследования языковых процессов в СМИ. Конечно, государственную заботу о языковой культуре журналистики можно только приветствовать. Но только ли эта проблематика заслуживает изучения? И только ли федеральный центр должен участвовать в финансировании университетских исследований в области журналистики? В сегодняшней России не так мало регионов, не являющихся дотационными...

В последнее время сформировалось новое научное направление, охватывающее проблематику психологической культуры журналистов – медиапсихология. В рамках данного направления изучаются также вопросы защиты аудитории от негативных воздействий, спровоцированных психологически некорректными журналистскими выступлениями.

В исследованиях условий и процессов текстопорождения, изучении журналистских текстов и их социальной «жизни» журналистская наука вплотную смыкается с медиаобразованием – современным направлением образовательной и культурно-просветительской деятельности, нацеленным на подготовку граждан к общению с массмедиа, и с медиакритикой – формирующейся областью журналистского творчества, которая имеет целью оперативное познание, интерпретацию и оценку медийной практики, включая журналистику.

Теоретики и практики медиаобразования сопрягают педагогическую деятельность с познанием медийной сферы, что роднит их деятельность с представителями журналистской науки. Наглядным подтверждением тому служит многогранная деятельность проф. А. В. Фёдорова – главы ведущей российской научной школы медиаобразования, председателя Российской Ассоциации кинообразования и медиапедагогике.

В свою очередь, журналистика имеет собственный, пока ещё мало раскрытый практический медиаобразовательный потенциал, изучению которого посвящен ряд публикаций. Медиаобразование и журналистика объективно являются союзниками в формировании в российском обществе высокой медиакультуры граждан, предусматривающей уверенное, осмысленное и активное общение

россиян с периодической и электронными средствами массовой коммуникации.

На наш взгляд, необходимо обогатить журналистскую науку новейшими достижениями теории коммуникаций. Безусловно, журналистика как явление массовой коммуникации имеет свою специфику, но вместе с тем у неё есть много общего с другими видами массовокоммуникационной деятельности. В то время как в смежных с журналистикой областях (рекламе, связях с общественностью, медиаобразовании) в последние годы шёл активный процесс освоения новейших достижений теории коммуникации, журналистская наука пока продолжает оставаться на обочине этого процесса.

Очевидно, исследования журналистики в перспективе должны во всё большей степени приобретать междисциплинарный и мультидисциплинарный характер, учитывая возрастающую сложность изучаемого феномена. Требуется конвергенция разных научных подходов к изучению журналистики. Необходимо шагнуть дальше устоявшихся исследовательских парадигм и подходов, навеянных традиционными представлениями о журналистской науке как о поле преимущественно филологических научных изысканий. Вместе с тем следует сохранить и развивать наработки журналистской науки (например, в области истории журналистики), обеспечивающие культурно-историческую преемственность развития. Обновление должно быть не разрывом с прошлым, отказом от пройденного пути, а его продолжением с новым, более точным и надёжным научным компасом.

# МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И ЖУРНАЛИСТИКА

## МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?<sup>1</sup>

В российской кинокритике, переживающей отнюдь не лучшие времена, забота о парадоксальности и красивости самовыражения, а то и о создании необходимого пиар-эффекта зачастую откровенно заслоняет существо дела. С подобными творениями удачно контрастируют интересные и глубокие работы К.Э. Разлогова – одного из самых значительных представителей профессионального «цеха» киноведения и культурологии. Но, как свидетельствует содержание статьи «Что такое медиаобразование?», и ему оказались не чужды поспешные суждения<sup>2</sup>.

Сомнителен уже первый тезис статьи – о том, что человек абсолютно не нуждается в образовании именно в области экранной культуры, в контексте которой он живет с раннего детства и обучается ей так же естественно, как и родному языку. Если следовать далее логике К.Э. Разлогова, то «естественное» обучение родному языку могло бы вполне заменить изучение в школе грамматики, синтаксиса и всего того, что помогает лучше понимать рациональную организацию своего языка, увереннее владеть его ресурсами. Пока же даже самое совершенное языковое чутьё и практический опыт речевого общения не заменяет филологическое образование – даже в его базовом, школьном варианте. Точно так же «естественное», спонтанное освоение экранного языка никогда не заменит его системного изучения – пусть даже на уровне школьного медиаобразовательного цикла дисциплин.

Действительно, для того чтобы смотреть фильмы, специально учиться не надо. На это был способен даже мой кот, с явственным интересом просматривавший телевизионные мультфильмы. Многие из современного кинематографического и телевизионного маскальта («нашей культуры»?) настолько примитивно, что не требует особых навыков восприятия, развитой визуальной грамотности.

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Медиаобразование: миф или реальность? // Медиаобразование, 2005, № 2.

<sup>2</sup> Данная статья была впервые опубликована в ходе дискуссии в журнале «Медиаобразование» по поводу статьи киноведа К.Э. Разлогова, ставящей под сомнение целесообразность медиаобразовательной деятельности. См.: Разлогов К.Э. Что же такое медиаобразование? // Медиаобразование. 2005. №2, с. 68-75.

И совсем другое дело – «прочитывать» настоящее произведение киноискусства во всей его визуальной полноте, смысловой и эстетической многослойности, быть способным к самостоятельному анализу и интерпретации «мессиджа», заложенного в нём создателями, к адекватному эмоциональному переживанию произведения. Неподготовленному зрителю остаётся воспринимать такой фильм примерно так же, как неграмотный воспринимает книгу: есть обложка, есть страницы, есть иллюстрации, остальное «закодировано», недоступно для восприятия.

Смотреть, увидеть, прочувствовать и понять увиденное – когнитивные действия совершенно разного уровня сложности. И если первое совершается спонтанно, то для успешности остальных нередко требуется компетентность особого рода, которую нельзя приобрести без обучения.

Едва ли можно согласиться и с утверждением, что образование необходимо тогда, когда то или иное явление культуры уходит в прошлое. Классическое гуманитарное образование действительно основывалось преимущественно на изучении текстов, идей и образов, созданных в прошлом, порой столь отдалённом, что всё это нуждается в дополнительной «раскодировке». Отчётливо осознавая необходимость подобного подхода, позволяющего сохранить историческую преемственность культуры, вместе с тем необходимо признать, что на сегодняшнем крутом историческом повороте образование должно быть намного ближе к быстро меняющимся потребностям жизни. Именно неспособность соответствовать в полной мере стремительным переменам является одной из причин нынешнего острого кризиса образовательной системы. Рождение же современных концепций медиаобразования свидетельствует о наметившейся тенденции обновления образовательной системы, приспособления её к потребностям медиатизированного общества XXI века.

По мнению К. Э.Разлогова, без прямого контакта с людьми и диалога с ними невозможна передача культурного опыта, эстетических переживаний. Но разве не осуществляет такую передачу кино-критика, влияющая на аудиторию дистанционно, опосредованно – через периодику, телевидение, радио, Интернет? Естественно, речь идёт о настоящей критике, а не о столь распространённых ныне её «тусовочных» или пиаровских эрзацах. И почему отрицается возможность такого контакта и диалога в учебной аудитории? Неуже-



ли, например, занятия со студентами во ВГИКе проходят без этого? И что доказывает, будто такое общение в принципе не может происходить в школе в процессе медиаобразования?

Конечно же, подобный «культурный обмен» возможен и в школах, и в вузах – но при условии, что там этим будут заниматься неравнодушные, интеллигентные педагоги, имеющие не только адекватную общекультурную и эстетическую подготовку, но и специальные знания из области медиаобразования. После начальной «кинообразовательной» стадии, когда педагогический энтузиазм и поиск с неизбежностью сочетались с дилетантизмом, чрезвычайной пестротой подходов и методик, отечественное медиаобразование наконец-то переходит к новому качественному уровню, становится способным ответить на вызовы времени.

Своё мнение о невозможности развивать восприятие аудитории методами медиаобразования К. Э.Разлогов аргументирует неуспехом эстетического воспитания в советский период. Конечно же, проблема эстетического воспитания – куда более широкая и многосложная, чем проблематика медиаобразования, и потому требует особого рассмотрения как в культурологическом, так и в историческом аспектах. Но эстетическое воспитание как компонент медиаобразования – отнюдь не миф, и вовсе не удел одной лишь педагогики. Средства массовой информации, кинокритика и нарождающаяся критика телевидения так или иначе воспитывают свою аудиторию – как бы ни отреклись они от роли воспитателей. При этом вполне можно обходиться без «лобового» воздействия: ведь воспитывать можно не только и не столько назиданиями, сколько демонстрацией примеров и оценок, формирующих представления публики об эстетической нормативности тех или иных культурных явлений. Разве не этим занимаются, например, иные кинокритики, с пеной у рта расхваливающие достоинства фильмов «Человек-паук» или «Убить Билла»?

Вместе с тем у нас катастрофически недостаёт современных каналов, приспособленных для развития восприятия и эстетических вкусов массовой аудитории. Такими каналами являются, например, общественное ТВ и радио в ряде стран Европы, собирающие миллионные аудитории при трансляции культурно-просветительских программ и произведений «высокой» культуры. Отечественный канал «Культура» не в счёт – уже хотя бы потому, что его аудитория сосредоточена преимущественно в крупнейших российских горо-

дах, в то время как глубинка напрочь лишена возможности медийного доступа ко всему, что не является коммерческим масскультом.

Остаётся добавить, что в условиях диктата рыночного спроса, когда кинопроизводство и телевидение во всё большей степени функционирует в соответствии с принципом «чего изволите?», массовый зритель, лишённый развитой культуры восприятия – явление фатальное для экранного искусства в его высших проявлениях. Не будет массового спроса – не будет и предложения, это железный закон рынка. Не об этом ли говорит наиновейшая история российского кинематографа? Уже и большие деньги в киношную «отрасль» пошли, а безусловных достижений мало. Если действительно хотите настоящего кино – позаботьтесь заранее о формировании спроса на него. Хотя дело это хлопотное, и куда проще зарабатывать деньги на продвижении кинематографической «попсы»...

Сегодня агрессивный рыночный масскульт совершенно явственно «обстругивает» под себя аудиторию – особенно молодёжную, не встречая особого противодействия. В обществе активно насаждаются вкусы совершенно определённого сорта. Так следует ли опасаться «насаждать наши собственные вкусы людям, которые являются носителями другой культуры, пусть она нам и не нравится»? А кто спрашивает тех, кому не по душе рыночный масскульт (а таких немало), нравится ли он им или нет, и не желают ли эти люди получать что-нибудь другое вместо торжествующего примитива? Если же говорить о медиаобразовании, то речь идёт вовсе не о «насаждении», а о развитии познавательных способностей и вкусов людей, обогащения их коммуникационных навыков осмысленного общения с массмедиа, в частности благодаря передаче культурного опыта, контрастирующего с масскультовским «мейнстримом», а также ознакомлению с мнениями и оценками, которые возникают за пределами дискурсивного поля, густо унавоженного коммерцией.

Культурный конфликт разных поколений – отнюдь не самое убедительное объяснение сложившейся ныне ситуации. Тем более, если принять за его первопричину неравномерную причастность разных поколений к новейшим информационно-коммуникационным технологиям. На самом деле водораздел здесь пролегает не столько между поколениями, сколько между различными социальными группами с контрастирующими показателями образованности и достатка. Это демонстрирует, в частности, общероссийская

статистика пользования Интернетом. Проблема же коммуникационной «отсталости» старших поколений вполне может быть решена благодаря созданию системы «пожизненного» медиаобразования, чрезвычайно важной ввиду непрерывного бурного развития новейших коммуникаций.

Чтобы уберечься от чрезмерных умилений по поводу технической продвинутой нынешней молодёжи, зададим себе вопрос: само по себе технологическое развитие, умножающее возможности коммуникации, и формирование соответствующих ему технических умений – равнозначны ли они прогрессу как таковому? Конечно же, сегодня не обойтись без развития технологий, обеспечивающих материальную основу прогресса, и без массового овладения ими. И всё же основной смысл прогресса заключается в совершенствовании человека, которое немислимо без его просвещения и саморазвития, а также в глубоком качественном изменении отношений в обществе на основе гуманистических идеалов и ценностей. Иначе где гарантия, что упомянутый К. Э.Разлоговым «сетевой человек» при ближайшем рассмотрении не окажется некоей постиндустриальной разновидностью всё того же духовно оскопленного «одномерного человека»?

Если же принять за аксиому, что человеческий материал не поддаётся совершенствованию в принципе, теряет смысл не только медиаобразование. Но и многое, слишком многое другое, включая и кинокритику. Да и культура в целом будет выглядеть в свете этой аксиомы как некая странная и в общем-то бессмысленная игра представителей одного из видов высокоразвитых приматов, оказавшегося в эволюционном тупике...

## МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ: НЕ ТОЛЬКО ВНЕШНИЕ ТРУДНОСТИ И ПРЕПЯТСТВИЯ<sup>1</sup>

Проблема формирования и развития коммуникационной культуры россиян, необходимой для их активного и осознанного общения с медиа, находится в поле зрения современной гуманистической педагогики и коммуникологии. Как свидетельствуют результаты недавнего опроса экспертов по медиаобразованию, проведенного проф. А.В.Федоровым, сегодня большинство специалистов в этой области полагает, что важнейшими целями массового медиаобразования являются «формирование способности к критическому мышлению/критической автономии личности», «к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов»<sup>2</sup>.

Вместе с тем невозможно не заметить, что практическая реализация задач формирования рационально-критической коммуникационной культуры граждан на основе развития самостоятельного рационально-критического мышления наталкивается на ряд существенных помех и трудностей. Это невозможно объяснить только лишь неразвитостью институтов медиаобразования или незавершенностью концептуальной проработки целей, методов и содержания деятельности в этой области педагогики (хотя оба эти явления действительно имеют место).

Масштабные «достижения» массмедиа в манипулировании сознанием и поведением аудитории в политических и коммерческих целях; прогрессирующая иррациональность образов «медиареальности», формируемых средствами массовой коммуникации; интеллектуальная пассивность и эмоциональный инфантилизм значительной части граждан перед лицом негативных медийных воздействий – всё это наблюдается как в России и других странах, где массовое медиаобразование проходит стадию становления, так и в государствах, где оно уже превратилось в обязательный компонент образовательного процесса на его различных уровнях.

Произошедшая в условиях рынка трансформация средств массовой информации в медиаиндустрию, в бизнес, индустрию, обеспечивающую информационное обслуживание потребителей на коммер-

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Медиаобразование в России: не только внешние трудности и препятствия. // Медиаобразование, 2005, № 3.

<sup>2</sup> Fedorov, A. (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris: UNESCO.

ческой основе, привело к явственному смещению массмедиа с политического поля в экономическое, к их уклонению от исполнения всего спектра разнообразных обязанностей перед обществом.

На этом фоне среди руководителей медиабизнеса, части журналистов-практиков и исследователей СМИ получил распространение своеобразный «рыночный фундаментализм», основанный на почти религиозной вере в чудодейственную силу экономических механизмов свободной конкуренции.

Однако практика не подтверждает сверхоптимистических надежд на то, что эти механизмы способны сами по себе, стихийно, через присущую рынку саморегуляцию обеспечить функционирование медиа в режиме полного и гармоничного удовлетворения разумных массовоинформационных потребностей общества во всём их многообразии. Забота о соблюдении информационных прав граждан, обеспечении социальной ответственности коммуникаторов также не относится к числу имманентных качеств рыночно ориентированных СМИ – уже хотя бы потому, что призванная побуждать к этому свободная конкуренция в эпоху гигантских медиа-конгломератов и рыночной концентрации является в большинстве случаев мифическим понятием.

Распространение чисто коммерческих подходов к массово-информационной деятельности, сводящих общение массмедиа с публикой главным образом к экономически грамотному обслуживанию потребителей медиаконтента и информационных услуг, сочетается с активным культивированием консьюмеризма медийной аудитории, со стимулированием пассивного неограниченного поглощения информационных продуктов и услуг, предлагаемых медийными организациями. «Зауженное» отношение к адресатам массовой коммуникации как к потребителям, сведение всего многообразия форм общения с массмедиа преимущественно к потреблению обедняет коммуникацию, которая рассматривается главным образом как удовлетворение «выявленных потребностей» аудитории.

Таким образом, коммерциализм СМИ на одном коммуникационном полюсе и консьюмеризм аудитории на другом становятся доминирующей характеристикой современной рыночной модели массовых коммуникаций. При этом медиасистема объективно заинтересована в формировании широких слоёв «искушённых потребителей» – лиц, имеющих развитые навыки обращения с новейшей коммуникационной техникой, которая открывает им доступ к бес-

прецедентно разнообразным информационными продуктами и услугами. Распространение функциональной медиаграмотности подобного рода увеличивает число медиапотребителей и тем самым способствует расширению сбыта всё новых и новых информационных товаров и услуг. «Искушённые потребители» жизненно необходимы медийному комплексу для того, чтобы гарантированно расширять сбыт «товара № 1» XXI века – информации – в условиях постоянно увеличивающегося технологического многообразия каналов её распространения и форматов презентации.

Таким образом, развитие функциональной медиаграмотности тех категорий граждан, которые в силу своего экономического статуса способны влиться в ряды постоянных и активных потребителей информационных товаров и услуг, является вполне оправданным с точки зрения медиабизнеса (который, впрочем, чаще всего перекладывает эту задачу на институты образования, поддерживаемые государством). Вместе с тем внутренняя логика рыночной модели массовой коммуникации исключает её сколько-нибудь серьёзную действительную заинтересованность в развитии массового медиаобразования, нацеленного на существенное повышение рационально-критической культуры общения граждан с медиатекстами. Такая культура объективно вступает в противоречие с насаждением безбрежного и безоглядного консьюмеризма (пусть даже «технически грамотного»), который генетически враждебен целям реализации развивающего, просветительского потенциала массовой коммуникации.

Если оставить «в уме» хорошо всем известные проблемы образовательной системы постсоветской России, то ещё одной существенной помехой распространению рационально-критической коммуникационной культуры в нашей стране видятся некоторые характерные явления современной духовной жизни. В частности, постмодернистский скепсис в отношении к разуму и познавательным способностям человека (и, соответственно, к возможностям его просвещения и совершенствования); интеллектуальный и моральный релятивизм, рождающий пренебрежительно-ироническое либо циничное отношение к основополагающим гуманистическим ценностям, идеалам демократии и социальной справедливости. На этом фоне в определенных общественных кругах, не исключая и среду медийных профессионалов, наблюдаются признаки негативного отношения к идее широкого распространения рационально-

критической коммуникационной культуры – в широком диапазоне от принципиального отрицания её осуществимости в современных условиях до открытой враждебности, агрессивного неприятия духа просветительства и гражданственности, свойственного этой интеллектуальной инициативе.

Распространенность агрессивного неприятия просветительских формул объясняется многими причинами. Одна из них, на наш взгляд, – характерное для современной эпохи усиление тенденций антиинтеллектуализма в тех самых социальных группах, которые традиционно в той или иной мере, с той или иной степенью успешности выполняли в обществе роль защитников и проводников рациональности и критического отношения к действительности, продуцентов новых социальных идей, духовного противовеса политическому и экономическому мэйнстриму. Речь идет в первую очередь об учёных и других представителях творческого интеллектуального труда.

В результате социальных и духовных трансформаций, произошедших в XX веке, стало возможным «приручение» значительной части отечественной интеллигенции. В СССР это осуществлялось через политические репрессии против инакомыслящих, идеологическое подавление в сочетании с льготами для лояльной верхушки интеллигенции. В странах Запада и постсоветской России – через включение «интеллектуальной элиты» в общество потребления и масштабное перенесение рыночных правил игры на сферу духовного производства, что привело к фактической маргинализации критически настроенной части «мыслящего класса».

Многолетнее культивирование в интеллектуальном сообществе духовного конформизма и меркантильности приносит свои плоды. В итоге некоторые социологи отказывают сегодня российской интеллигенции в праве именоваться таковой, замечая, что «интеллигенция – это критически настроенная часть интеллектуального сообщества, которая обеспечивает постоянную рефлекссию, дискуссию по поводу происходящих событий»<sup>1</sup>.

Отказ от последовательно рационального (читай – критического) отношения к действительности сочетается у многих нынешних интеллектуалов, «властителей дум» с более или менее явной

---

<sup>1</sup> Мурсалиева Г. Сталинская интеллигенция живет и процветает//Новая газета. – 2004. – №54. – С.18. (интервью Г.Мурсалиевой с Л.Гудковым – участником социологического проекта «Человек советский», выполненного под руководством Ю.Левады).

приверженностью примитивнейшим установкам социального дарвинизма, органически враждебного гуманистическим идеалам. Такие установки исключают возможность поддержки тех медиаобразовательных концепций, в основу которых положены идеи массового просвещения граждан, совершенствования их духовного потенциала, формирования рационально-критической автономии в общении с медиа.

Отмечается и скепсис в отношении роли массмедиа как союзников медиаобразования. Он подпитывается представлениями о социальной роли печатной и электронной прессы как института, который в данном контексте органически не способен выполнять роль поставщика достоверных знаний о действительности. При этом СМИ видятся исключительно как продуценты сконструированной «медиа-реальности», обеспечивающей сохранение статус-кво: «...оказание локальной, действительной «здесь и сейчас», поддержки функциональности социальной системы – а не вынесение «истинных» суждений о мире, «как он есть» или «должен быть» сам по себе, – и составляет задачу подсистемы массмедиа в данной социальной системе»<sup>1</sup> Однако, если медиа действительно занимаются преимущественно производством «медиа-реальности» в целях консервации сложившихся отношений, их удел – лишь манипулятивное воздействие на граждан, напрочь исключаящее просвещение и формирование рационально-критической коммуникационной культуры.

Обозначенные выше проблемы и сложности свидетельствуют о том, что путь развития отечественного медиаобразования в современных условиях отнюдь не усеян розами. Поэтому не праздными представляются следующие вопросы:

– Не является ли идея формирования рационально-критической медиакультуры просветительской иллюзией, маскирующей невозможность реализовать в данном социоэкономическом и культурном контексте провозглашаемые гуманистические концепции подготовки граждан к условиям жизни и деятельности в информационную эпоху?

– Возможно ли широкое распространение рационально-критической коммуникационной культуры в социальной среде, где действуют мощные тенденции, работающие на снижение уровня критического сознания реципиентов медийной информации? Имеет ли в этих условиях шансы на успех попытка локального социально-

---

<sup>1</sup> Никифоров О. Диалектика медиапросвещения//Отечественные записки. 2003. – № 4 (13).



го проектирования, каковым является проект формирования медиа-просвещенной аудитории?

– В жизни и деятельности как отдельных индивидуумов, так и человеческих сообществ инстинкты, бессознательные импульсы и эмоции играют весьма значительную роль. Эффективное применение современными средствами массовой информации разнообразных технологий воздействия на область коллективного бессознательного, подавляющее рациональную реакцию людей, служит наглядным тому подтверждением. В связи с этим закономерен вопрос: не является ли идеал рационально-критической коммуникационной культуры фантомом, чисто умозрительной целью, недостижимой в силу имманентных характеристик человеческой личности и людских сообществ?

– Не является ли критическая автономия личности в общении с массмедиа мифом, маскирующим невозможность в данном социально-политическом контексте реальной эмансипации и самоэмансипации граждан от медийного манипулятивного воздействия и иных пагубных влияний со стороны СМИ?

Очевидно, без удовлетворительного ответа на эти вопросы усилия, предпринимаемые сегодня по проработке теории и методики медиаобразования, будут неизбежно наталкиваться на нерешённость принципиальных проблем, мешающую внутренней идейно-теоретической консолидации медиаобразовательного движения.

Речь идёт отнюдь не об «изобретении» некоей унифицированной всеобъединяющей идеологии медиаобразования. На наш взгляд, необходим базовый философский консенсус представителей медиаобразовательного направления, основанный на коллегиальном обсуждении, принципиальном признании и поддержке ряда рамочных идей, на основе которых могло бы развиваться далее отечественное медиаобразование.

О том, что комплекс таких идей постепенно формируется, свидетельствуют результаты опросов экспертов по медиаобразованию. Но он нуждается сегодня в принципиальном философском обосновании, основные контуры которого могут сформироваться только в результате максимально широкой заинтересованной дискуссии теоретиков и практиков медиаобразования.

# МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ (ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ)<sup>1</sup>

## Телезритель-реципиент, потребитель телепередач – или гражданин у телевизора?

В современных условиях форсированной коммерциализации массовых коммуникаций периодическая печать, телевидение, радио, сетевые издания всё чаще обозначаются как медийная индустрия, поставляющая информационные продукты на рынок согласно запросам потребителей. При этом медийная аудитория характеризуется как совокупность потребителей (покупателей) информационных продуктов, производимых и поставляемых на рынок. «Индустриальный» подход нашёл отражение, в частности, в содержании многих официальных регулирующих документов Европейского Союза, относящихся к деятельности массмедиа. Таким образом, рассмотрение отношений между зрителями и вещателями во всё большей степени переходит в рыночную плоскость, а мерилom отношений средств массовой информации и их аудитории становятся рыночные категории предложения и спроса.

В этом контексте вполне закономерной оказывается постановка вопроса о защите прав и интересов потребителей информационных продуктов в их взаимодействии с производителями и поставщиками медиаконтента. Это придаёт потребителю в его отношениях с вещателями характеристики субъекта. Субъектность выражается в способности потребителя формулировать свои запросы, покупать или не покупать те или иные информационные продукты и услуги, а также защищать свои права и интересы в отношениях с производителями и поставщиками телепрограмм, как это делают потребители обычных товаров и услуг. В последние годы идея защиты потребителей медиатекстов, прежде всего – телевизионных, нашла общественную поддержку во многих странах ЕС. В ряде европейских стран, за исключением некоторых государств Центральной и Восточной Европы, были учреждены общественные ассоциации, призванные отстаивать права и интересы потребителей массмедиа, главным образом телевидения. Потребительские ассоциации концентрируют своё внимание на защите прав аудитории глав-

---

<sup>1</sup> Первая публикация : Короченский А.П. Медиаобразование как фактор демократизации телевидения (европейский опыт) // Медиаобразование. 2006. №3, с. 39-48.

ным образом в случаях несовершенства используемого телеоборудования, а также при наличии технических проблем в доставке телепередач вещательными компаниями и операторами кабельного ТВ. Такие объединения действуют на стороне потребителей и в спорных вопросах, касающихся оплаты услуг кабельных операторов и подписных спутниковых служб. Вместе с тем весьма актуальными являются задачи защиты прав и интересов аудитории в вопросах, касающихся программной политики и содержания телепередач.

Мировая практика свидетельствует, что качество телевизионных передач отнюдь не всегда отвечает потребностям и запросам зрителей. Даже в странах с развитыми медиарынками не подтверждается неолиберальный постулат, согласно которому на рынке с его способностью к саморегулированию «автоматически» достигается баланс интересов медийной индустрии и потребителей, а также обеспечивается необходимый уровень качества медиатекстов. Действующее законодательство и органы саморегулирования телевидения зачастую не обеспечивают комплекс необходимых условий для защиты интересов аудитории в отношении содержания телепередач. В итоге во многих государствах мира общим местом стали претензии к телевещателям (главным образом коммерческим) в связи с переизбытком экранного насилия, дефицитом познавательно-просветительских передач, забвением специфики детской аудитории, количеством и качеством транслируемой рекламы и пр.

Осознание необходимости оказывать на ТВ эффективное гражданское влияние с целью добиться общественно необходимых перемен в их программной политике и содержании телепередач привело к созданию в ряде стран ЕС зрительских объединений и организаций, призванных вести диалог с телевизионной индустрией. Сплочение граждан, недовольных нынешним состоянием телевидения и побуждающих вещателей прислушаться к их голосу, отразилось в деятельности разнообразных зрительских ассоциаций. Такие гражданские структуры созданы в целях защиты прав и интересов детской и юношеской аудитории, обеспечения политического плюрализма и свободы информации на ТВ и радио, этнического и культурного разнообразия передач, для борьбы против ущербных гендерных стереотипов, а также в поддержку общественного вещания. В Великобритании наиболее крупной и известной организацией подобного рода является «Голос радиослушателя

и телезрителя» (Voice of the Listener and Viewer – VLV). Различные зрительские объединения действуют в Бельгии, Болгарии, Германии, Греции, Испании, Нидерландах, Норвегии, Франции, Финляндии и Швейцарии.

Характерно, что в странах, где существуют развитые и авторитетные организации общественного вещания, ориентированные на учёт интересов и запросов аудитории, на её качественное информационное обслуживание и подотчетность перед зрителями и слушателями, отмечается относительно слабая активность телезрительских организаций (например, в Швеции, Голландии). Исключение – Великобритания, где с давних пор сосуществуют мощная общественная вещательная корпорация Би-Би-Си и влиятельная организация телезрителей и радиослушателей VLV. В Финляндии с её давними традициями общественного ТВ и радио первой общественной организацией, выступающей в защиту интересов телезрителей и за развитие демократических принципов общественного вещания, стала «Pro Yleisö»<sup>1</sup>. Побудительными мотивами к созданию этой организации в 2004 г. стали планы коммерциализации финского общественного вещания, а также усилившиеся нападки на реализуемые им принципы «всеобщей публичной службы».

В тех государствах Европы, где ТВ не в полной мере реализует свой потенциал «всеобщей публичной службы», сформировались более сильные и организованные движения в защиту прав и интересов зрителей. Это относится, например, к Испании, где действует государственное телерадиовещание RTVE, имеющее некоторые признаки «публичной службы» (например, консультативный совет с участием представителей профсоюзов, авторитетных деятелей культуры и пр.)<sup>2</sup>. Различные испанские гражданские объединения, отстаивающие интересы аудитории, сплотились, создав «Федерацию ассоциаций телезрителей и радиослушателей».

Появляются первые ассоциации такого рода и в восточноевропейских государствах, где начиная с 1990-х годов происходила коммерциализация телевидения со всеми её последствиями, а общественное ТВ пока ещё не вышло из стадии становления. Характерно название одной из таких ассоциаций, созданной в Пловдиве

---

<sup>1</sup> См.: Короченский А.П., Пиетилайнен Ю. Медиакритика в Финляндии. //Журналистика и социология'2004. Культура общества и достоинство журналистики. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005 (статья воспроизводится и в настоящем сборнике)

<sup>2</sup> Энциклопедия общественного вещания. М., 2005. С.104.

(Болгария): «За телевидение с человеческим лицом». У. Хасебринк (Uwe Hasebrink, Hans Bredow Institute, Hamburg) выделил следующие основные направления в деятельности зрительских организаций, отстаивающих права и интересы аудитории ТВ:

- лоббирование в пользу телезрителей;
- создание и деятельность гражданских групп мониторинга, медиакритики и контроля телевидения (media watchdogs groups/organizations)<sup>1</sup>.
- направление представителей зрительских ассоциаций в наблюдательно-консультативные советы телекомпаний;
- организация кампаний протестов и давления на вещателей (публичное предъявление жалоб и обращений, протестные демонстрации, пикетирование и бойкот телекомпаний и пр.)<sup>2</sup>;
- организация и проведение публичных дебатов по спорным вопросам телевидения;
- присуждение премий за лучшие телепрограммы и «анти-премий» за худшие;
- реализация исследовательских проектов по изучению телевидения и интересов телезрителей;
- осуществление медиаобразовательных программ;
- производство качественных программ собственными силами.

Часть из таких групп стремится воздействовать на общественное мнение и телевещателей, публикуя обзорно-критические работы о различных аспектах программной политики и содержания передач ТВ. Данное направление их деятельности (медиакритика) в ряде случаев становится доминирующим<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003.

<sup>2</sup> О характерном примере деятельности такого рода сообщило РИА Новости 16 февраля 2015 г. По информации германской телезрительской организации «Постоянная конференция аудитории», созданной по гражданской инициативе для контроля над общественно-правовыми СМИ, один из крупнейших немецких телеканалов ZDF, также вещающий в Австрии и Швейцарии, подвергся критике со стороны телезрителей за ложное освещение событий на Украине. После того, как в одной из передач канала был показан снимок о якобы вторжении на украинскую территорию российской тяжелой техники, телезрители выявили, что снимок, продемонстрированный в эфире 12 февраля 2015 года, ранее использовался в 2009 году для иллюстрации военного конфликта в Грузии. Организация направила телеканалу претензии зрителей в связи с этой публикацией (**Немецкий телеканал подвергся критике за ложь об Украине.** <http://ria.ru/world/20150216/1047995808.html> )

<sup>3</sup> Hasebrink, Uwe. Television Viewers Participation in Europe//Advancing the European Viewers Interests. EAVI Conference. Lucca (Italy) 22 – 23 October 2004.

Нетрудно заметить, что ряд обозначенных выше направлений выходит за рамки собственно «защитной» деятельности или отстаивания сугубо потребительских прав и интересов. Часть европейских учёных и общественных деятелей демонстрируют несогласие и с сугубо «индустриальным» подходом к телевидению, и с рассмотрением аудитории телевидения исключительно как совокупности реципиентов/потребителей передач. Барселонский исследователь Х.М. Перес Торнеро не без оснований отмечает: характеристика телезрителей в качестве реципиентов аудиовизуальной информации рождает устойчивое отношение к ним как к пассивным не-самостоятельным поглотителям экранных образов и информации, неспособным влиять на вещателей<sup>1</sup>. Вещатели рассматриваются при этом как монопольные создатели и «дирижёры» телепоказа, поставщики содержания для телезрителей.

Хотя подобная схема информационного контакта телевидения и реципиентов телепрограмм привычна и широко распространена, продуцируемая таким образом коммуникация имеет признаки ущербности, поскольку фактически является односторонним процессом. По существу, это квазикоммуникация, так как феномен полноценной коммуникации предусматривает устойчивую, постоянную обратную связь. Такая редуцированная схема принципиально исключает возможность эффективного влияния со стороны аудитории на программную политику ТВ и содержание телепередач, поскольку в данном случае зрители не рассматриваются как полноценные участники массовой коммуникации. Даже внедрение интерактивного телевидения не способно радикально изменить ситуацию, если вещатели, обычно выполняющие модераторские функции в интерактивном общении, будут и впредь относиться к аудитории прежде всего как к совокупности реципиентов/потребителей – объектов коммуникативного воздействия.

Х.М. Перес Торнеро предлагает рассматривать телезрителей не только и столько как реципиентов и потребителей, но прежде всего как граждан, находящихся у телевизора. Этот ракурс рассмотрения существенно расширяет проблематику взаимоотношений телезрителей и телевидения: «...область прав и обязанностей гражданина у телевизора более обширна и сложна, нежели у теле-

---

<sup>1</sup> Pérez Tornero, José Manuel. Los ciudadanos y la televisión. Participación, regulación y asociacionismo en Europa. // Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura. UAB. Barcelona. 2005. no. 32. p.251-252.

зрителя или потребителя. Соответственно, есть существенные различия и в запросах и требованиях к телевидению»<sup>1</sup>.

Испанский исследователь выдвигает на повестку дня обсуждение проблем взаимодействия телевидения с гражданами – с тем, чтобы в конечном итоге в объединённой Европе стала реальностью перспектива развития «телевидения на службе гражданам» – или, иначе, «гражданского» ТВ. Х.М. Перес Торнеро отмечает: необходимо перейти от доминирования упрощённых взглядов на ТВ исключительно как на зрелище или бизнес (при этом не отвергая эти взгляды окончательно), к отчётливому признанию приоритета гражданских аспектов телевидения. В этой позиции испанского исследователя просматривается влияние концепции «гражданской журналистики» (*civic journalism*), получившей распространение в академических кругах США и Европы с 1990-х годов. Имплементация «гражданского» подхода к массовой коммуникации требует изменения привычной схемы отношений аудитории и вещателей.

Новые, гражданские характеристики телевидения немыслимы без широкого развития медиаобразования, вооружающего аудиторию знаниями о природе и формах массовой коммуникации, социальном функционировании телевещательных организаций и его профессионально-этической и правовой нормативной базе, а также способностью самостоятельного критического восприятия и оценки телепрограмм. Только на этой основе возможен эффективный диалог между гражданским обществом и вещателями. В дополнение к традиционным направлениям медиаобразовательной деятельности, рождающаяся «гражданская» парадигма подготовки к новому типу взаимодействия граждан с телевидением должна включать, по мнению Х.М. Переса Торнеро, следующие элементы:

- проблематику качества телевидения;
- вопросы, связанные с условиями доступа к телевидению и участия граждан в деятельности вещателей;
- социальные обязанности журналистики, в особенности общественной телевизионной журналистики;
- обучение потребителей через телевидение;
- внимание к содержанию детских телепрограмм;

---

<sup>1</sup> Pérez Tornero, José Manuel. Los ciudadanos y la televisión. Participación, regulación y asociacionismo en Europa. // Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura. UAB. Barcelona. 2005. no. 32. p. 44.

- рассмотрение потока телепрограмм с учётом их общественной ценности;
- внимание к роли ТВ в социальной интеграции меньшинств и в обеспечении культурного многообразия;
- использование преимуществ телевидения в совершенствовании образования и культуры, в осуществлении медиаобразовательных программ<sup>1</sup>.

### **От защиты интересов телезрителей – к демократическому участию граждан**

А.В. Федоров и другие российские и зарубежные исследователи отмечают, что существующие теории медиаобразования и соответствующая им практическая образовательная деятельность разделяются на различные группы в зависимости от доминирующих установок и подходов к медиаобразовательной деятельности. Для ряда моделей медиаобразования наиболее характерными являются протекционистские подходы, предусматривающие нацеленность на формирование у аудитории способности к самозащите от негативных медийных воздействий в режиме сознательного реагирования на поступающую информацию.

Существенно отличаются от них модели, сконцентрированные главным образом на формировании в процессе медиаобразования качеств, необходимых свободным гражданам демократического общества. Граждане информационной эпохи должны быть способны не только самостоятельно анализировать, интерпретировать и оценивать текущее медийное содержание, но и быть готовыми к активному участию в массово-коммуникационных процессах в роли создателей медиатекстов – субъектов социальной коммуникации<sup>2</sup>. В отличие от протекционистских теорий медиаобразования, в данном случае упор делается не только и не столько на формирование коммуникативного опыта реагирования на массмедиа (с приматом объектной роли аудитории в массовых коммуникациях), сколько на активное и конструктивное участие граждан в коммуникационных процессах, придающее медийной аудитории характеристики рас-

---

<sup>1</sup> Pérez Tornero, José Manuel. Media Education and Television//Advancing the European Viewers Interests. EAVI Conference. Lucca (Italy) 22 – 23 October 2004

<sup>2</sup> См.: Федоров А.В., Новикова А.А. Ключевые теории медиаобразования//Преподаем журналистику: взгляды и опыт. СПб: Изд-во СПб гос. ун-та. 2006. С.51-84.



ширенной субъектности – гораздо более весомой и значимой, чем охарактеризованная выше «потребительская» субъектность. Появление и широкое распространение компьютерно-сетевых коммуникационных технологий, интерактивного телевидения, использование разнообразных форм «обратной связи» массмедиа с публикой создаёт принципиальную возможность не только для участия граждан в массовых коммуникациях, но и, при определённых условиях, для их *соучастия* в управлении деятельностью медийных организаций. В условиях современной «медиазированной» политической и общественной жизни широкое субъектное участие граждан в массовых коммуникациях, а также эффективное гражданское присутствие в управляющих структурах массмедиа и органах медиарегулирования превращаются в важнейшие условия дальнейшего развития и совершенствования демократии, предотвращают её от трансформации в манипулятивную «медиакратию». Конечно же, речь идёт главным образом о сознательных и социально активных гражданах, способных к грамотному, осмысленному взаимодействию с массмедиа, что предусматривает знание медийных форматов и «правил игры», развитую способность к самостоятельному критическому анализу и оценке медиатекстов. Обязательным атрибутом современного гражданина является развитая медиакультура, адекватная условиям жизни и деятельности в условиях информационно насыщенного демократического общества XXI века.

Именно поэтому развитие медиаобразования, нацеленного на формирование знаний и умений подобного рода, является сегодня чрезвычайно важной демократической задачей. На семинаре ЮНЕСКО в Севилье (2002) цели медиаобразовательной деятельности были охарактеризованы следующим образом:

- достижение доступности медиа для аудитории – как в плане адекватного восприятия медийного содержания, так и в плане достижения способности к его производству;

- привитие способности к критическому анализу медиатекстов и развитие креативного потенциала граждан в общении с медиа;

- выработка способности идентифицировать источники информации для массмедиа в целях выявления их намерений, стратегий и интересов;

- приобретение способности к интерпретации текстов и ценностей, распространяемых через медиа;

– выработка навыков селекции медиатекстов в соответствии с интересами аудитории.

Медиаобразование осуществляется в европейских странах не только через систему образовательных институтов и государственных программ, но и усилиями общественных организаций и групп, сочетающих в своей деятельности функции мониторинга средств массовой коммуникации, медиакритики и развития культуры взаимодействия граждан с медиа. Свой вклад в медиаобразование населения с недавних пор вносят и разнообразные регулирующие органы (это характерно прежде всего для органов медиарегулирования в Германии, Италии и некоторых других европейских стран). В то время как система образования охватывает прежде всего детей и молодёжь, организации и группы гражданских активистов, регулирующие инстанции ведут медиаобразовательную работу главным образом среди взрослых. Кроме того, сами средства массовой коммуникации так или иначе участвуют в формировании медиакультуры своей аудитории – либо преднамеренно, с медиаобразовательными целями, либо спонтанно. Определённый опыт целенаправленной работы в области медиаобразования телезрителей накоплен, например, британскими и французскими телеканалами.

Наличие среди телезрителей большого количества людей, посвящённых благодаря медиаобразованию в специфику функционирования телевидения, позволит структурам гражданского общества вести более активный и эффективный диалог с вещателями и экспертами в области массмедиа, находить новые возможности для взаимопонимания и сотрудничества с ними, для реализации совместных телевизионных проектов и соучастия в управлении телевещательными организациями.

### **Медиаобразование в европерспективе: гражданин прежде всего?**

В странах объединённой Европы большие надежды возлагают на ассоциации телезрителей, которые призваны сыграть большую роль в медиаобразовании аудитории и её подготовке к новой роли во взаимодействии с телевещательными организациями, действуя в союзе с уже существующими медиаобразовательными ассоциациями. В ноябре 2003 г. структуры ЕС – Еврокомиссия и Генеральная дирекция по образованию и культуре – приняли решение о финан-

сировании проекта под названием «Европейская Ассоциация потребителей телевидения – Гражданин прежде всего» (European Association of Consumers of Television (EACTV) – Citizen First). Приоритетной целью проекта стало создание авторитетного общественного общеевропейского форума, предназначенного для выражения нужд и защиты интересов миллионов телезрителей как в 25 странах Евросоюза, так и в четырёх государствах, не входящих в объединение в качестве полноправных членов, но находящихся на тот момент на разных этапах интеграции с ним: Швейцарии, Норвегии, Болгарии и Румынии. Данный проект призван также поощрять соучастие граждан в управлении вещанием с использованием возможностей, предоставляемых для этого новейшими коммуникационными технологиями.

Созданная в рамках проекта международная группа экспертов проанализировала комплекс проблем, связанных с реализацией проекта в различных странах Европы. Были изучены правовые вопросы обеспечения прав телезрителей в их отношениях с вещателями, возможные процедуры соучастия граждан в управлении вещанием, а также формы оказания влияния на телекомпании в целях защиты интересов аудитории (включая национальные ассоциации телезрителей и потребителей, гражданские группы медиамониторинга и медиакритики, профессиональные ассоциации, органы саморегулирования вещательной деятельности и пр.). Результаты экспертных исследований были представлены на обсуждение на встрече международной экспертной группы в Италии в октябре 2004 г. Эксперты отметили: на момент итальянского форума европейские телезрители не располагали своей авторитетной ассоциацией, способной эффективно выступать в защиту их прав и интересов в масштабе ЕС. В то же время общественные и коммерческие вещатели, журналисты, рекламисты и представители других областей деятельности, так или иначе касающихся телевидения, уже имели свои общеевропейские объединения, помогающие им продвигать и отстаивать свои интересы. Участники встречи пришли к выводу, что в дополнение к существующим ассоциациям по защите прав и интересов европейских телезрителей/потребителей на национальном и наднациональном уровнях необходимо учредить единую влиятельную «Европейскую Ассоциацию в поддержку интересов телезрителей» (European Association for Viewers

Interests – EAVI<sup>1</sup>). Эта ассоциация была учреждена в Брюсселе, где сконцентрированы основные руководящие структуры объединённой Европы.

Создание EAVI призвано способствовать объединению усилий национальных и наднациональных телезрительских ассоциаций в ЕС в борьбе за права и интересы граждан в их отношениях с телевидением. С учреждением новой ассоциации появилась организационная основа для непрерывного общеевропейского публичного обсуждения нужд телезрителей и солидарного отстаивания их интересов. Ассоциация обязана оказывать влияние на общеевропейскую политику правового регулирования телевидения, которая ранее формулировалась в Брюсселе без представительского участия общеевропейской организации телезрителей, но при участии ассоциаций вещателей и рекламных компаний, которые активно влияют на принятие решений. EAVI призвана оказывать воздействие на европейских телевещателей, добиваясь совершенствования их программной политики. Ассоциация требует повышения доли информационных, познавательных и культурных программ, передач для детей и юношества, выступает за лучшее использование телевидения как средства развития демократии и мультикультурализма в странах ЕС, за сокращение до разумного предела объема рекламы в передачах коммерческих телеканалов и чёткого отделения сюжетов рекламного характера от остального содержания телепоказа.

Новая ассоциация стремится содействовать развитию социальной ответственности и публичной подотчетности телевещателей, добиваться участия телезрителей в управлении вещанием через их представительство в руководящих структурах телекомпаний и в органах, регулирующих вещание. В связи с новейшими угрозами основополагающим принципам общественного телевидения, связанными с его коммерциализацией и дигитализацией, EAVI особое внимание уделяет поддержке и защите общественных телеканалов в Европе, поскольку те предлагают своим зрителям большое разнообразие качественных программ – в то время, когда коммерческие вещатели уклоняются от их производства в общественно необходимом количестве. Среди основных целей деятельности EAVI выделяются ориентиры, непосредственно связанные с медиаобразованием в его «гражданской» трактовке. Ассоциация провозглашает развитие и распространение медиаобразования, ориентированного

---

<sup>1</sup> <http://www.eavi.eu>

на культивирование социальной ответственности и активности граждан, их способности к самостоятельному критическому восприятию телепередач (critical approach). Для этого будет поощряться распространение общедоступных обучающих и просветительских материалов по медиаобразованию. Большие надежды возлагаются на партнёрство EAVI и европейских телекомпаний в совместном производстве и показе на ТВ популярных медиаобразовательных программ. В свете общих программных установок «Европейской Ассоциации в поддержку интересов телезрителей» акцентировка медиаобразовательной составляющей её деятельности выглядит вполне обоснованной. Защита прав и интересов граждан в их отношениях с могущественной телевизионной индустрией требует не только гражданской активности и солидарности, но и определённого уровня медиакультуры активистов и публики, приобретаемого благодаря широкому набору целенаправленных образовательных акций и программ.

В заключение необходимо отметить: необходимы высокая гражданская зрелость и сплочённость для того, чтобы новая ассоциация не оказалась под влиянием и контролем могущественной евробюрократии и не монополизировала в этом качестве право на общение с вещателями и на участие в управлении телевизионным вещанием от имени телезрителей объединённой Европы. Демократические идеи, положенные в основу деятельности EAVI, не должны подвергаться бюрократическому выхолащиванию, как это нередко происходило в ЕС.

# МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И МЕДИАКРИТИКА<sup>1</sup>

## Критические аспекты медиаобразования

Концепции медиаобразования, выработанные в России и за рубежом, имеют общую нацеленность на формирование новой коммуникационной культуры, адекватной современной информационной эпохе, в частности – на развитие у обучаемых способностей к самостоятельному активному критическому познанию медийного содержания, наряду с познанием особенностей социального функционирования средств массовой информации, использования ими различных выразительных средств. Критика медиатекстов является одним из важнейших компонентов медиаобразовательной деятельности. Вместе с тем эта деятельность призвана содействовать не только развитию критического анализа и понимания медиатекстов (как и в чьих интересах они создаются, как они структурированы, что они означают, как представляют реальность и как это представление «прочитывается аудиторией»), но и пониманию взаимодействия массмедиа и человека, СМИ и общества.

Гуманистически ориентированное медиаобразование является областью образовательно-просветительской деятельности, несводимой к простой репродуктивной передаче знаний от обучающего к обучаемым, поскольку основывается на критическом познании и диалоге. Во многих концепциях медиаобразования предусмотрено применение диалоговых, дискуссионных форм в процессе передачи знаний обучаемым. Дискуссия, являющаяся формой критического испытания знаний о массовых коммуникациях и коммуникационном опыте, хорошо приспособлена для формирования рационально-критической культуры общения с массмедиа.

В новейших концепциях медиаобразования большое внимание уделяется выработке активных подходов к медийному содержанию с акцентом на развитие критического мышления по отношению к средствам массовой информации, на приобретение практического опыта выявления ложных сведений и искажений в медиатекстах, на выработку стойкого иммунитета против манипулятивного влияния СМИ, на обогащение социального опыта аудитории в практике

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Медиаобразование и медиакритика // Высшее образование в России. 2004, №8, с. 40-45.

общения с печатной и электронной прессой<sup>1</sup>. Медиаобразование все чаще рассматривается в контексте развития демократии, прав человека, формирования активной общественной позиции людей, их гражданской и политической культуры, а также умения продуктивно взаимодействовать с массмедиа в качестве субъектов информирования, что чрезвычайно важно в условиях возрастающей интерактивности массовых коммуникаций в современном медиатизированном обществе. Критически мыслящая, социально активная коммуникативная личность, свободно и осмысленно общающаяся с массмедиа, является идеалом, высшим достижением гуманистически ориентированного медиаобразования.

В ряде стран мира медиаобразование уже превращено в составную часть «формального» образования (школьного, высшего), дополняемого деятельностью «параллельной школы» – разнообразных культурно-просветительских институтов, работающих с детьми и взрослыми. Хотя в педагогических кругах под медиаобразованием нередко подразумевается определённый компонент школьного и вузовского «формального» образования», в наши дни всё большее распространение получает более широкое понимание медиаобразования как долговременной образовательно-просветительской деятельности, нацеленной на непрерывное развитие в обществе культуры адекватного рационально-критического восприятия содержания медийных текстов и самостоятельной оценки деятельности СМИ – т.е. коммуникационной культуры, основанной на демократических и гуманистических идеалах и ценностях, на уважении принципа культурного многообразия<sup>2</sup>.

Сфера массовых коммуникаций находится сегодня в процессе революционных изменений, которые требуют от аудитории постоянного обновления познавательного инструментария и прагматических навыков, необходимых для эффективного общения с массмедиа. Поэтому медиаобразование, начинающее в учебном заведении, не должно заканчиваться после окончанием учебы. В связи с этим вполне закономерны следующие вопросы:

– Осуществимо ли медиаобразование вне существующей системы институтов образования и просвещения?

---

<sup>1</sup> См.: Федоров А.В., Чельшева И.В. Медиаобразование в России. Краткая история развития. Таганрог. 2002.

<sup>2</sup> Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М., 1999. С. 121.

– Какими путями, средствами и в каких формах может осуществляться непрерывное, «пожизненное» развитие коммуникационной культуры граждан, повышения уровня их рационально-критической автономии в общении с массмедиа?

В формировании современной коммуникационной культуры должны и могут участвовать не только институты «формального» образования и просвещения, но и структуры гражданского общества, средства массовой информации, журналистика и публицистика, располагающие большим потенциалом распространения знаний и развития коммуникационного опыта граждан. Особая роль принадлежит в этом *медиакритике* – области современной журналистики, осуществляющей критическое познание и оценку медиаконтента, всего комплекса проблем социального функционирования массмедиа.

### **Сущность медиакритики**

Критическое познание массовой коммуникации предусматривает не только определение и оценку её качеств и особенностей, проявляющихся на данном этапе развития общества, но также выявление и отрицание знаний и опыта, не отвечающих критериям истинности либо исторически и социально исчерпавших себя. Критика предполагает конструктивное сомнение, рациональную проверку накопленного обществом знания и коммуникационного опыта на истинность и ценность. Благодаря критике осуществляется постоянная ревизия действующих социально-культурных и иных нормативов в сфере массовой коммуникации, что способствует обновлению и развитию медиакультуры. Таким образом критика реализует свою социально-ориентирующую, регулирующую роль в сфере массовых коммуникаций.

Термин и понятие «медиакритика» используются в отечественной науке сравнительно недавно. В англоязычной литературе термин «*media criticism*» (медиакритика) применяется для обозначения различных – хотя и смежных – понятий и взаимосвязанных явлений. Во-первых, он относится к научному анализу деятельности массмедиа в исследовательских работах. В этом случае речь идёт о научной критике, составляющей неотъемлемый компонент науки о массовых коммуникациях и журналистике (наряду с теорией, историей) – и нацеленной на оперативное познание и оценку те-



кущей медийной практики на основе применения научных методов. Во-вторых, термин используется применительно к области журналистского творчества, связанного с оценочно-критическим познанием медийного содержания и актуальных проблем функционирования массмедиа в обществе – то есть к журналистской критике средств массовой информации (медиакритике), для которой характерно сочетание научного знания с практическим критическим познанием.

Теоретики медиаобразования рассматривают медиакритику как компонент педагогической деятельности, нацеленной на образование и развитие личности с помощью и на материале массмедиа с целью формирования культуры общения с ними, а также развития творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений самостоятельно анализировать, интерпретировать и оценивать медиатексты, овладения различными формами самовыражения при помощи медиатехники<sup>1</sup>. При этом понятию «медиакритика» придаётся расширительный смысл: оно охватывает не только и не столько критико-журналистское творчество, но прежде всего производимый в ходе образовательного процесса критический разбор медиатекстов и проблем социального функционирования массмедиа (кроме периодической печати, телевидения, радиовещания и сетевой прессы, теоретики медиаобразования включают в число массмедиа также кино и видео).

Медиакритика является областью современной журналистики, осуществляющей критическое познание и оценку социально значимых, актуальных аспектов информационного производства в средствах массовой информации и производимого ими контента. Познавая и оценивая медиатексты, журналистская критика средств массовой информации оказывает влияние на восприятие медийного содержания его потребителями. Она познаёт и оценивает также подвижный комплекс многообразных отношений печатной и электронной прессы с аудиторией и обществом в целом. Воздействуя на общественное мнение и через него – на медийную практику, журналистская критика СМИ способствует внесению социально необходимых корректив в деятельность печатной и электронной прессы.

В зависимости от состава авторов – критиков СМИ, аудиторного предназначения критико-журналистских произведений, а также особенностей их содержания медиакритика предстаёт в трёх

---

<sup>1</sup> Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д, 2001. С. 38.

взаимопроникающих и взаимосвязанных видах: *научно-экспертной (академической), профессиональной (внутрикорпоративной) и массовой критики* СМИ. *Академическая медиакритика* развивается в формате научной журналистики, адресованной главным образом исследователям массмедиа. *Внутрикорпоративная* представлена работами критиков из числа медиапрофессионалов и обращена к «цеховым» сообществам журналистов и других создателей медийного содержания. Произведения *массовой медиакритики* предназначены для широкой аудитории. Три названных вида медиакритики образуют в совокупности сложное системное триединство, представляющее собой одно из базовых свойств этого явления журналистики.

Медиакритическая журналистская деятельность может осуществляться в различных формах от имени и под эгидой общественных движений, ассоциаций и групп. Данные ее формы, характеризующиеся как *общественные (гражданские)*, обеспечивают развитие диалога и взаимодействия между средствами массовой информации и гражданским обществом. В условиях идейно-политического плюрализма и демократии медиакритика обеспечивает публичное выражение существующего многообразия взглядов на деятельность средств массовой информации, способствует развитию общественных дискуссий по проблемам социального функционирования печатной и электронной прессы, выработке согласованных позиций и решений, нацеленных на удовлетворение восходящих потребностей общества в массовой информации и на совершенствование деятельности СМИ, государственной информационной политики и правовой среды функционирования массмедиа.

### **Просветительский потенциал журналистской медиакритики**

Журналистике, отвечающей своему общественному предназначению, свойствен элемент педагогики, популяризации научных знаний, что роднит её с институтами образования и просвещения. Как и современная педагогическая система образования и просвещения, журналистика способна воздействовать на широкую аудиторию, используя при этом как логико-понятийные, так и эмоционально-образные ресурсы, что свойственно и педагогике.

Любая организация образования основывается на систематической передаче знаний обучаемым – главным образом в форме по-

стулированного знания, не предусматривающей его критическое осмысление (при этом авторитарные образовательные модели предусматривают передачу постулированного знания без обоснования его истинности). Педагогическая деятельность, основанная на передаче постулированного знания, порождает инерционные тенденции как в самой системе образования, так и – опосредованно – в обществе. Консерватизм образовательно-просветительской системы препятствует решительной социальной модернизации в периоды коренных реформ, смены доминирующего типа общественных отношений, когда динамизм и успешность преобразований оказываются в тесной зависимости от состояния как культурной сферы в целом, так и системы образования и просвещения в частности.

Журналистика является более динамичной системой, способной быстрее реагировать на изменяющиеся социальные условия и потребности общества. Выполняя свою просветительскую функцию, она способна оказывать существенное влияние на социализацию и ресоциализацию людей, оперативно реагируя на радикальные изменения общественной среды – в частности, на перемены, которые порождены стремительным прогрессом массовых коммуникаций. Деятельность образовательно-просветительских институтов обычно продолжительна по времени и охватывает лишь отдельные ограниченные категории населения. Журналистские же произведения способны оказывать оперативное воздействие на самую широкую аудиторию. В современном медиатизированном обществе возможности массового воздействия журналистики превосходят потенциал системы образования и просвещения, хотя журналистика существенно уступает последней в систематичности, упорядоченности распространения знаний.

Медиакритике как области современной журналистики присуща большая гибкость и мобильность в постановке и решении задач, связанных с формированием коммуникационной культуры современного общества. Журналистская критика СМИ превращается в фактор непрерывного воздействия на аудиторию, когда критические произведения регулярно публикуются в специализированных изданиях, постоянных разделах и рубриках, программах на радио и ТВ. Базовой характеристикой медиакритики является её актуальность, обращенность к важнейшим проблемам текущей медийной практики. Лучшие образцы медиакритики гармонично сочетают в себе свойства научности и

публицистичности, мобилизуют познавательную активность аудитории, её активно-критическое восприятие медийного содержания. Демонстрируемые в журналистских произведениях конкретные примеры и схемы критического разбора медиатекстов способствует накоплению у реципиентов познавательного опыта, необходимого для самостоятельного анализа, интерпретации, оценки контента и его презентации в СМИ.

Посвященные различным аспектам медийной практики, произведения критиков СМИ вносят вклад в ознакомление публики с социальной ролью и механизмами функционирования массмедиа, с нормами и правилами профессиональной деятельности журналистов и других творческих работников – создателей медиаконтента. Такая осведомленность облегчает формирование более взвешенного и активного осознанно-критического отношения граждан к средствам массовой информации. Это, в свою очередь, может способствовать как сокращению возможностей медийного манипулирования аудиторией в политических и коммерческих целях, так и более четкому осознанию и выражению гражданами своих информационных прав и интересов.

Наряду с медиаобразовательными институтами медиакритика участвует в формировании общественной культуры рационально-критического анализа и адекватного восприятия содержания СМИ, в развитии гражданской активности по отношению к печатной и электронной прессе. Это указывает на то, что гуманистически ориентированные медиакритика и медиаобразование являются смежными, взаимопроникающими областями деятельности, во многом совпадающими по своим целям и задачам, но существенно различающимися по применяемым технологиям воздействия.

Особенно наглядным их взаимопроникновение становится в тех случаях, когда медиакритика реализует свою просветительскую функцию. Журналистская медиакритика с её просветительским, развивающим потенциалом способна существенно дополнить усилия медиапедагогов. Публикуемые произведения критиков СМИ вооружают педагогов-представителей медиаобразования ценным материалом для совершенствования содержания образовательного процесса, для дидактического применения в ходе обучения. В свою очередь, педагоги могут и должны использовать потенциал медиакритической журналистики для трансляции в общество медиаобразовательных знаний.

Современные концепции медиаобразования концентрируются на развитии когнитивных способностей аудитории, на совершенствовании восприятия ею медийного содержания. При этом, как правило, не предусматривается развернутая деятельность медиapedагогов, связанная с оперативной коррекцией восприятия текущего медийного содержания и распространением альтернативной массовой информации. Наделенная коррекционной функцией, медиакритика способна выполнять эти задачи, оперативно вооружая аудиторию СМИ дополнительными сведениями, необходимыми для самостоятельного анализа и критической оценки медиаконтента, для своевременного распознавания его манипулятивных и социально ущербных элементов<sup>1</sup>.

### **Современное состояние журналистской медиакритики и перспективы её взаимодействия с медиаобразованием**

Российская журналистская критика печатной и электронной прессы, рассматриваемая как явление журналистики, как определенная область критико-журналистского творчества, проходит сегодня стадию самоопределения и становления. Социально-политические и экономические перемены постсоветского периода в сочетании со взрывообразным развитием новейших форм массовой коммуникации стимулировали радикальное обновление подходов к критико-журналистскому анализу, интерпретации, оценке явлений и процессов в медийной сфере.

В последние годы на фоне усиливающегося общественного недовольства некоторыми негативными тенденциями в медийной сфере наблюдается активизация российской журналистской критики СМИ. Произведения отечественной внутрикорпоративной медиакритики публикуются в основном на страницах профессиональных изданий – главным образом, журнала «Журналист», «российско-европейского журнала о медиа» «Среда»<sup>2</sup>, а также издававшегося в 1999-2002 гг. «журнала о российских СМИ» – «Профессия – журналист». Научно-критическая журналистика развивается главным образом в журналах и других изданиях, выпускаемых при фа-

---

<sup>1</sup> См. развернутую характеристику функций медиакритики в монографии: Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. РГУ. Ростов-на-Дону, 2003.

<sup>2</sup> В настоящее время не издаётся.

культетах и отделениях журналистики российских университетов. Этому способствует, в частности, создание при факультете журналистики МГУ журнала «Меди@льманах» (2003) и сетевого издания «Медиаскоп» (2004), где публикуются произведения медиакритиков – преимущественно представителей академического сообщества. Заметным общественным явлением стали медиакритические публикации в журнале «Искусство кино», некоторых «толстых» общественно-политических и литературных журналах. Существенно расширились возможности для влияния журналистской медиакритики на широкую российскую аудиторию: в газетах и журналах существуют колонки медийных обозревателей, в массовых периодических изданиях, на телевидении появились постоянные обзорно-критические разделы, рубрики, программы.

Оформились различные *специализации творческо-журналистской деятельности в области медиакритики*. Наряду с *критикой телевидения* развивается *критика периодической печати, радиовещания*, зарождается *критика сетевой прессы*. Отмечены образцы высокопрофессиональной работы в области журналистской медиакритики. К их числу относятся в первую очередь публикации критиков телевидения Р. Борецкого, С. Муратова, А. Вартанова, К. Разлогова, И. Петровской и др.

Беспрецедентное развитие журналистской медиакритики наблюдается ныне в ряде зарубежных стран<sup>1</sup>. Исследователи характеризуют медиакритику как цивилизующий фактор, который способствует, в частности, нейтрализации и коррекции некоторых негативных проявлений в деятельности массмедиа и в их информационном взаимодействии с обществом – в частности тенденций, порождённых нерегулируемым или недостаточно эффективно регулируемым развитием рыночных отношений в медийной сфере и чрезмерной коммерциализацией массово-информационной деятельности<sup>2</sup>. Ряд видных представителей американской академической медиакритики (Г. Гербнер, Р. МакЧесни и др.) одновременно являются и дея-

---

<sup>1</sup> См.: The Media Critics. // Columbia Journalism Review. 2000. March/April. P. 51-65; Крюгер У. Медиакритика в Германии. [http://mediareview.by.ru/articles/text\\_002.htm](http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm)

<sup>2</sup> См: Marzolf, M. Civilizing Voices: American Press Criticism. 1880-1950. Longman. NY, 1991; Emery M., Emery E. The Press and America. An Interpretative History of the Mass Media. Prentice Hall. Englewood Cliffs, NJ, 1992. P. 486-506; Lambeth E.B. Committed Journalism: An Ethic for the Profession. Indiana Univ. Press. Bloomington-Indianapolis, 1992. Ch. 10 (В русском переводе: Ламбет Э. Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе к журналистской профессии. М., 1998. Гл. 10).

телями системы медиаобразования, участвуя в работе Фонда медиаобразования (MEF), Акции «Коалиция за медиаобразование» (АСМЕ) и других медиаобразовательных организаций.

Российская журналистская медиакритика, пока еще не вышедшая из стадии становления, тем не менее способна поддержать усилия образовательных и просветительских институтов в формировании общественной культуры рационально-критического анализа СМИ, в развитии гражданской активности в отношении печатной и электронной прессы. Медиакритика способна отчасти компенсировать нынешнюю неразвитость отечественной системы «формального» образования и «параллельной школы» в области медиаобразования – в частности участвуя в развитии коммуникационной культуры взрослых россиян. Теоретик отечественного медиаобразования А.В. Федоров заметил: «На наш взгляд, именно медиакритика (в прессе и Интернете), обращенная не только к медиапрофессионалам, но и к широкой аудитории, может осуществить так называемое «пожизненное» медиаобразование самых широких слоёв общества»<sup>1</sup>.

Однако родственные области – медиаобразование и медиакритика – до недавнего времени развивались изолированно друг от друга. Ряд педагогов, ведущих медиаобразовательную деятельность (А.В. Федоров, А.В. Шариков и др.) совмещают педагогическую и исследовательскую работу в области медиаобразования с подготовкой и опубликованием критико-журналистских разборов содержания массмедиа. Но в целом медиакритики и педагоги продолжают действовать разрозненно. Участие профессиональных журналистов-критиков СМИ в пропаганде идей медиаобразования в России и в реализации его целей является сегодня явно недостаточным, поэтому просветительский, развивающий потенциал медиакритики не реализуется в должной мере.

Преодолению сложившейся ситуации призвана способствовать намечающаяся тенденция интеграции медиаобразования и журналистики. В последнее время наблюдается проникновение медиаобразовательных идей и концепций в журналистскую науку и образование. Так, впервые в России на базе факультета журналистики МГУ в 2003 г. была проведена конференция по проблематике медиаобразования, в которой участвовали представители журна-

---

<sup>1</sup> Федоров А.В. Медиаобразование в педагогических вузах. Таганрог, 2003. С. 10.

листских факультетов и отделений ряда российских вузов<sup>1</sup>. В новейших учебных пособиях по журналистике, в программах журналистских учебных дисциплин появились разделы и материалы о массовом медиаобразовании<sup>2</sup>.

Развитие компьютерно-сетевых коммуникаций создаёт принципиально новые широкие возможности для взаимопользовательного развития и интеграции медиакритики и медиаобразования в России.

Формирование современной рационально-критической коммуникационной культуры россиян является сложной долговременной задачей – учитывая прочность некоторых инерционных культурных и социально-психологических характеристик общества, устойчивость иррациональных стереотипов массового сознания, сформированных как в предшествующие периоды, так и на современном этапе реформ. Многие при этом зависят от экономического и психологического состояния общества, общего развития образовательно-просветительской системы в России. Однако так же, как и рационалистическая, гуманистическая литературная и художественная критика эпохи Просвещения, сыгравшая значительную роль в радикальном изменении умов и нравов современников, медиакритика способна существенно повлиять не только на отношение публики к средствам массовой информации, но и на позиции граждан по многим жизненно важным социальным вопросам.

---

<sup>1</sup> На базе факультета журналистики Белгородского госуниверситета в 2006-2012 гг. прошли четыре международных научно-практических конференции, посвященные проблемам журналистики и медиаобразования, их взаимодействия.

<sup>2</sup> См.: Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПбГУ. СПб. 2004. 239 с.; Короченский А.П. Медиакритика. Программа спецкурса для магистерского уровня обучения по специальности «журналистика». РГУ. 2002.



## МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ РОССИЯН: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ<sup>1</sup>

Реализация в России проекта общественного вещания выявила шокирующую незаинтересованность широкой российской общественности в обсуждении концепции и практических вопросов создания такого вещания – как его организационно-финансовых аспектов, так и программной политики. Принципиальные вопросы организации общественного вещания дебатировались преимущественно в узком кругу чиновников и медиаэкспертов до тех пор, пока в июне 2012 г. в Государственную Думу не поступил законопроект о его создании, который вызвал множество вопросов и претензий среди специалистов, знакомых с мировой практикой функционирования общественных вещательных служб<sup>2</sup>

Инертность гражданского общества удивляет ещё и в связи с тем, что в стране назрела объективная потребность в создании сильной общественной вещательной службы. Такая служба, при условии её добросовестной, грамотной организации, исключая имитативные подходы, могла бы компенсировать недостатки коммерческой модели вещания с её доминирующей ориентацией на развлечение публики при одновременном подавлении развивающей нагрузки передач, а также государственной модели, в которой политическая, идеологическая и культурная монотонность сочетается с очевидной бедностью образовательно-просветительского компонента, не компенсируемой каналом «Культура» – своеобразным телевизионным «культурным гетто» для остатков бывшей советской интеллигенции.

Сегодня наблюдается немало прямых и косвенным признаков недовольства значительной части россиян государственным и коммерческим телевидением: это и прогрессирующее сокращение его аудитории, и принципиальный отказ от потребления телепередач с переходом к интернет-источникам информации. Однако неудовлетворённость нынешним состоянием телевидения не стала поводом для проявления широкой гражданской активности ни в отношении существующих телеканалов, ни в связи с проектом общественного ТВ.

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Медиаобразование и формирование гражданской ответственности россиян: проблемы и перспективы // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций. Междунар. научн. конф. Российский институт культурологии – ТГПИ. Таганрог. 6-7 сентября 2012. – М., 2012. с.82-86.

<sup>2</sup> См.: <http://www.law-ngo.ru/discussion/expertice/project/1227/>

В случае с общественным вещанием в России отчётливо проявились социальная инертность, дефицит гражданственности, свойственный многим из наших соотечественников, которые относятся к событиям в своём отечестве как к чему-то стороннему. В итоге решение одного из важнейших вопросов, определяющего дальнейшее состояние медиасферы страны, её возможное оздоровление, было оставлено гражданским обществом на откуп госчиновникам со свойственным им менталитетом и интересами. Роль же Общественной палаты в создании общественного вещания была лимитирована декоративным, символическим характером этой институции.

Гражданственность понимается как убеждённость и ответственная нравственная позиция, исходящая из осознания долга человека перед своим социумом, из готовности отстаивать и защищать права и интересы гражданского сообщества, к которому принадлежит человек, умения не забывать об общественном благе при достижении блага личного. Гражданственность, представляющая собой сплав политических и этических качеств, подразумевает знание своих прав, способность пользоваться ими и исполнять свои обязанности в личных интересах и на благо общества, означает осознание своей причастности к отчизне, ее народу, ее истокам и корням. В толковом словаре Д.Н.Ушакова значение слова «гражданственность» тождественно понятию «цивилизация».

Дж. Зевин пришел к выводу, что гражданственность включает в себя способность человека самостоятельно оценивать как ситуацию в обществе, так и действия властей. Такой подход предполагает возможность для личности делать свой выбор, основанный на знании, образованности, просвещении<sup>1</sup>

Ю.Н. Никифоров и А.Н. Скалина отмечают, что гражданственность предусматривает действенное и критическое отношение к социальной реальности на основе свободного личного выбора, моральных убеждений и побуждений, идеалов равноправия граждан и суверенитета народа по отношению к власти; способность вести позитивный диалог с властью, другими гражданами и гражданскими объединениями; осознание своей гражданской идентичности – принадлежности к стране, обществу и государству, их правовому, культурно-

---

<sup>1</sup> Зевин, Дж. Столкновение разных подходов к понятию гражданственности: трудности развития у учащихся критического мышления / Дж. Зевин // Гражданское образование: содержание и активные методы обучения. – М., 1997.

му и языковому пространству<sup>1</sup>. Таким образом, понятие «гражданственность» включает ряд компонентов: знания, качества, позицию, ценности, действия, т.е. во многом совпадает с понятием «политическая культура».

Дефицит гражданственности россиян в отношении к средствам массовой коммуникации, роль которых во всех сферах жизни современного общества настолько велика, что оно всё чаще характеризуется как *медиатизированный социум*, проявляется, на наш взгляд, в недостаточной осведомлённости относительно потенциала и значения массмедиа, механизмов их влияния, прав граждан во взаимодействии с медийным комплексом, собственных субъектных возможностей участия в массовых коммуникациях. А эти возможности в наши дни существенно возросли. Развитие современных цифровых средств создания и распространения медиатекстов изменило коммуникативные роли СМК и их аудитории. Люди всё чаще переходят из категории потребителей медийной информации в категорию коммуникаторов, создавая и распространяя собственные медиатексты в беспрецедентно широких масштабах – вплоть до глобального.

Это серьёзно затрудняет реализацию демократических прав граждан в условиях медиатизированного социума, когда компетентность в массово-коммуникативной сфере становится одной из важнейших предпосылок активного и эффективного участия личности в общественной и политической жизни.

Медиаобразование становится ключом к активному демократическому участию граждан в жизни современного медиатизированного общества. Точно так же, как распространение всеобщей грамотности некогда способствовало вовлечению миллионов людей в политическую жизнь, из которой они были устранены ранее, развитие медиакомпетентности/медиаграмотности российских граждан становится в наши дни одним из главных условий становления демократии и сплочения гражданского общества. Распространение массового медиаобразования в стране превращается в важнейшую общедемократическую задачу, от решения которой во многом зависит развитие гражданственности россиян в новейшую историческую эпоху.

---

<sup>1</sup> Никифоров Ю.Н., Скалина А.Н. О понятии «гражданственность»  
<http://www.asu.ru/files/documents/00000443.doc>

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

### ГЛОБАЛЬНАЯ МЕДИЙНАЯ ПОЛИТИКА: РЕАЛЬНОСТЬ ИЛИ ФАНТОМ?<sup>1</sup>

В повестку дня юбилейной конференции Международной Ассоциации исследователей массовых коммуникаций – IAMCR (Париж, июль 2007 г.), посвящённой 50-летию организации, была включена дискуссия по проблемам определения контуров современной глобальной медийной политики (Global Media Policy – GMP). Рабочая группа организаторов дискуссии отметила, что участие массмедиа в современных глобальных коммуникациях требует более глубокого теоретического осмысления. Также нуждаются в совершенствовании анализ и научная интерпретация основных глобальных информационных процессов. На сегодняшний день остаются недостаточно изученными как общие тенденции развития глобальных массово-информационных процессов, так и состав их участников, многообразие связей и интеракций между ними, интересы различных сторон, включившихся в конкуренцию на глобальном информационном поле.

Основные причины тому – как сложность и масштабность самих явлений и процессов, требующих изучения, так и неразвитость методологии их исследования и недостаточность превалирующих ныне исследовательских подходов. В большинстве научных работ (по преимуществу западных) рассматриваются преимущественно отдельные массово-коммуникационные феномены и аспекты функционирования массмедиа в глобальном контексте. Явно недостаёт системного видения масштабных перемен, происходящих сегодня в медийной сфере на глобальном уровне.

Современная наука отстаёт в изучении стремительно меняющейся общемировой картины масштабных информационных процессов в мире, переживающем интенсивные глобализационные перемены. «Глобальная деревня» оказалась гораздо более сложным и замысловатым коммуникационным явлением, чем это виделось в эпоху маклюэновских пророчеств. С распространением новейших

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано в сб.: Журналистика и медиаобразование-2007: сб. трудов II Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 1-3 октября 2007 г.): в 2 т. Т. I – Белгород: БелГУ, 2007.

средств массовой коммуникации мировой медийный ландшафт претерпел существенные изменения. В связи с развитием трансграничного спутникового ТВ и всемирной сети Интернет характеристики международной информационной среды претерпели существенную трансформацию. Сетевые средства массовой коммуникации, включая региональные и местные, становятся де факто глобальными по масштабам распространения информации (даже если задача трансграничного информирования не осознаётся и не артикулируется ими). Потребители сетевых СМИ могут находиться на значительном географическом удалении – и нередко рассредоточены по всему миру, о чём свидетельствует статистика зарубежных посещений не только крупнейших столичных сетевых изданий, но и частотность обращений нерезидентов на сайты региональных и местных СМИ.

С распространением непосредственного спутникового телевидения и Интернета географические государственные границы, являвшиеся ранее труднопреодолимыми барьерами для трансграничных информационных потоков, стали прозрачными для массовой информации из-за рубежа. Сформировалась качественно новая ситуация открытости национального информационного пространства, хотя языковые, культурные и экономические барьеры по-прежнему ограничивают возможности использования внешней информации. Бурно развивается глобальный информационный рынок, важнейшую роль в существовании которого играют трансграничные СМИ.

В этом контексте постановка вопроса об изучении глобальной медийной политики выглядит как попытка систематизировать научное знание о многообразных глобальных процессах в сфере массмедиа, выявить в них элементы всеобщей организации во всемирном масштабе. Но насколько корректно сформулирована научная проблема, на которую должны быть нацелены усилия исследователей? Существует ли в действительности сам объект изучения – глобальная информационная политика (ГМП)?

Применение понятия «политика» предполагает наличие некоей консолидированной, более или менее выстроенной, имеющей определённый концептуальный стержень системы действий в медийной сфере на глобальном уровне, согласованно осуществляемой определёнными субъектами – творцами этой политики. Какие же субъекты способны сегодня определять и осуществлять глобальную

информационную политику, задавать целевые ориентиры и форматно-содержательные параметры массовых коммуникаций через СМК в мировом масштабе?

Известны примеры разработки и реализации на международном уровне региональной медийной политики, когда она выработывалась межгосударственными объединениями определенного географического региона во взаимодействии с медиабизнесом. Наиболее наглядным и масштабным процессом такого рода стало развитие медийной политики в рамках ЕС в 1980-е – 2000-е гг. В настоящее время концептуально выстроенные и согласованные действия Европейского Союза в медийной сфере осуществляются по таким направлениям, как правовое регулирование трансграничного телевидения, обеспечение охраны интеллектуальной собственности, ограничение рыночной концентрации на общем пространстве ЕС, выработка общих технических стандартов и пр. (См. бюллетень центра NORDICOM «European Media Policy»). Так, например, перед лицом предстоящего развития телевидения через мобильные телефоны важным аспектом медийной политики ЕС призвано стать принятие единственного общего стандарта европейского мобильного телевидения.

Характерно, что библиография зарубежных научных публикаций о проблемах медийной политики, реализуемой в международных масштабах, содержит работы, посвященные преимущественно участию ЕС в выработке общих подходов к развитию медийной сферы и международному согласованию деятельности массмедиа на европейском пространстве<sup>1</sup> Особого рассмотрения заслуживает вопрос о субъектности и роли ТНК в определении глобальной медийной политики (если таковая существует). Сегодня самыми крупными акторами в сфере международных медийных коммуникаций являются немногочисленные гигантские транснациональные конгломераты, в большинстве своём со штаб-квартирами в США (прежде всего Time Warner, News Corp., Disney). После распада со-

---

<sup>1</sup> Doyle Gillian (2002) *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media* London: SAGE ; Humphreys Peter J. (1996); *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press; *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe* (1992, Vol. 1) Euro-media Research Group (Editor). London: SAGE; Venturelli Shalini (1998); *Liberalizing the European Media: Politics, Regulation, and the Public Sphere*. Oxford: Oxford University Press; Sarikakis Katharine (2004) *Powers in Media Policy: The Challenge of the European Parliament*. Lang, Peter Publishing; Harcourt Alison (2005) *European Institutions and the regulation of Media Markets*. Manchester: Manchester University Press.

циалистической системы и включения бывших стран «реального социализма» в мировую капиталистическую систему хозяйства ТНК осуществляют масштабные операции по всему миру. «Доминирующие медийные предприятия всё более и более выглядят как глобальные», – отмечает Р. МакЧесни<sup>1</sup>

В глобальном контексте отношения медиагигантов характеризуются, с одной стороны, как остроконкурентные, отмеченные постоянной борьбой. С другой стороны, принципиальное распределение рынков и захват ими тех или иных ключевых медийных секторов – уже свершившийся факт. В этом отношении крупнейшие медиакорпорации напоминают ведущие автомобилестроительные и нефтедобывающие компании. В сфере трансграничной информационной деятельности сговор с целью раздела рынков не является принципиально новым явлением. Достаточно вспомнить «картель трёх» (1870 г.) – соглашение телеграфных агентств Reuters, Navas и Wolff, тогдашних мировых крупнейших поставщиков оперативной международной информации, о разделе сфер влияния, предусматривавшем распределение географических зон сбора информации и рынков её продажи в мировом масштабе<sup>2</sup>

Ряд зарубежных и отечественных исследователей отмечают наличие принципиального негласного консенсуса между гигантскими медиакорпорациями в утверждении базовых идеологических и ценностных установок неолиберализма, а также в освещении некоторых ключевых проблем современного миропорядка («глобальной войны против терроризма», положения и роли России в современном мире и пр.)<sup>3</sup> Таким образом, существуют элементы согласованности крупнейших транснациональных медийных игроков не только в экономическом поведении на глобальном рынке, но и в содержательных аспектах их массово-коммуникационной деятельности. Однако происходит это «по умолчанию» и нередко выглядит как результат воздействия пресловутой «невидимой руки» – мощных рыночных сил глобального масштаба. Но едва ли можно игно-

---

<sup>1</sup> McChesney Robert W. (2005) Medios globales, neoliberalismo e imperialismo. // Por otra comunicación. Los medios, globalización cultural y poder. (Denis de Moraes, coord.) Icaria. Barcelona. P. 173.

<sup>2</sup> Fenby Jonathan (1986) The International News Services. NY: Schocken Books. P. 35-38

<sup>3</sup> Ramonet Ignacio (2005). El poder mediatico // Por otra comunicación. Los medios, globalización cultural y poder. (Denis de Moraes, coord.) Barcelona: Icaria; Сапунов В.И. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. – Воронеж: ВГУ. 2007.

рировать подчинённость большинства медиагигантов ключевым управляющим центрам, базирующимся по преимуществу в США, а также других ведущих государствах Запада.

Хотя олигополия способствует выработке определённых форм согласования и взаимодействия корпораций и в определённых ситуациях провоцирует дальнейшее укрупнение и концентрацию через слияния и поглощения, принципиальная возможность выработки единой развитой глобальной медийной политики в условиях сохраняющейся глобальной же конкуренции медиагигантов представляется проблематичной – несмотря на существующие отношения ограниченного консенсуса между ними.

Наличие глобальной медийной политики должно подтверждаться принятием согласованных в широком международном масштабе концептуальных документов, отражающих основные цели и другие параметры этой политики. Однако же на сей день такие документы не существуют. В документах, принятых на Всемирной встрече на высшем уровне по вопросам информационного общества, есть положения, касающиеся массмедийного сектора. Но изложенные в них основные цели развития сконцентрированы преимущественно на расширении доступа жителей планеты к электронным коммуникациям. При этом «...и Декларация, и План действий не дают социетального определения информационного общества: практически ставится знак равенства между информационным обществом и доступом к новым информационно-коммуникационным технологиям<sup>1</sup>...» Остальные же целевые положения (о необходимости соблюдения этических аспектов при применении новейших коммуникационных технологий и особенно о развитии контента) изложены слишком общо, им явно недостает конкретики.

Таким образом, документы Всемирной встречи едва ли можно признать полноценной концептуальной основой глобальной медийной политики. Тем более что в них не очерчен круг субъектов – агентов такой политики, их обязанности по ее реализации.

Под влиянием неолиберальной мифологии широкое распространение получил тезис о вытеснении государства из сферы международных коммуникаций. Для ряда западных исследователей аксиоматичным стало утверждение об ослаблении роли государств в организации медийных международных коммуникаций ввиду пре-

---

<sup>1</sup> . Человеческое измерение информационного общества // Энциклопедия жизни современной российской журналистики (2007). Т.2. – М. С. 315.



валирования в них частных транснациональных корпораций. Так, например, М.Э. Прайс в подтверждение этого тезиса приводит данные о сокращении в 1990-е годы, после провозглашённого окончания холодной войны, бюджетов и масштабов деятельности ведущих западных государственных организаций, осуществляющих радиовещание на зарубежную аудиторию<sup>1</sup>. Вместе с тем он же приводит высказывания организаторов иновещания, которые свидетельствуют о том, что в действительности речь шла лишь о перегруппировке сил. В условиях, когда государственное коротковолновое эфирное иновещание постепенно превращается в анахронизм, требуется развитие интернетных и спутниковых форм информирования, которые являются более перспективными в воздействии на зарубежные аудитории<sup>2</sup>.

Роль государств как акторов в области глобальных медийных коммуникаций существенно возрастает в период политических и военных кризисов. Период объявленной «глобальной войны против терроризма» не исключение. После вторжения в Ирак правительство США заявило о создании нового спутникового телеканала – арабоязычного «Al-Nigga». Канал должен был стать американским противовесом влиятельному катарскому телеканалу «Al-Jazeera» как часть проекта по формированию общественного мнения на Ближнем Востоке с учетом пожеланий Белого дома. Ранее с этой же целью США открыли вещание арабоязычной радиостанции «Sawa».

Новые международные службы массовой коммуникации, главным образом спутниковые телеканалы, в последние годы создавались и другими ведущими государствами. Международные новостные каналы спутникового телевидения с их прямым выходом на широчайшие зарубежные аудитории превратились сегодня в один из важнейших элементов информационной поддержки государственной внешней политики и внешнеэкономической деятельности за рубежом.

Осознание возрастающей роли международного спутникового телевидения в информационном воздействии на зарубежные аудитории способствовало открытию в 2005 г. российской спутни-

---

<sup>1</sup> Прайс М.Э. Масс-медиа и государственный суверенитет: глобальная информационная революция и её вызов власти государства. Институт проблем информационного права. – М., 2004. с. 232-244.

<sup>2</sup> Там же, с. 245.

ковой службы новостей «Russia today», создание которой было инициировано и профинансировало государством.

В декабре 2006 г. стартовало созданное по решению французского правительства новостное спутниковое ТВ «France 24», призванное представлять точку зрения Франции на события в мире и способствовать всемирному распространению ценностей, разделяемых французами. В создании «France 24» приняли решающее участие государственные телеканалы Франции, объединившиеся с частным каналом «TF-1». Ключевые характеристики новой службы спутникового телевидения были определены потребностью её создателей в привлечении частных инвестиций и в приобретении политически благоприятного статуса независимой медийной организации<sup>1</sup>. «France 24» осуществляет параллельное вещание на Европу, Ближний Восток и Африку, АТР, Северную и Южную Америку по двум спутниковым каналам – франкоязычному и англоязычному. В дальнейшем состоялось открытие арабоязычного вещания «France 24» с привлечением ближневосточных капиталов, а в перспективе – и канала, ведущего передачи на испанском языке.

Государства, рассматриваемые в качестве главных агентов международных массовых коммуникаций, так или иначе присутствуют в деятельности многих спутниковых служб новостей – от «EuroNews», созданной при участии ряда государственных и общественных вещательных компаний Европы и Северной Африки, до катарского канала «Al-Jazeera». Но при этом нетрудно заметить, что участие это подчинено различным, иногда диаметрально противоположным целям, определяемым логикой конкурентной борьбы различных государств на мировой арене.

После окончания холодной войны ведущие государства мира отнюдь не утратили своё влияние на коммерческие коммуникационные структуры, действующие в глобальном масштабе – включая и те из них, которые имеют международный статус. Пример тому – принятое в мае 1999 г., в разгар косовского кризиса, решение Совета директоров международной коммерческой организации спутниковой связи EUTELSAT о прекращении трансляции передач югославского телевидения через принадлежащие ей спутники связи.

---

<sup>1</sup> См.: Короченский А.П. Поздний старт: международная спутниковая телевизионная служба «France 24» на глобальном рынке новостей // Средства массовой информации в современном мире (СМИ-2007). – СПб.: СПбГУ. 2007. с.207-208.

Прерывание трансляции нарушило уставные положения EUTELSAT, которые не предусматривают отказ от оказания договорных коммуникационных услуг по политическим причинам, но полностью отвечало общему курсу государств НАТО на международную информационную изоляцию сербской стороны накануне и во время осуществления натовской военной интервенции.

В том же 1999 г. вследствие давления, оказанного на правительство Израиля со стороны США, власти этого государства добились от частной израильской компании, транслировавшей сербские телепередачи через принадлежащий ей спутник, прекращения обслуживания югославского канала.

Таким образом, названные выше категории субъектов, гипотетически способных быть творцами и исполнителями глобальной медийной политики, в действительности таковыми не являются и не могут быть в принципе: слишком велики различия между ними и преследуемыми ими целями конкурентной борьбы на мировой арене. Одним из подтверждений реальной многополярности современного мира является острое соперничество в международной информационной деятельности даже среди казалось бы сплоченных государств Запада. Напомним, например, что спутниковая телевизионная служба «EuroNews» создавалась как противовес растущему влиянию американской «CNN International» на европейскую аудиторию.

Таким образом, в отсутствие явно выраженной единой ГМП сегодня уместна постановка вопроса о многообразных глобальных медийных политиках, реализуемых различными субъектами либо группами субъектов. Очевидно, что повестка дня в формировании медийной политики в общепланетарном масштабе должна задаваться не транснациональными корпорациями либо одной сверхдержавой или группировками наиболее могущественных государств современного мира, но демократическим путем, в широком международном составе, что можно обеспечить в современных условиях только в рамках универсальных организаций – прежде всего ЮНЕСКО, уделяющей пристальное внимание концептуальным проблемам массовых коммуникаций.

В международном дискурсе о глобальных массовых коммуникациях сегодня преобладают установки и подходы Запада, о чем свидетельствуют, например, документы ЮНЕСКО 1990-2000 гг. После дебатов предшествующих десятилетий о «новом международном информационном и коммуникационном порядке» в центре

внимания этой организации вновь находится проблематика свободного потока информации. Но деятельность ЮНЕСКО в защиту культурного разнообразия народов мира (не исключая мультикультурализм в массмедиа), а также выдвижение и поддержка концепции «общества знаний» – гуманистической альтернативы теории информационного общества, технократической по своей сути, свидетельствует о том, что эта авторитетная международная организация могла бы стать полем многостороннего обсуждения контуров грядущей глобальной медийной политики. Бразильский исследователь В. Круз Бриттос справедливо заметил в связи с этим: «...ЮНЕСКО представляет собой один из немногих полюсов, выполняющих задачи формулирования альтернативных политик»<sup>1</sup>.

Документы, разработанные в рамках ЮНЕСКО, неизбежно имеют компромиссный характер, будучи плодом многостороннего согласования на международном уровне. И вместе с тем в них так или иначе воплощаются взгляды и интенции различных участников общемирового дискурса о массовых коммуникациях, что обеспечивает его демократизм и многоголосье. К. Норденстренг, не без оснований критиковавший знаменитый доклад комиссии ЮНЕСКО о состоянии и перспективах массовой коммуникации в мире<sup>2</sup> за теоретико-методологическую рыхлость и непоследовательность, тем не менее, признал его большое историческое значение<sup>3</sup>.

«Признанием значимости этого документа стала недавняя широкая международная реакция на 25-летие его опубликования. В наши дни, когда благодаря новейшим коммуникационным технологиям даже рядовые граждане способны переходить из привычного состояния безличной медийной аудитории в категорию субъектов массовых коммуникаций (не исключая и международную коммуникацию), особенно важно, чтобы попытки формулирования контуров будущей глобальной информационной политики происходили на демократической основе, исключая одностороннее доминирование и диктат».

---

<sup>1</sup> Cruz Brittos Valério (2005). Circulación internacional y distorsiones comunicacionales en el capitalismo global. // Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Enero-abril 2005, num. 21. p. 88.

<sup>2</sup> Many Voices, One World. Communication and Society Today and Tomorrow. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems. UNESCO: Paris-London. 1980.

<sup>3</sup> Nordenstreng Kaarle (2005) Un hito en el gran debate mediático. // Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Enero-abril 2005. p. 45-47.

## **ИСТОРИЧЕСКАЯ СУДЬБА И ЗНАЧЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «НОВОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО И КОММУНИКАЦИОННОГО ПОРЯДКА»: ВЗГЛЯД ИЗ XXI ВЕКА<sup>1</sup>**

После второй мировой войны и последовавшего крушения колониальных империй в условиях двухполярного мира на мировой арене сложились условия для более решительного отстаивания прав и интересов слаборазвитых и малых государств, испытавших в предшествующие исторические периоды тяжёлые последствия господства ведущих мировых держав. Желание покончить с экономической зависимостью и неравноправием в торгово-финансовых отношениях с развитыми государствами Запада породило в начале 1970-х гг. лозунги «нового мирового экономического порядка», более демократичного и справедливого для стран и народов, обречённых на роль вечно отстающих в условиях глобализации по западному сценарию. Вскоре наряду с требованиями нового порядка в мировой экономике сложилась концепция «нового международного информационного и коммуникационного порядка» (НМИКП). Центральной идеей концепции стала «деколонизация» массово-информационной сферы, понимаемая как преодоление исторически сложившего западного доминирования в международных массовых коммуникациях, способствующего закреплению экономической зависимости и неравноправия. Идеи нового экономического и информационного порядка ввиду присущего им демократического потенциала вскоре стали восприниматься не только как интеллектуальный ответ на потребности преодоления наследия колониальной эпохи и проявлений неокOLONИализма, но и как проект общей демократизации международных отношений<sup>2</sup>. В 1970-1980-е годы проблематика «нового международного информационного и коммуникационного порядка» (НМИКП) постоянно находилась в центре дискуссий по вопросам глобальных массовых коммуникаций в

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Историческая судьба и значение концепции «нового международного информационного и коммуникационного порядка»: взгляд из XXI века / А. Короченский ; НИУ БелГУ // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран: материалы третьей междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 февр. 2014 г. / сост. Б.Л. Залесский ; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой . – С. 142-147/

<sup>2</sup> Mowlana H. Global Information and World Communication. New Frontiers in International Relations. Longman. – NY-L. 1986.

ООН и ЮНЕСКО, Движении неприсоединения, в академических сообществах исследователей международной журналистики, в кругах демократической общественности. Идеи установления нового, более справедливого и демократичного международного информационного порядка были поддержаны в ООН и ЮНЕСКО во второй половине 1970-х и в 1980-е гг.<sup>1</sup> Они нашли наиболее полное отражение как в официальных документах Движения неприсоединения, так и в документации ЮНЕСКО – докладе международной комиссии медиаэкспертов под руководством Ш. Макбрайда<sup>2</sup>, резолюции Белградской конференции ЮНЕСКО и др.<sup>3</sup>

В западной научной литературе этого периода нередко воспроизводились характеристики складывающейся концепции НМИКП как нереалистичной и даже оппозиционной идеалу свободного распространения информации, воплощенному в ст. 19 Всеобщей декларации Прав человека (1948 г.). Необходимо отметить, что в силу разнообразия государств и пестроты состава международных организаций, поддержавших НМИКП, создание стройной концепции нового международного информационного и коммуникационного порядка не было завершено, что породило утверждения о затруднительности чёткой дефиниции этой концепции. Вместе с тем ключевые идеи этой концепции очевидны, они отражены прежде всего в документах Движения неприсоединения<sup>4</sup>.

Так, характерный для Движения неприсоединения принцип «опоры на собственные силы» получил в концепции НМИКП воплощение в идее взаимного сотрудничества участвующих в нём стран в создании собственных массово-коммуникационных инфраструктур и международных объединений, консолидирующих взаимные усилия по «деколонизации» информации. «Декolonизация» предусматривала создание информационных потоков, генерируемых медийными организациями государств-участников Движения без привлечения западных субъектов международного информиро-

---

<sup>1</sup> См.: Ермишина Е.В. Международный обмен информацией. Правовые аспекты. «Международные отношения» – М, 1988; Кашлев Ю. Б. Информационный взрыв: международный аспект. «Международные отношения» – М, 1988.

<sup>2</sup> Many Voices, One World. UNESCO. Paris. 1980.

<sup>3</sup> New International Information and Communication Order. Sourcebook. (Nordenstreng K., Gonzales Manet E., Kleinwachter W., with foreword of S.MacBride). International Organization of Journalists. Prague. 1986.

<sup>4</sup> См.: NAN & NIICO. Documents of the Non-Aligned Movement on the New International Information and Communication Order (1986-1987). International Organization of Journalists. Prague. 1988.

вания. Идея взаимного сотрудничества неприсоединившихся государств получила воплощение и в совместном отстаивании общих позиций в универсальных международных организациях. Весьма ценным положением концепции стало выраженное стремление выработать собственную информационную политику как на национальном, так и на международном уровнях – политику, нацеленную на отстаивание стратегических интересов государств – участников Движения неприсоединения в условиях доминирования Запада в глобальном информационном пространстве.

После радикального изменения геополитической ситуации в конце 1980-х и 1990-х годах в связи с распадом СССР и исчезновением «социалистического лагеря», а также ослаблением Движения неприсоединения, которое в предыдущий период пользовалось существенным влиянием в международных делах, дискуссии о НМИКП были объявлены исчерпанными. Под влиянием усилившейся глобализации и интенсивного идеологического наступления неолиберализма, уповающего на чудодейственную силу саморегулирующегося свободного рынка, идеи создания более демократичного и справедливого международного порядка в области массовых коммуникаций характеризовались либо как неуместные, либо имеющие отношение исключительно к проблематике «третьего мира»<sup>1</sup>.

Вместе с тем уже в этот период проявились положительные последствия выдвижения концепции нового международного информационного и коммуникационного порядка и мер, принятых для её воплощения в жизнь. Одним из главных подтверждений исторического значения формулирования этой концепции стало привлечение внимания международных политических кругов и академической общественности к проблематике трансграничных массовых коммуникаций. В результате развернувшихся в 1970-1980-е гг. дебатов сформировалось более отчетливое понимание взаимосвязи вопросов международного информирования с проблемами экономической зависимости слаборазвитых и малых государств мира, а также путей и способов изменения сложившейся ситуации в сфере международной информации, когда доминирующими субъектами трансграничного информирования выступали крупнейшие западные корпорации, в то время как многие страны мира

---

<sup>1</sup> MacChesney R.W. Medios globales, neoliberalismo e imperialismo.// Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder.(ed. – D. De Moraes)/ Encuentro-Icaria. Barcelona. 2005. p. 171-192.

по сути были лишены субъектности в международных массовых коммуникациях.

Реализация принципа «опоры на собственные силы», характерного для Движения неприсоединения, способствовала созданию и развитию собственных коммуникационных инфраструктур и международных объединений неприсоединившихся стран. Хорошо известны проекты по созданию совместных информационных сетей сотрудничества – таких как Пул информационных агентств неприсоединившихся стран, с сопутствующей трансформацией ряда информационных агентств в региональные центры Пула. Под влиянием идей НМИКП были созданы собственные информационные агентства в более чем 30 странах мира, ранее не имевших таких агентств.

В русле концепции НМИКП были реализованы и другие проекты – например, по формированию коммуникационной спутниковой инфраструктуры, обеспечивающей обмена телепрограммами между арабскими странами через систему АРАБСАТ, а затем и по созданию к концу XX века собственных служб спутникового ТВ практически во всех странах арабского мира. Становление коллективной системы спутникового телевидения и налаживание систематических обменов телевизионными программами в масштабах региона стало результатом постепенных и во многом скоординированных действий арабских государств по выработке собственной информационной политики и развитию регионального сотрудничества в сфере коммуникаций и обмена информацией<sup>1</sup>. Эти действия были связаны с поддержкой арабскими странами концепции нового международного информационного порядка (НМИКП), предусматривающей трансформацию европоцентристских коммуникационных моделей, унаследованных от колониальной эпохи, создание самостоятельно функционирующих национальных информационных систем, изменение направленности и содержания международных потоков информации.

Одним из главных идейных вдохновителей НМИКП стал член комиссии ЮНЕСКО («комиссии Ш. Макбрайда») М. Масмуди, занимавший в тот период пост министра информации Туниса. В резолюции, принятой на тунисской встрече представителей неприсоединившихся стран в 1976 г., отмечалось: «Принимая во внимание

---

<sup>1</sup> Шафель Али Шаиф Хусейн. Историческое развитие арабоязычного спутникового телевидения. Роль системы АРАБСАТ в становлении арабского спутникового ТВ. // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. – Белгород. 2013. № 18 (137). Выпуск 15.



дисбаланс в международных обменах телепрограммами, благоприятствующий некоторым и игнорирующий других, долгом неприсоединившихся и других развивающихся стран является изменение сложившейся ситуации и деколонизация информации». Идея создания коллективной организации спутникового телевидения, обеспечивающего формирование общеарабского информационного пространства, получила практическое воплощение после того, как в апреле 1976 г. министры коммуникаций арабских стран подписали в Каире соглашение о создании под эгидой ЛАС Арабской системы спутниковых коммуникаций – Арабсат (Arab Satellite Communications Organization) как межгосударственной организации, обеспечивающей телевизионные трансляции, телефонные переговоры через спутники связи и стимулирующей развитие коммуникации и информационных обменов между странами-членами ЛАС.

Уже в новом веке под влиянием идей НМИКП был создан коллективными усилиями кубино-венесуэльский спутниковый телевизионный канал «TeleSur», обеспечивающий освещение событий в регионе и мире через «латиноамериканскую призму».

Демократический, освободительный пафос идей «нового международного информационного и коммуникационного порядка» сохраняет свою притягательность и в наши дни – и не только в глазах исследователей, критически оценивающих современную ситуацию в мировой массово-информационной сфере<sup>1</sup>, сложившейся под влиянием глобализации (о наличии такого критического направления в академических кругах свидетельствует, в частности, оживленная международная дискуссия в связи с 25-летием выхода в свет доклада комиссии Ш. Макбрайда). Одной из главных исторических заслуг концепции НМИКП следует считать интеллектуальный импульс, который был придан с её появлением научным и политическим дебатам о современных международных массовых коммуникациях и путях их позитивного изменения. К изучению процессов в глобальной массово-информационной сфере были привлечены уже не только отдельные исследователи (Г. Шиллер, К/ Норденстренг, Т. Варис и др.), но и целые исследовательские организации – например, Латиноамериканский институт по изучению деятельности транснациональных компаний (ILET). Под идейным влиянием НМИКП стал возможным произошедший за последнюю

---

<sup>1</sup> Por otra comunicaci3n. Los media, globalizaci3n cultural y poder.(ed- D. De Moraes)ю Encuentro-Icaria. Barcelonaю 2005.

четверть века парадигмальный сдвиг в исследованиях международных коммуникационных процессов. Появилась постоянная площадка для продолжения международных научных дебатов по проблемам глобальных массовых коммуникаций – журнал «Global Media and Communication», хотя большинство его авторов составляют западные исследователи.

Реалии нового века – века цифровых коммуникаций, позволивших приобрести коммуникативную субъектность даже рядовым гражданам<sup>1</sup>, ставят на повестку дня вопрос о пересмотре некоторых концептуальных основ НМИКП. В своё время авторы этой концепции поставили во главу угла государства, рассматривая их в качестве главных субъектов трансграничного массмедийного информирования. Если ранее международные отношения в массово-информационной сфере трактовались главным образом как отношения *межгосударственные*, то в наши дни всё более настоятельной является потребность их рассмотрения и как *отношений между народами*, осуществляющими глобальный полилог через каналы массовой коммуникации. Это позволит существенно повысить демократический потенциал идейного наследия НМИКП в XXI веке.

---

<sup>1</sup> Короченский А. Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке.// Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства. БГУ. – Минск. 2013. с. 149-157.

## НОВЫЕ СУБЪЕКТЫ ТРАНСГРАНИЧНЫХ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В XXI ВЕКЕ<sup>1</sup>

Появление и развитие периодической печати, а затем радио и телевидения сопровождалось непрерывным развитием и усложнением технологической базы информационного производства, чему сопутствовало укрупнение экономических организаций, осуществляющих это производство. Создание крупных газетных предприятий, которые представляли собой огромные «фабрики прессы», а затем и формирование больших высокотехнологичных телерадиовещательных компаний способствовало развитию и углублению профессионализации журналистской деятельности. Сложившаяся вертикальная, иерархически организованная модель массовой коммуникации развивалась преимущественно по формуле «от немногих – к многим». Особенно заметно это проявлялось в сфере международных массовых коммуникаций, где в XX веке безраздельно доминировали крупнейшие государственные и коммерческие акторы – службы инновещания, трансграничные издательские корпорации и пр. Именно им, зачастую вкупе с государственными внешнеполитическими ведомствами, принадлежало исключительное право на наполнение трансграничных информационных потоков и контроль за их содержанием.

Ввиду технической сложности и дороговизны информационного производства, а также вертикального построения коммуникации возможности самостоятельной деятельности граждан в массово-информационной сфере были сведены к минимуму, о чем свидетельствует, в частности, история «альтернативной прессы» на Западе и «самиздата» на Востоке, которые представляли собой маргинальные коммуникационные явления. Трансграничная информационная деятельность вне структур медийного мейнстрима фактически была исключена. В итоге в XX веке проявилась тенденция, которую можно охарактеризовать как *отчуждение медийной аудитории от прямого участия в массово-коммуникационных процессах* по причине полного доминирования профессиональных журнали-

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано: Короченский А. Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке // Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства. БГУ. – Минск. 2013. с. 149-157.

стов и их политических и экономических спонсоров в формировании информационной «повестки дня» крупных медийных организаций, нередко игнорировавших реальные запросы и настроения значительной части граждан<sup>1</sup>. Косвенным подтверждением наличия феномена отчуждения служат последующее существенное сокращение потребления «классических» СМИ (особенно ежедневных газет) и массовый отток значительной части аудитории СМИ в Интернет по мере развития Сети и создания там широкого спектра информационных ресурсов, доступных непрофессионалам: сайтов, блогов, социальных сетей, видеопорталов и пр.<sup>2</sup>

Представлявшийся ранее утопическим идеал горизонтальной диалогической коммуникации в духе Ю. Хабермаса, которая обеспечивала бы развитие демократического публичного дискурса с его действительным многоголосьем и равенством участников, с взаимодействием по формуле «*многие-с-многими*», перестаёт казаться неосуществимым. Идея «многоголосого мира», вдохновившая в своё время авторов знаменитого доклада международной комиссии ЮНЕСКО под руководством Ш. Макбрайда<sup>3</sup>, стала вполне реализуемой на практике лишь с развитием «цифровой революции» – дигитализации информационного производства и коммуникаций, вызвавшей быстрое развитие медиаконвергенции. В свою очередь, медиаконвергенция влечет за собой глубокую трансформацию технологий журналистского труда, самой профессии журналиста. Она же порождает симбиотические формы взаимодействия разнородных СМИ, новые отношения между медийными организациями и непрофессиональными коммуникаторами. Медиаконвергенция знаменует взаимопроникновение различных форм презентации информации в новейших и «классических» СМИ, а также существенные изменения в контенте СМИ и во взаимодействии коммуникаторов и аудитории.

Особого внимания заслуживает влияние медиаконвергенции на международную журналистику, которая претерпевает в наши

---

<sup>1</sup> Отчуждение граждан от субъектного участия в массово-коммуникационных процессах (в условиях медиатизированной политической жизни и пр.) является одной из существенных причин развития медиакритики (см.: Moraes, Denis de (coord.) *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*. Ed. Icaria. – Barcelona. 2005).

<sup>2</sup> Монахов В.Н. СМИ – уходящая натура? // *Право и государство. Теория и практика*. М., 2005, № 1.

<sup>3</sup> *Many Voices, One World. Communication and Society Today and Tomorrow. Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order*. // Unesco. – Paris. 1980.

дни существенную трансформацию под влиянием глобализации и цифровой революции в области массовых коммуникаций. В частности, это вызвано существенным изменением коммуникативных ролей аудитории под влиянием широкого распространения цифровых технологий обработки и распространения информации в условиях конвергенции различных каналов и средств массовой коммуникации.

«Цифровая революция» рубежа XX-XXI веков породила глубокую качественную трансформацию массовой коммуникации в сторону её индивидуализации. Речь идёт не только о возрастающей индивидуализации потребления информации в условиях, когда новейшие многоканальные и сетевые коммуникации предоставляют потребителям беспрецедентно широкие возможности самостоятельного выбора информационных продуктов и услуг. Индивидуализация коснулась также производства и распространения массовой информации. В наши дни стали возможными и широко практикуются создание и массовые рассылки через Интернет и мобильную телефонную связь индивидуальных сообщений разного рода: текстовых посланий, фотографических, аудио- и видеоматериалов, включая документально-новостные и публицистические тексты. Мобильный телефон, ещё совсем недавно являвшийся не более чем средством двусторонней связи в вербальной форме, приобрел характеристики конвергентного средства массовой информации, способного к широкому распространению мультимедийных текстов.

Реальностью наших дней становится «массовая индивидуальная коммуникация», или «массовая самокоммуникация» (*mass self communication*). В дефиниции М. Кастельса это новая форма коммуникации: она, безусловно, массовая, но производится, получается и воспринимается индивидуально<sup>1</sup>. Выступая в одних случаях как форма технически опосредованного социального общения, дополняющего «традиционную» массовую коммуникацию через СМИ, в других случаях «массовая самокоммуникация» граждан претендует на дополнение к медийному мейнстриму либо на альтернативность ему, порой превращаясь в фактор оперативной коррекции его содержания аудиторией.

Сегодня благодаря многочисленным техническим новшествам граждане способны переходить из привычного состояния безлич-

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Новые индивидуальные массмедиа // *Le Monde Diplomatique* – 2006, август (русское издание).

ной медийной аудитории в категорию полноценных субъектов массовых коммуникаций, обеспечивающих реализацию своего права на коммуникацию («the Right to Communicate»)<sup>1</sup>. Традиционное отношение к медийной аудитории как объекту информационного воздействия отражено на понятийно-терминологическом уровне: аудитория обычно характеризуется как некая совокупность *реципиентов* информации, или же *потребителей* информационных продуктов. Хотя такая трактовка коммуникационного взаимодействия массмедиа и «реципиентов» привычна и широко распространена, продуцируемая коммуникация подобного рода по существу является односторонним процессом, усечённой коммуникацией. Полноценная коммуникация предусматривает диалог и полилог, постоянную и полноценную обратную связь. Это достигается тогда, когда аудитория массмедиа так или иначе, в той или иной степени приобретает характеристики *субъектности*.

Выступая в роли потребителей, индивиды, составляющие медийную аудиторию, могут приобретать при этом некоторые признаки субъектности. Потребитель может осуществлять выбор информационных продуктов и услуг, предоставляемых через массмедиа, потребляя их или отказываясь от потребления, а также формулировать свои пожелания и претензии медийным организациям. В современных условиях индивидуализации потребления информации и развития цифровых интерактивных форм массовой коммуникации радикально расширяются возможности потребителей регулировать коммуникационный процесс, формировать своё «информационное меню»

Касается это и потребления международной информации: например, пользователи интернетом имеют возможности глобального открытого доступа к огромному количеству информационных ресурсов различных стран мира. Этот доступ сегодня ограничен больше языковыми и культурными барьерами, менталитетом пользователей Сетью, чем какими-либо другими препятствиями. Вместе с тем данный вид *потребительской субъектности* является редуцированным, так как потребитель, с одной стороны, имеет свободу выбора, но с другой, располагает ограниченными возможностями для воздействия на коммуникацию.

---

<sup>1</sup> Hamelink, Cees J., Hoffman, J. The State of the Right to Communicate // Global Media Journal. Volume 7. Issue 13. Fall 2008.

Новейшие коммуникационные технологии и устройства (интернет, мобильная телефония и пр.) не только увеличивают возможности потребления разнообразной информации, но и предоставляют возможность рядовым гражданам производить с минимальными материальными затратами свои собственные медиатексты (включая мультимедийные) и осуществлять их массовое распространение. Вследствие широкого распространения и удешевления цифровой техники и компьютерно-сетевой связи процесс создания и распространения индивидуальных сообщений существенно упростился, что облегчает включение граждан в массовую коммуникацию в качестве продуцентов и распространителей собственных медиатекстов (*content generators*). Сегодня не требуются особые специальные знания и дорогостоящее оборудование, чтобы отснять, смонтировать и распространить через глобальную Сеть свой собственный видеофильм, создать там персональные или групповые сайты, блоги, подкасты, размещать свои медиатексты в социальных сетях. Таким образом, благодаря новейшим формам технически опосредованной массовой коммуникации граждане приобретают коммуникативную субъектность более высокого порядка, которая может быть определена как **креативная субъектность**.

В свою очередь, креативная коммуникативная субъектность индивидов проявляется в двух основных вариантах. В первом случае индивид как создатель собственных медиатекстов выступает в роли партнера медийных организаций, предоставляя им свои работы для опубликования в составе информационных потоков, продуцируемых и структурируемых профессиональными коммуникаторами. Соответственно, в таких случаях сторонний коммуникатор приобретает **партнёрскую креативную субъектность**. Так, например, видеосообщения ведущих мировых телеканалов о цунами в Южной Азии и во время недавнего землетрясения в Японии (2012 г.) были построены главным образом на основе видеоматериалов, предоставленных непосредственными свидетелями происходящего. Драматические кадры, заснятые очевидцами на любительские видеокамеры и мобильные телефоны, широко использовались при освещении на ТВ недавних потрясений «арабской весны» – и не только потому, что телекомпании не могли направить своих журналистов в закрытые для доступа или слишком опасные районы (как это было, например, в период массовых беспорядков в провинциальных городах и деревнях Сирии). Любительский видеоряд,

уступающий по техническому качеству съемкам профессиональных телеоператоров, имеет вместе с тем и неоспоримые достоинства. Полученные от очевидцев событий кадры приобретают качества достоверного и эксклюзивного видеодокумента-свидетельства, особенно ценного в международной телевизионной журналистике, где для достижения коммуникационного успеха постоянно требуются «картинки» о событиях, весьма удалённых от зрителей географически и психологически.

«Большая пресса» сегодня пересматривает своё отношение к индивидуальным источникам информации в Сети, которые первоначально рассматривались как частные дневники (блоги), либо как способ организации неформального, ни к чему не обязывающего межперсонального общения (социальные сети). Так, британская Комиссия по жалобам на прессу (РСС) постановила, что социальные сети и блоги являются источником публичной информации, которая может быть использована журналистами, если информация размещена в открытом доступе<sup>1</sup>.

Процессы медиаконвергенции приводят к существенным переменам в отношениях печатных изданий с их аудиторией. Международный журнал «Le Monde Diplomatique» (LMD), издающийся на 26 языках, оснастил свою англоязычную электронную версию архивом и несколькими мультимедийными разделами, превратившими её в конвергированное сетевое издание. В разделе «Статьи и блоги» даются публикации сторонних авторов из разных стран мира, нередко – представителей неправительственных организаций и независимых экспертов. Раздел «Образы» даёт возможность сопровождать текстовые публикации большим количеством фотоиллюстраций, столь обильное размещение которых было бы немыслимо в бумажной версии журнала. Качество публикуемого фотоматериала не является ровным, поскольку в роли фотографов выступают авторы текстовых материалов, обычно не владеющие секретами профессиональной фотографии. Но множество иллюстраций с места описываемых событий помогают создать «эффект присутствия», усиливая впечатление достоверности, документальности описываемого.

Характеристики «Le Monde Diplomatique» как конвергированного издания закрепляются аудиопубликациями в разделе «Подка-

---

<sup>1</sup> Смотров А. Британским СМИ разрешили использовать информацию из соцсетей. // РИА Новости – 9 февраля 2011.



сты», а также возможностью электронной подписки на журнал и прочтения полученных номеров через iPhone и iPad, рассылкой по e-mail ключевых публикаций из каждого ежемесячного выпуска. Всё это существенно расширило тематический спектр публикаций журнала на международные темы и возможности трансграничной доставки издания различным категориям аудитории, а также состав авторов, пополнившийся представителями гражданского общества из различных стран мира.

Ведущие западные газеты с международным распространением, а также крупные телекомпании и агентства новостей сегодня проводят кампании масштабного привлечения непрофессиональных авторов, включая зарубежных, к сотрудничеству с редакциями. Так, международное российское информационное агентство РИА Новости организовало с этой целью специальный раздел «Ты – репортер». Такое сотрудничество позволяет не только оптимизировать редакционную политику в части сокращения операционных расходов, но и обеспечивает свободный приток международной информации, которая не была бы получена без содействия авторов-непрофессионалов.

Именно новейшие формы массовой коммуникации позволили миру узнать многие драматические подробности о событиях «арабской весны», переданные их непосредственными участниками. Так, во время протестов в Египте только благодаря социальным сетям международные СМИ (например спутниковый телеканал «Al-Jazeera») непрерывно получали неподцензурную информацию, в частности, о пытках в отделениях полиции. Многие из подобных фактов были засняты на видео с мобильных телефонов. Все эти бесчинства стали достоянием гласности благодаря публикациям на портале фотографий и видео Flickr и в социальной сети Facebook, пока правительство не перекрыло к ним доступ<sup>1</sup>.

Телеканал «Аль-Джазира», заинтересованный в постоянном притоке оперативной видеoinформации о протестном движении в арабских странах, в свою очередь использовал собственные коммуникационные возможности, организовав свой интернет-сайт для размещения соответствующих видеосообщений, присылаемых через Интернет очевидцами и участниками событий<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Мобильные революции // Курьер ЮНЕСКО – Август 2011.

<sup>2</sup> <http://yourmedia.aljazeera.net>

Видеопортал YouTube и социальная сеть микроблогов Twitter также сыграли важную роль в «арабской весне». Но в Тунисе и Египте Facebook использовался больше всего – сначала для обмена информацией о жестокостях полиции, а затем для создания онлайн-нового сообщества, которое было мобилизовано и присоединилось к протестам. Google и Twitter активно помогли протестующим. Был создан новый сервис *speak2tweet*, позволяющий людям оставлять голосовые сообщения, которые затем записывались в файлы на Twitter в качестве информационных обновлений.

Когда интернет в Египте снова начал действовать после правительственного запрета, YouTube во взаимодействии с сервисом по сбору и хранению новостей Storyful воспользовались тысячами видеороликов, которые пришли от демонстрантов с площади Тахрир<sup>1</sup>. Была создана возможность быстро получать и делиться информацией на канале политических новостей CitizenTube<sup>2</sup>. Эта же информация использовалась и профессиональными тележурналистами-международниками за рубежом при освещении египетских событий.

Необходимо отметить, что в случае возникновения партнерских отношений медийных организаций с авторами-непрофессионалами вопрос о публикации или отклонении полученных от них медиатекстов по-прежнему остаётся на усмотрении профессиональных журналистов. Поэтому партнёрскую креативную субъектность следует признать неполной, ограниченной формой коммуникативной субъектности. В полной мере субъектность непрофессиональных коммуникаторов проявляется лишь в ситуациях, когда они самостоятельно создают и автономно распространяют в массовых масштабах созданные ими медиатексты. Такая коммуникативная креативная субъектность может быть названа *автономной*.

Развитие автономной коммуникативной субъектности непрофессиональных коммуникаторов обусловило, наряду с различными социальными факторами, появление множества самостоятельных «журналистов-граждан» и сетевых изданий, содержание которых полностью (или почти полностью) формируется из материалов, подготовленных непрофессионалами. Одним из наиболее извест-

---

<sup>1</sup> Preston J. Facebook Officials Keep Quiet on Its Role in Revolts // The New York Times. February 18, 2011.

<sup>2</sup> <http://www.citizentube.com>

ных сетевых проектов такого рода стала южнокорейская газета «OhMyNews», издающаяся под девизом «Каждый гражданин – репортер». Со временем этот онлайн-проект трансформировался в англоязычное международное издание, с которым сотрудничают тысячи авторов-волонтеров из разных стран мира.<sup>1</sup>

Особого внимания заслуживает роль блогосферы в развитии международной журналистики XXI века. Подавляющее большинство блогеров не претендует на роль поставщиков актуальной социальной информации, ограничиваясь опубликованием своих частных размышлений, впечатлений и переживаний. Но часть авторов электронных дневников действует в режиме сбора сведений, информирования о текущих событиях, их анализа и комментирования, выполняя функции, свойственные журналистике, а также занимаются расследованиями.

В ситуации глобального доступа к интернет-ресурсам международную сетевую публику привлекает блестяще демонстрируемый блогерами «живой», не замутненный официозом взгляд на происходящее и предоставляемая ими первичная, не препарированная и не «дозированная» информация. На блогах оперативная информация появляется нередко раньше, чем в сообщениях «больших» СМИ, и представляет реальное информационное «многоголосье», поскольку отражает позиции разных заинтересованных сторон.

Наблюдаемая ныне ситуация является своего рода вызовом для медийных организаций, так как граждане всё чаще выступают в качестве производителей и распространителей альтернативного контента, корректирующего или даже опровергающего содержание «больших СМИ». Часть гражданских сетевых проектов не только дистанцирована от медийного мейнстрима, но стремится создать ему альтернативу, предлагая иное видение социальных и политических реалий, другую иерархию тематико-содержательных приоритетов. Так, специализирующийся на гражданском мониторинге и критике СМИ британский веб-сайт «МедиаЛинз»<sup>2</sup>, который был создан и поддерживается небольшой группой активистов, играет роль эффективного «корректора» крупнейших медийных организаций Великобритании при освещении ими международных событий. Сайт привлекает заинтересованных граждан к кампаниям давления на большие СМИ, чтобы добиться коррекции ими искажённого

---

<sup>1</sup> <http://international.ohmynews.com/about/>

<sup>2</sup> <http://www.medialens.org>

освещения событий на планете. Испытав на себе воздействие онлайновой критики со стороны своей аудитории, журналист-международник британской корпорации ВВС П. Рейнолдс признал: «Я осознал, что означает прямой контакт с публикой. Это ужас. Такого со мной раньше не случалось... Очень тяжело становиться кем-то вроде члена правительства или парламентария, оказавшегося на напряженных парламентских слушаниях»<sup>1</sup>

Наблюдаются критические атаки блогеров на большие медийные организации, которые вынуждены реагировать на критику – особенно в тех случаях, когда оказывается под ударом их публичная репутация как надёжных и заслуживающих доверия поставщиков информации. В августе 2006 г. мировая пресса сообщила: агентство «Рейтер»<sup>2</sup> изъяло из своего информационного оборота 920 фотографий из Ливана после того, как блогеры оповестили публику о выявленных ими фактах недопустимого манипулирования изображением в процессе компьютерного редактирования снимков военных действий в этой стране.

В связи с наблюдаемой ныне тенденцией газета «The Financial Times» отмечала: «В сегодняшнем меняющемся мире элиты, обладавшие прежде монополией на полезную информацию о других странах, быстро утрачивают свои позиции. За пределами чиновничьих кабинетов и университетских кафедр, где эти элиты долго чувствовали себя как дома, появилась необъятная информационная вселенная – в ней все больше правят бал блогеры, «неофициальные» переводчики и «самозванные» эксперты»<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Цит. по: Tyranny and Rebellion – The Breaking of the Corporate Media Monopoly // Media-Lens. March 02, 2011

<sup>2</sup> <http://www.reuters.com>

<sup>3</sup> The Financial Times. August 23, 2006.

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ХРИСТИАНСКИЙ МЕДИАМОНИТОРИНГ И МЕДИАКРИТИКА В ГЛОБАЛИЗИРОВАННОМ МИРЕ<sup>1</sup>

Беспрецедентно возросшее влияние средств массовой коммуникации на все стороны жизни современного общества превратило его в медиатизированный социум, все институты которого широко используют в своей деятельности медийные ресурсы. Не являются исключением и клерикальные структуры. В условиях нарастающей глобализации они развивают разнообразные собственные медийные каналы для воздействия на аудиторию как на национальном уровне, так и в международных масштабах. При этом используются традиционные формы массмедийного воздействия и новые ресурсы – международный медиамониторинг и медиакритика.

Ярким примером многолетнего использования трансграничного распространения клерикальной информации является католическое «Radio Vaticana», открытое в 1931 г. Эта вещательная организация, действующая под девизом «Голос Папы и Церкви в диалоге с миром», ведёт радиопередачи на четырех десятках языков, включая русский, и поддерживает собственный сайт ([www.radiovaticana.va](http://www.radiovaticana.va)). Однако по масштабам своей деятельности и аудиторному охвату даже крупные клерикальные СМК несопоставимы с гигантскими транснациональными медийными концернами, имеющими в своём распоряжении огромный информационный аппарат, развитую коммуникационную инфраструктуру и мощные финансовые ресурсы. Содержание же трансграничного медийного мейнстрима во многих отношениях резко контрастирует с идеями и ценностями, которые являются основополагающими для христианских религиозных конфессий. Рыночно ориентированные СМК формируют культуру прагматичного материализма и гедонизма, демонстрируют поддержку или терпимое отношение к явлениям, осуждаемым христианскими церквями – например, разводам и абортам, однополым бракам, операциям по смене пола и пр. Церковные иерархи становятся персонажами международных, межрелигиозных медийных скандалов: так, ватиканский святой престол подвер-

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Международный христианский медиамониторинг и медиакритика в глобализированном мире. // Социология религии в обществе позднего модерна. Сб. трудов Международной научной конференции. 12 сентября 2014 г. НИУ «БелГУ» – Белгород. 2014. С.350-355.

гался нападкам, образ понтифика в средствах массовой коммуникации оброс многочисленными стереотипами<sup>1</sup>.

В связи с этим в наши дни возрастает внимание клерикальных кругов к концептуальному осмыслению и разработке собственной медийной политики церковных организаций как на национальном, так и на международном уровне, с учётом реалий эпохи цифровых коммуникационных технологий. Об этом свидетельствует, в частности, повестка дня состоявшегося в мае 2014 г. форума Межпарламентской Ассамблеи православия с участием представителей государственной Думы и РПЦ, где работали секции «Коммуникативная теология и политика», «Церковь и социальные сети», «Информирование-поклонение-единство»<sup>2</sup>.

Адаптация церкви к условиям современного медиатизированного социума требует концептуального переосмысления задач клерикальных СМК и системного выстраивания отношений церкви с медийным комплексом в целом – как через развитие церковного пиара и связей с прессой, так и благодаря использованию нетрадиционных форм влияния на медийную сферу. В связи с этим пристального внимания заслуживает освоение и использование возможностей новой области современной журналистики – *медиакритики* (критики средств массовой коммуникации).

Медиакритикой именуется новая, быстро развивающаяся область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов функционирования массмедиа, включая оценочный анализ информационного производства в медийных организациях, создаваемых ими медиатекстов и их воздействия на общество после опубликования.

Медиакритика представляет собой общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, их содержания и жанрово-стилевых форм воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания публикой, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании получателей массовой информации. Под «ме-

---

<sup>1</sup> Клименко Д. А. Формирование образа Ватикана в онлайн-версиях российских и зарубежных изданий в период понтификата Бенедикта XVI. Автореф. дисс. на соискание ст. канд. наук. – М., 2009.

<sup>2</sup> . См. программу форума на <http://eiaio.org/wp-content/uploads/2014/05/20140515ProgramRU2.pdf>

дийным содержанием» (или «контентом») понимается содержательный комплекс средств массовой информации, включающий журналистский, документальный, художественный, рекламно-справочный, пиаровский и иллюстративный компоненты.

Выявляя и обозначая отклонения от признаваемого нормативного (или общественно необходимого) состояния медиасферы, критика побуждает журналистов и других творческих работников к внесению корректив в информационное производство и медийное содержание, в результате чего отмеченные отклонения могут быть устранены. Критика стимулирует медийных работников требовательнее относиться к себе и своим произведениям. Она может предлагать создателям медийного содержания выбор альтернативных деятельностных вариантов с учетом заданной нормы (образца), обозначая пути и способы достижения нормативного (либо желаемого) состояния рассматриваемого объекта. Медиакритика способна оказывать воспитательное воздействие на творческих работников и массовую аудиторию, так как по своей сути воспитание представляет собой процесс воспроизводства и передачи нормативных знаний и ценностей (культурных, морально-нравственных, идеологических, деятельностных) от воспитателя к воспитуемым<sup>1</sup>.

В настоящее время медиакритика дифференцируется в зависимости от состава авторов медиакритических произведений и их аудиторного предназначения, образуя четыре основных вида:

1. *Научно-экспертная (академическая) медиакритика* представлена журналистскими публикациями учёных и экспертов, изучающих медийную сферу. Этот вид медиакритики способствует популяризации полученных исследовательских результатов среди представителей медиасообщества и заинтересованных граждан

2. *«Внутрицеховая» (внутрикорпоративная) критика СМК* развивается в профессиональных сообществах работников медийной сферы. Как авторами, так и аудиторией в данном случае выступают в основном представители медийных сообществ.

3. *Массовая медиакритика* создаётся усилиями профессиональных критиков из числа журналистов, искусствоведов и пр. Её произведения, публикуемые в высокотиражных газетах и других популярных СМК, адресованы массовой аудитории.

---

<sup>1</sup> См.: Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. РГУ. – Ростов-на-Дону, 2003

4. *Гражданская медиакритика* является новейшим видом критической деятельности, получившим развитие в связи с появлением гражданской журналистики, использующей коммуникативные возможности малозатратных сетевых ресурсов. Авторами критических публикаций в данном случае являются непрофессиональные авторы – активисты, анализирующие и оценивающие деятельность СМК в качестве представителей гражданского общества и его структур.

В число таких структур входят постоянно действующие гражданские группы мониторинга СМК и медиакритики, именуемые в англоязычных странах *media watch groups* (группы гражданского наблюдения за средствами массовой коммуникации). Как свидетельствует опыт деятельности таких объединений, как FAIR (США) и MediaLens (Великобритания), эти немногочисленные по составу участвующих в них авторов-активистов и медиакритиков гражданские объединения способны оказывать существенное коррекционное влияние на восприятие массовой аудиторией информации, поступающей из медийного мейнстрима. Ещё одной формой организации гражданского мониторинга СМК и медиакритики являются *медиаобсерватории*, создаваемые при университетах и иных образовательных и научно-исследовательских центрах как в качестве их структурных подразделений, так и в статусе гражданских инициативных организаций.

Важность организации и ведения медиамониторинга СМК как инструмента позитивных социальных перемен была подчеркнута специальной сессией ООН в Пекине в 1995 г., на которой была подчеркнута необходимость создания неправительственных мониторинговых групп для отслеживания деятельности массмедиа и последующего консультационного взаимодействия таких групп с медийными организациями.

Организация международного мониторинга СМК и подготовка медиакритических публикаций стала в последние годы одним из существенных направлений деятельности Всемирной Ассоциации христианской коммуникации (WACC) со штаб-квартирой в Торонто (Канада). Ассоциация была создана как международное объединение, провозгласившее поддержку права на коммуникацию в качестве одного из основных прав человека. Основываясь на христианских воззрениях, эта организация выступает за обеспечение всеобщего доступа всех людей, независимо от их социального поло-



жения, к информации и коммуникации, за открытые и плюралистичные СМИ.

В Стратегическом плане WACC на 2012-2016 гг. отмечается, что мейнстримовские СМИ продолжают освещать новости и проецировать реальность с позиций ограниченного сегмента общества, в основном тех, кто располагает политической и экономической властью. WACC должна усилить внимание к продвижению на международном уровне права на коммуникацию, которое характеризуется как «одно из основополагающих прав человека», относимое современными исследователями к категории «третьего поколения прав человека»<sup>1</sup>. WACC поддерживает идеологию программы ЮНЕСКО «Информация для всех» и положения своего программного документа «Христианские принципы коммуникации», принятого в 1986 г. и пересмотренного в 2009 г. Заявляя о приверженности идеалам мира, безопасности, справедливости, взаимной ответственности и транспарентности<sup>2</sup>, Ассоциация сформулировала семь руководящих принципов, согласно которым коммуникация:

- является духовной практикой;
- формирует и объединяет сообщества;
- повышает активность участия в общих делах;
- несёт свободу и требует ответственности;
- служит культурному разнообразию;
- выстраивает связи между людьми;
- утверждает справедливость и бросает вызов несправедливости.

На фоне растущего разнообразия новейших форм информирования WACC уделяет внимание развитию медиаобразования потребителей массовой информации.

Ассоциация стремится развивать международный медиамониторинг как инструмент для выявления искажений в СМИ и содействия переменам в медийном отображении некоторых социальных групп, а также использовать новые массмедиа как демократическую форму мобилизации общественности на международном уровне перед лицом контроля над информацией со стороны глобальных медиаконгломератов, для участия в социальных движениях за равенство.

---

<sup>1</sup> Huys R., Maasert L. (1980) The New Generation of Human Rights. Amsterdam.

<sup>2</sup> [www.waccglobal.org](http://www.waccglobal.org)

После организованной WACC в 1994 г. в Бангкоке международной конференции с участием феминистских организаций одним из доминантных аспектов в мониторинговой деятельности Ассоциации является защита прав женщин в медиасфере. В 1995 г. с участием неправительственных групп и волонтеров из разных стран мира был впервые организован широкий международный мониторинг новостей в периодике, на телевидении и радио в 71 стране мира, с преимущественной концентрацией на СМК государств Азии, Африки, Центральной Америки и Карибского бассейна. По его итогам был опубликован медиакритический доклад на тему «Глобальный медиамониторинг участия женщин в новостях».

Таким образом стартовал «Глобальный Проект Медиамониторинга» (GMMP), реализуемый при совместном участии женских правозащитных организаций, медийных и религиозных ассоциаций, университетских исследователей и студентов во многих странах мира. Мониторинг выявил малую долю публикаций в СМК, посвящённых жизни и проблемам женщин (всего 17 проц. от общего числа тем), недостаточное участие женщин в редакционных и экспертных командах, формирующих новостную картину событий. Женщины часто представлены в новостях в качестве матерей, домохозяек и намного реже мужчин – в качестве профессионалов, общественных деятелей. В итоге отображение новостей в СМК имеет явный дисбаланс в пользу освещения «маскулинного мира» в ущерб медийному отображению жизни женщин и их проблем в обществе.

Через пять лет международный медиамониторинг был повторен в 70 странах. При этом внимание было обращено на женское участие в формировании новостной картины событий и на репрезентацию женщин и мужчин в СМК. Организаторы мониторинга на материале более чем 16 тысяч публикаций в СМК стремились выявить, произошли ли какие-либо значимые перемены по сравнению с периодом первого мониторинга. Результаты исследования, оформленные в медиакритическом докладе «Кто делает новости?», были переданы ООН и гражданским объединениям, выступающим за равноправие женщин, чтобы вооружить их фактическим материалом для аргументирования своих взглядов и требований.

Аналогичные международные медиамониторинги проводились под эгидой WACC и дальнейшем. Их результаты получили отражение на сайте **[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)**. Результаты мониторингов зафиксировали постепенный медленный прогресс по некоторым направлениям: так, например, доля новостей о жизни

женщин к 2005 г. повысилась до 21% от общего объема тематики сообщений, увеличилось участие женщин в подготовке новостей – от 28% в 1995 г. и 31% в 2000 г. до 37% в 2005 г. Вместе с тем сохранился гендерный дисбаланс в медийной репрезентации новостей политической и экономической жизни. Продолжают существовать гендерные стереотипы в освещении событий и их действующих лиц. Женщины становились главными персонажами таких новостей соответственно в 14% и 20% случаев – хотя их участие в политике в ряде стран является весьма существенным: так, в Руанде основная часть политиков – женщины.

Медиакритический доклад по итогам мониторинга в 2005 г. содержит вывод, что в мировых СМК выявлен отчетливый дефицит демократии: в новостях «в переизбытке присутствуют уже известные лица», «многократно слышанные ранее голоса и мнения», воспроизводятся гендерные стереотипы, недостаточно представлены мнения и проблемы женщин. Необходимо пересматривать рутинные редакционные практики, совершенствовать профессиональную подготовку журналистов, вести диалог с редакциями, чтобы в медиасфере были достойно представлены права женщин. Было отмечено, что существующее положение в СМК отражает объективную ситуацию в обществе, где сохраняются традиционные представления о гендерных ролях и образцах поведения<sup>1</sup>.

Полученные результаты отражают решающее влияние идеологии современных феминистских движений на исходные позиции и выводы наблюдателей из многих стран мира, вовлеченных в «Глобальный Проект Медиамониторинга», и свидетельствуют об определённой зауженности сектора внимания к деятельности современных СМК в международном масштабе.

Характерно, что в итоговых текстах нет разграничения между гендерными стереотипами, которые являются следствием отсталых, иногда поистине средневековых, социальных практик, и теми представлениями, которые являются следствием естественных различий между женщиной и мужчиной. В связи с этим закономерна постановка вопроса о степени близости (или удалённости) глобального медиамониторингового проекта, осуществляемого под эгидой Всемирной Ассоциации христианской коммуникации, христианской же религиозной доктрине и соответствующим аксиологическим установкам.

---

<sup>1</sup> . [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

# МЕДИАКРИТИЧЕСКАЯ ПУБЛИЦИСТИКА

## ИСТОЧНИКИ КРИЗИСА ДОВЕРИЯ<sup>1</sup>

### Признаки неблагополучия

Накануне всемирного Дня свободы печати в нынешнем году по заказу Би-би-си, агентства Рейтер и американской организации The Media Centre был проведен международный опрос, посвященный изучению доверия граждан разных стран – от США до Нигерии – к средствам массовой информации и власти. Как свидетельствуют данные опроса, за последние четыре года общемировой уровень доверия к средствам массовой информации в целом вырос. Россия, по утверждению авторов исследования, не представляет собой исключения из этой тенденции, поскольку доля россиян, доверяющих печатной и электронной прессе, за этот период возросла с 48% до 58%. Это несколько ниже среднего показателя доверия, который составил 61%. Тем не менее явственный признак неблагополучия налицо: едва ли можно признать удовлетворительной ситуацию, когда почти половина опрошенных недвусмысленно продемонстрировала дефицит доверия к СМИ.

Недавние отечественные исследования (как в общероссийском масштабе, так и региональные) продемонстрировали еще более скромные показатели. Так, согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), каждый четвертый опрошенный не доверяет никаким средствам массовой информации. Столичные средства массовой информации лидировали в рейтинге доверия – им доверяли 41% опрошенных (среди москвичей и петербуржцев – 57%). О своем доверии к местным СМИ в целом по России заявили 15% респондентов (в крупных городах – 21%), а областным – всего лишь 7%. Дефицит доверия к местным и областным СМИ контрастирует с обычным для многих стран мира положением, когда именно локальная и региональная печатная и электронная пресса пользуется наибольшим доверием населения.

---

<sup>1</sup> Первая публикация: Короченский А.П. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 12.

Републикация (в сокращении): Короченский А.П. Источники кризиса доверия. // Энциклопедия жизни современной российской журналистики. Оюз журналистов РФ. – М., 2007. Т. 1, С 130-140.

При существующем разбросе в данных различных социологических служб неизменным остается ключевой вывод, обозначающий проблему чрезвычайной важности: в России, как и в ряде других стран мира, наблюдается явственный кризис доверия общества к прессе. Процесс идет далеко не первый год: со времен гласности, когда имел место существенный рост социального авторитета журналистов и прессы, доверие граждан к СМИ снизилось к началу нового века до опасного уровня.

Причины падения доверия к средствам массовой информации многочисленны:

– **Широкое использование СМИ для манипулятивного коммерческого или политического воздействия на граждан, особенно в период предвыборных кампаний.** Впоследствии аудитория неоднократно убеждалась в том, что становилась жертвой политических или коммерческих манипуляций, возлагая ответственность за это на СМИ.

– **Влияние внерыночных факторов на деятельность многих медийных организаций, которые так и не стали действительно самостоятельными субъектами информационного рынка.** Для средств массовой информации, зависящих от финансовой поддержки со стороны политических и коммерческих доноров, учет запросов и интересов аудитории не является условием выживания на рынке. Зависимость от доноров провоцирует самоцензуру в среде работников субсидируемой прессы.

– **Чрезмерная коммерциализация медийных организаций, действующих по рыночным законам, приводит к утрате ими функций «общественной службы», что негативно сказывается на отношении граждан к прессе.** Творческие и управленческие решения в информационной индустрии, подчиненной требованиям рынка, обычно принимаются без учета социальных последствий их реализации, а лишь с учетом экономического эффекта. При этом запросы аудитории игнорируются (например, потребность в создании развивающего контента для детей). Сугубо прагматический подход принуждает редакторов и журналистов отказываться от освещения спорных, «неудобных» и коммерчески невыигрышных тем и проблем, что в свою очередь усиливает монотонность содержания СМИ.

– Другой стороной забвения интересов аудитории является **синдром асоциальности средств массовой информации, оха-**

рактированный С.Г. Корконосенко как пренебрежение прессы своими обязанностями по адекватному освещению действительности: «Журналистика как бы отворачивается от общества, конструирует «вторую» информационную реальность, по субъективным основаниям творит и сокрушает кумиров – то есть демонстрирует свое непослушание обществу, свою равновеликость ему или господство над ним. Асоциальность получила и иную форму существования – в виде замкнутости прессы на интересах, ценностях, жизненном опыте квазиэлитарной журналистской корпорации».

– **Отсутствие в России общественного сектора вещания**, способного несколько компенсировать негативные последствия коммерциализации СМИ.

– Существенной причиной нынешнего падения уровня доверия аудитории является **низкий уровень профессионально-этической культуры журналистов, незрелость системы саморегулирования журналистского сообщества в России**. Стремление к свободе журналистской деятельности в условиях доминирования коммерческих императивов и отсутствия профессионально-этических сдержек ведет к вседозволенности, к отрицанию социальных обязательств прессы и её подотчетности перед обществом.

Непосредственным отражением кризиса доверия со стороны аудитории является нынешнее бедственное положение некогда процветавших общественно-политических газет (например «Известий»). Превращенные в «органы влияния», большинство из них неуклонно теряет читательскую аудиторию. Сегодня, в условиях постоянного роста рынка рекламы и повышения покупательной способности значительной части населения прежние ссылки на экономические трудности уже не выглядят сколько-нибудь убедительным объяснением происходящего. Вполне очевидно, что отнюдь не тяжелое положение отечественной экономики обусловило потерю читателей: трудности бывали и раньше, но интерес к газетам сохранялся. И, конечно же, не только конкуренция газет с телевидением и интернет-источниками информации. По данным недавнего опроса, проведенного ВЦИОМ, 76% россиян вообще не пользуются Интернетом. На наш взгляд, главная причина драматического сокращения аудитории общественно-политических газет – их неумение завоевать внимание и доверие читателей, нежелание отказаться от роли каналов влияния в пользу ответственного и разностороннего учета читательских интересов и потребностей.

## **«Пиарналистика» как источник кризиса доверия**

Отдельного рассмотрения заслуживают качественные изменения в деятельности журналистов и в содержании СМИ под влиянием происходящего ныне процесса гибридизации журналистики и пиара. Журналистика трансформируется в «пиарналистику» – явление, существенно отличающееся от журналистской деятельности по ряду базовых характеристик, в частности по целям и технологиям. Продукт «пиарналистики» – тексты, предлагаемые под видом журналистских публикаций, – также контрастируют с традиционным продуктом журналистики.

К «пиарналистике» могут быть отнесены некоторые публикации, созданные при решающем участии пиар-структур, но предъявляемые аудитории как журналистские тексты. К числу признаков перерождения журналистики в «пиарналистику» относятся:

а) публикация PR-структурами текстов без редакционной критической оценки и проверки содержащейся в них информации (оценка и верификация входящей информации является одним из обязательных профессиональных требований в журналистике);

б) публикация подготовленного пиар-службой текста в неизменном виде или с минимальным редактированием, но без указания на PR-происхождение публикации;

в) публикация пиар-текста в разделе или под рубрикой, где обычно размещаются журналистские материалы;

г) ослабление внутриредакционного контроля за качеством пиар-текстов, предназначенных к публикации, что мешает их отбору и корректировке;

д) пассивное следование журналистов информационной «повестке дня», устанавливаемой службами по связям с общественностью; уход от самостоятельного поиска новостей и тем вследствие постоянной зависимости от PR-источников, регулярно предоставляющих текущую информацию;

е) деградация познавательной функции журналистики вследствие подготовки журналистских материалов исключительно (или по преимуществу) на основе вторичной информации, полученной из PR-источников;

ж) подготовка журналистами публикаций по заказу пиар-служб, в результате чего «журналист меняет профессию», превращаясь в пиармена и вступая в зону этического конфликта интересов.

Таким образом, гибридизация журналистики и пиара превращает СМИ в некий придаток разнообразных официальных, коммерческих или общественных служб по связям с общественностью, что не может не сказаться на доверии публики к СМИ.

Падение доверия аудитории к прессе – проблема, касающаяся не только журналистов и руководителей медийных организаций, но и власти. Привязка СМИ к официальным пиар-источникам в конечном итоге не только лишает журналистику способности оказывать влияние на власть. Кризис доверия аудитории обесценивает прессу и как инструмент политического воздействия в интересах власти. Средства массовой информации, теряющие доверие аудитории, постепенно перестают выполнять даже ту ограниченную «инструментальную» роль, которую ей отводит власть. Происходящая под влиянием пиара девальвация журналистики оборачивается нарастающим отчуждением граждан от политической системы.

### **Без голоса?**

Учитывая особенности взаимоотношений российской аудитории со средствами массовой информации, следует признать, что потребители медийной информации сегодня лишены своего собственного голоса во взаимоотношениях со СМИ. Проблемы удовлетворения их информационных потребностей, обеспечения их прав и интересов решаются по усмотрению медийных организаций, которые не подотчетны аудитории и руководствуются в своей деятельности прежде всего соображениями экономической эффективности, выживания в конкурентной борьбе и оказания влияния на общественное мнение. Либо стремятся соответствовать ожиданиям политических и коммерческих спонсоров, финансовая поддержка которых обеспечивает выживаемость дотируемых СМИ. В итоге права и интересы потребителей медийной информации защищены в значительно меньшей степени, чем права и интересы покупателей обычных потребительских товаров, которые при возникновении конфликтной ситуации могут обратиться за поддержкой в ассоциации защиты потребителей и в другие инстанции. Не обеспечена должная защита и гражданских прав россиян в информационной сфере. В России пока нет общественных организаций, пред-



ставляющих интересы граждан в их отношениях со СМИ – наподобие британской ассоциации «Голос радиослушателя и телезрителя» и аналогичных объединений граждан в других европейских странах.

Реакцией аудитории на нынешнее положение стала возросшая общественная поддержка идеи введения государственной цензуры СМИ. Но надежды на цензуру иллюзорны хотя бы потому, что, во-первых, российское законодательство несовершенно и в его современном состоянии не регулирует многие аспекты деятельности средств массовой информации и их взаимоотношений с обществом. Во-вторых, даже самые совершенные законы, содержащие четкие, однозначные правовые нормы, неспособны регулировать деятельность СМИ в ситуациях, когда последние тенденциозны, произвольно дозируют информацию, создают искаженные образы социальных явлений, эксплуатируют эмоции аудитории в манипулятивных целях. Невозможно воспретить законом тиражирование через СМИ манипулятивных мифов и имиджей, социально ущербных стереотипов. Не поддаются правовому регулированию инскажания, намеки, символично-ассоциативные элементы, в изобилии встречающиеся в медийном содержании.

В сложившихся условиях роль выразителя интересов и требований читателей, телезрителей, радиослушателей призвана играть новая область журналистики – медиакритика (журналистская критика средств массовой информации). Публичная критика деятельности СМИ и журналистов нередко является единственным способом оперативного социального осмысления и оценки многих явлений быстротекущей медийной практики, борьбы с непрофессионализмом, злоупотреблениями и искажениями в деятельности СМИ и журналистов. Сегодня медиакритика развивается в трех ипостасях: *массовая* (ориентированная на широкую публику), *«внутрицеховая»* (адресованная главным образом профессиональному сообществу журналистов), *научно-экспертная* (популяризирующая результаты научных исследований средств массовой информации и их отношений с обществом).

Мировая практика подтверждает также наличие и эффективность *гражданской медиакритики*, когда в роли критиков деятельности СМИ выступают граждане-медиаактивисты.

## **Роль медиакритики в саморегулировании журналистского сообщества**

Развитая медиакритика способна оказать регулятивное воздействие на деятельность работников прессы. Оно осуществляется через формирование отношения общественности и медийных профессионалов к тем или иным явлениям в развитии СМИ и деятельности журналистских сообществ. Если нормы и правила, регулирующие деятельность профессионалов медийной сферы, требуют существенного изменения ввиду их несовместимости с общественными потребностями, медиакритика участвует в обсуждении и совершенствовании действующих нормативов либо предлагает новые взамен изживших себя.

Научно-экспертная и массовая медиакритика опосредованно, через общественное мнение, влияет на внутренние взаимоотношения и настроения в профессиональных корпорациях журналистов и на других создателей медиаконтента, побуждая их к общественно необходимым переменам в своей среде, к внутрикорпоративной консолидации на почве приятия новых, более совершенных профессиональных норм и правил. При этом научно-экспертная и массовая медиакритика выступает в качестве важного внешнего фактора развития внутрикорпоративной ценностно-нормативной основы медийного производства, дополняя другие виды внешнего регулирования (правового, административного, экономического).

«Внутрицеховая» же медиакритика реализует свою регулятивную функцию, выступая в качестве компонента системы саморегулирования наряду с другими ее компонентами (профессиональными организациями и объединениями, комиссиями по этике, профессионально-этическими кодексами, различными формами поощрения и порицания представителей данной корпорации). «Внутрицеховая» медиакритика позволяет снизить силу кризисных факторов в развитии профессиональных сообществ, предложить надежные средства от засилия морального релятивизма и догматизма, от мифологизации жизненных концептов профессионального призвания, полагают В. Бакштановский, и Ю. Согомонов.

Принципы, нормы и правила, регулирующие труд и поведение журналистов, могут быть разделены на профессионально-творческие, профессионально-этические, экономические, правовые, идеологические.

Самой сущностью критической деятельности обусловлено сопоставление реального состояния объекта с нормативным и оценка отклонения от заданного образца. Оценивая подобные отклонения, критика воздействует на объект, чтобы «подравнять» его под образец – модель должного состояния, предписанного нормой.

Вскрывая негативные явления, «внутрицеховая» критика помогает преодолеть настроения корпоративного самодовольства и ограниченности, создает моральные стимулы для повышения профессионального мастерства, заставляет медийных работников требовательнее относиться к себе и к своим произведениям, больше учитывать общественные потребности.

Медиакритике принадлежит существенная роль в системе профессионально-этического регулирования деятельности создателей медийного содержания. Под профессионально-этическим регулированием (саморегулированием) подразумевается воздействие на журналистов и других участников медийного производства на основе сложившихся в профессиональном сообществе этических традиций, принципов, правил и норм деятельности.

Формирование и развитие этико-нормативной базы профессиональной деятельности происходит «в недрах» профессиональных сообществ, поэтому любые внешние директивные вмешательства с целью задать «цеху» определенные этические ценности, принципы, нормы и правила, не имеют отношения к собственно этическому регулированию (саморегулированию). На эти сообщества постоянно воздействуют такие внешние факторы, как государственная политика в отношении СМИ, право, рынок, аудитория. Поэтому вырабатываемые профессиональными сообществами этико-нормативные системы неизбежно отражают влияние этих факторов. Любые «правила игры» – будь то писанные ценности и нормы, зафиксированные в кодексах и хартиях, либо исторически сложившиеся неписанные представления и правила поведения – являются компромиссом между внутрикорпоративными интересами, исторически наработанными нормативами профессионализма – и требованиями государственных органов, владельцев СМИ, влиянием экономических и правовых факторов, реакцией со стороны общественности, а также воздействием медиакритики.

В частности, массовая медиакритика проанализировала грубые нарушения профессионально-этических норм в деятельности создателей медийного содержания: использование журналистов в

качестве «сливных бачков» компромата и «информационных киллеров», факты беззастенчивого плагиата и воровства чужих творческих идей, приносящих коммерческий успех, телепоказ инсценированных видеосюжетов, предьявляемых в качестве документальных и т.д.

«Внутрицеховая» медиакритика способна сделать прессу более самокритичной, повысить ее потенциал самокоррекции, помогая в итоге обрести большой капитал общественного доверия. Массовая медиакритика помогает аудитории выработать представления об основных профессиональных нормах и правилах «честной игры», которыми должны руководствоваться медийные работники, о критериях оценки их профессионализма и качества информационного продукта. Это в свою очередь способствует росту осведомленности читателей, телезрителей, радиослушателей о медийной практике, ее ценностно-нормативной основе, а также выработке у аудитории способности к самостоятельному анализу и оценке содержания СМИ. А в итоге повышает общую медиакультуру граждан и прессы, побуждает последнюю больше учитывать потребности аудитории.

Однако медийные профессионалы нередко воспринимают критику «в штыки» – как нечто подрывающее внутрикорпоративную солидарность. Конечно же, критика не шоколад, это скорее горькое лекарство от кризиса, способ восстановления пошатнувшегося доверия к СМИ.

## ЖУРНАЛИСТИКА «СЕКОНД ХЭНД»<sup>1</sup>

### Массовики-затейники – или исследователи быстротекущей жизни?

В числе болезней современной российской прессы нередко отмечаются недостаточная познавательная активность журналистов, их неумение (часто в сочетании с нежеланием) вести систематическую, профессионально грамотную работу по осмыслению социальных явлений и процессов, по целенаправленному поиску, сбору и интерпретации социально значимой информации. В условиях «экономичного» медиаменеджмента тщательная информационно-аналитическая работа редакций и отдельных журналистов всё чаще подменяется «дайджестированием» – эвфемизмом, прикрывающим списывание друг у друга и из вседоступных интернет-источников. Использование вторичной информации вместо добычи собственной стало вполне рутинным явлением в работе журналистов.

Вместе с тем ни один из институтов современного общества не может сравниться по своему потенциалу с журналистикой – с её способностью оперативно поспевать за жизнью, за «злостью дня», не упуская при этом из поля зрения ни историческую ретроспективу, ни перспективное видение общественного развития. Издавна журналистика, вполне соответствующая своему предназначению, была не только и не столько полем творческого самовыражения журналистов, публичного сообщения информации и формирования общественного мнения, но областью непрерывного «текущего», по преимуществу практического, исследования социальной действительности. Вместе с другими общественными институтами она обязана обеспечивать непрерывное *самопознание и самописание социума*, что не исключает и другие присущие ей социальные роли.

Прежде чем информировать, журналист должен основательно изучить то, о чём он намерен сообщить своей аудитории: изучить и собрать факты, самостоятельно проверить полученную информацию. Но чрезвычайно важный аспект журналистики – *оперативное познание социальной действительности в её материальных и духовных проявлениях, реализуемое главным образом через*

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано: Короченский А.П. Журналистика «секонд хэнд». Массовики-затейники – или исследователи быстротекущей жизни? // Журналистика и медиарынок. – М., 2008. №2.

**практические формы познавательной деятельности** – сегодня недооценивается журналистской наукой и практиками. В некоторых отечественных базовых учебниках для будущих журналистов познавательная функция журналистики не упоминается вовсе. Часто встречающиеся в научной и учебной литературе формулировки «культурно-познавательная деятельность» (либо «культурно-познавательная функция») журналистов и/или СМИ относятся к распространению знаний, культуры, т.е. к широко понимаемому просвещению потребителей журналистской информации – но отнюдь не к собственной познавательной деятельности журналиста. Последняя, в свою очередь, нередко сводится к «полевому» сбору информации после получения редакционного задания. В связи с повышением интереса к расследовательской журналистике возникает ущербное представление о том, что инициативная, углубленная познавательная деятельность – удел расследователей, но не представителей других областей журналистики.

Журналистика превращается в «кривое зеркало» социальной действительности, если журналисты не владеют в должной мере познавательным инструментарием своей профессии или отказываются им пользоваться, предпочитая информацию «из вторых рук». По замечанию А. Рубинова – ветерана отечественной прессы с богатейшим опытом мастерского применения различных техник журналистского исследования социальных явлений и процессов, сегодня «на смену профессионалам пришли люди, которые имитируют журналистику»<sup>1</sup>.

В наши дни наблюдаются массивное вторжение в журналистику «игровых», имитационных подходов, широкое распространение гибридных квазижурналистских форм наподобие инфотейнмента (развлечения под видом информирования), «пиарналистики» (пиаровских публикаций, предъявляемых публике в качестве журналистского продукта), скрытой рекламы и коммерческого промоушена в оболочке журналистских публикаций. Всё это в конечном итоге приводит к тому, что СМИ нередко репрезентируют искаженные информационные картины действительности.

Журналисты всё чаще и чаще предстают перед публикой в роли своеобразных массовиков-затейников, либо пиарменов, пропагандистов, рекламистов. Однако результаты исследований общественного мнения показывают, что подавляющее большинство рос-

---

<sup>1</sup> Журналист. 2005, №9. с. 55.

сиян ожидает от печатной и электронной прессы актуальную достоверную информацию в сочетании с добросовестным анализом происходящего. Недавний опрос группы РОМИР показал, что российская аудитория хочет получать от СМИ прежде всего информацию о стране и мире (64 %) и анализ этих событий (41 %)<sup>1</sup>.

Фонд «Общественное мнение» провел в июле 2007 года социологическое исследование, посвященное информационным предпочтениям россиян. Опрос населения был проведен в 100 населенных пунктах 44 областей, краев и республик России, интервью по месту жительства дали 1500 респондентов. В итоге выяснилось, что наши граждане активно интересуются новостями о событиях в России и в мире. Только 8% респондентов в ходе опроса заявили, что медийные новости их не интересуют. Таким образом, подавляющее большинство опрошенных россиян проявили вполне отчетливо выраженный интерес к актуальной информации, поступающей через СМИ и позволяющей гражданам ориентироваться в окружающей их социальной действительности.

Вместе с тем очевидно и неполное совпадение между информационными запросами, предпочтениями россиян и практической деятельностью журналистов. Как было установлено в ходе исследования «Профессия-журналист», еще одного масштабного опроса, проведенного Фондом «Общественное мнение», в сознании довольно заметной части наших сограждан сегодня присутствует нетривиальный противоречивый образ журналистики – в целом престижной профессии, представители которой не пользуются в обществе уважением. Главные претензии граждан к журналистам связаны именно с недостаточным качеством информирования аудитории.

### **Гондурас не беспокоит?**

Из содержания многих постсоветских СМИ была удалена (или сокращена до минимума) международная информация. Поскольку по экономическим соображениям были закрыты многие корпункты за рубежом, сегодня даже крупные российские СМИ довольствуются вторичной международной информацией, оставляя аудиторию на скудном информационном пайке. При этом усеченная информация рассматривается как нечто необязательное, как журналистский

---

<sup>1</sup> Ильичев Г. Свободы слова стало больше. // Известия. 22 сентября 2005 г.

продукт, якобы мало востребованный аудиторией. Дескать, сегодняшнюю аудиторию Гондурас не беспокоит, а проделки Ксении Собчак и других светских «львов» и «львиц» – очень даже.

В действительности же, как свидетельствуют результаты недавних исследований Фонда «Общественное мнение», светские новости и жизнь знаменитостей забавляют менее трети опрошенных – 30%. А вот интерес к международным отношениям проявляют 48% участников опроса. Международные новости занимают второе место в предпочтениях российской аудитории (на первом месте по популярности – криминальная информация).

Как же удовлетворяется потребность россиян в международной информации? Вот свежий пример. Утром 15 февраля 2008 г. гвоздевой новостью стали результаты закрытых консультаций и голосования в Совете безопасности ООН по вопросу о независимости Косово, в ходе которых сторонники расчленения Сербии оказались в меньшинстве. Сообщения об исходе голосования незамедлительно появились на сайтах ведущих медийных организаций России, в телерадиоэфире. И вместе с тем только некоторые СМИ дали достаточно полную и точную информацию об этом событии. В опубликованных новостях чаще всего фигурировало упоминание о том, что лишь пять государств из 15-ти членов Совбеза высказались на закрытых консультациях в поддержку признания «плана Марти Ахтисаари», наделяющего сербский край статусом независимости по этническому принципу. Но, за редким исключением, государства, выступившие в Совете безопасности за одностороннюю независимость Сербии, в сообщениях не упоминались. Аудитории многих российских СМИ оставалось только догадываться, что среди сторонников отделения Косово были не только США, но и другие постоянные члены Совета безопасности – Франция и Великобритания, а также непостоянные члены – Бельгия и Италия.

Корреспондент уважаемой российской телерадиокомпании утверждал в заметке «Ненапрасное заседание Совбеза ООН», опубликованной на сайте «Вестей»: «Лишь 5 из 15 постоянных членов Совбеза признали план Ахтисаари, наделяющий Косово суверенитетом». В одном предложении обнаружили сразу две неточности: постоянных членов Совета Безопасности в действительности всего пять, а фамилия финского политика пишется иначе.

Что это – досадные единичные проколы или штрихи общей картины? Учитывая общий упадок современной международной



журналистики – скорее второе. Журналистский брак особенно не терпим в нынешних условиях, когда для многих редакций, особенно провинциальных, стала обыденной практика заимствования международной информации (и не только её) с сайтов крупных медийных организаций, в результате чего вторичное воспроизведение неадекватных сообщений порождает цепную реакцию распространения неточных сведений. Отмечается и плагиат, ставший негласным атрибутом международной журналистики в немалом количестве СМИ<sup>1</sup>.

Отсутствие собственных автономных источников информации и широкое использование вторичных сведений сужают познавательный кругозор СМИ в освещении событий за рубежом. Контент-анализ ряда ведущих российских газет за четвертый квартал 2007 г., осуществленный группой студентов магистратуры журфака Белгородского госуниверситета, выявил шокирующую ограниченность географического диапазона международной информации в большинстве изданий. Многие, слишком многие страны и регионы мира остаются вне поля зрения газет, сконцентрировавших своё внимание преимущественно на событиях, связанных с «центрами силы» – США и ЕС, а также на кризисных «горячих точках». В итоге формируемая газетной прессой информационная картина современного мира страдает существенными перекосами. Например, отмечается явный дефицит новостной информации и аналитических публикаций о многих республиках СНГ, являющихся важными политическими и экономическими партнерами России. Газеты «замечают» эти страны преимущественно в периоды острых политических кризисов, как это было с Грузией и Украиной.

### **Национальные особенности «социального заказа» на информацию**

Выявленный Фондом «Общественное мнение» рейтинг тем, интересных нашим соотечественникам, возглавляет криминальная хроника вкупе с сообщениями о всяческих происшествиях – она востребована более чем половиной опрошенных (51%). И, судя по обилию медийного криминала и прочей «чернухи», этот «социальный заказ» сполна удовлетворяется рыночно ориентированными

---

<sup>1</sup> Розэ А. Под знаменем плагиата работают многие международные отделы СМИ // Журналист.2008. №4.

СМИ. Почему бы и нет? Подготовка публикаций на криминальные темы обычно отвечает критериям экономической редакционной политики, так как не связана с какими-либо существенными редакционными расходами, а на выходе всегда – высокодраматичный контент, востребованный многими.

Иное дело – политические новости, которые в рейтинге предпочтений россиян занимают четвертое место (43%), замыкая группу наиболее популярных тем. Больше всего интересуется политическими новостями старшее поколение (51%), в то время как у молодежи политическая тематика находится по степени привлекательности на 6 и 7 местах, рядом с новостями светской жизни (35% и 34% соответственно). Общефедеральные телеканалы являются для россиян главным медийным источником новостей – их отметили в этом качестве 90% опрошенных в ходе прошлогоднего исследования ФОМ. Вместе с тем телевидение как главный поставщик новостей не вполне справляется с задачами политического информирования: 45% респондентов – участников опросов ФОМ полагают, что политическая жизнь предстает на телеэкране недостаточно полно. Противоположной точки зрения придерживается треть опрошенных. Как бы то ни было, почти половина участников опроса недовольна качеством политического информирования на ТВ: эти люди не получают ту информацию, которую они хотели бы получать.

Светские новости и жизнь знаменитостей забавляют около трети опрошенных. Есть где разгуляться массовикам-затейникам от журналистики, легко превращающим все и вся в развлекательные шоу! При том в "аутсайдерах" новостных тем и сюжетов оказались такие сферы, как компьютерные технологии (12%), наука (14%) и технические новинки (19%). И это в наши дни, когда инновационный прорыв в науке и технологиях провозглашается властью в качестве одного из главнейших национальных приоритетов! Да и не так много существует в России средств массовой информации, способных на высоком качественном уровне, доходчиво и квалифицированно освещать новости науки и технологий, популяризировать новейшие научные знания, побуждать интерес детей и молодежи к исследовательской деятельности и техническому творчеству. Кто будет совершать в недалеком будущем инновационный прорыв, если состояние российской периодики для детей и юношества в целом и научно-популярных изданий в частности по-прежнему вызы-

вает серьезную тревогу? Очевидно, что если существующие ныне рыночные модели организации и финансирования периодики не обеспечивают удовлетворение объективной социальной потребности в формировании в России креативных «инновационных поколений», то необходимы другие модели, способные обеспечить решение этой проблемы.

Предвижу гневные тирады: воспитание аудитории, формирование «нового человека» – это мы уже проходили! Пусть, дескать, россияне сами делают свой выбор, формируя собственное информационное меню из наличного на рынке контента. Но проблема и заключается в том, что этот выбор в действительности довольно-таки ограничен, и далеко не все информационные запросы аудитории удовлетворяются должным образом. И если это так, аудитория начинает обращаться к другим медийным источникам – и не только российским, тем более что в условиях сегодняшней информационной открытости это совсем нетрудно.

Косвенным отражением сложившегося неблагополучия является, на наш взгляд, ситуация на рынке российской периодики. В целом рынок печатных СМИ развивается в последние годы достаточно динамично. Растёт журнальная периодика, функционирующая в основном как бизнес и поглощающая многомиллиардные рекламные доходы. Но, несмотря на общее увеличение количества названий газетно-журнальных изданий и коммерческую успешность отдельных секторов периодики, в целом интерес россиян к печатным изданиям падает. Всё более распространённым становится отказ от общения с газетным печатным словом. Аудитории сокращаются даже у крупных, известных изданий. Судя по результатам опроса ФОМ, сегодня более четверти россиян газет вообще не читает, и по сравнению с 2003 годом этот показатель вырос почти вдвое – с 15 до 27%. «Дежурное» объяснение этого процесса – ограниченная покупательная способность массовой российской аудитории. Если это действительно так, то упрочившееся за последние годы экономическое положение многих россиян должно было бы привести к росту потребления газетной периодики. Но этого не произошло.

Едва ли возможно однозначно объяснить нынешний кризис газетной периодики переключением внимания аудитории на средство массовой информации №1 – телевидение. Несмотря на сохраняющееся доминирование ТВ в российской медиасистеме, в про-

шлом году было впервые зафиксировано явственное падение показателей аудиторного потребления телепередач. Это отмечалось на Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика 2007». И едва ли снижение интереса публики к голубому экрану напрямую связано с ростом аудитории Интернета. ФОМ установил: несмотря на существенное увеличение количества пользователей Сетью, из неё с большей или меньшей регулярностью черпают информацию лишь 7 процентов россиян.

Конечно, падение интереса публики к периодике, телевидению – не исключительно российское явление. Оно наблюдается повсюду в мире, где избыточный коммерциализм средств массовой информации вызывает серьезные деформации в их содержании, побуждая аудиторию искать необходимую ей информацию в сетевых СМИ, в блогах и пр. И все же «умирание» газет и их «эмиграция» в Интернет – отнюдь не фатальные процессы, если вдумчиво следовать не только интересам бизнеса, но и интересам аудитории.

## ПРИГЛАШЕНИЕ В КОШМАР<sup>1</sup>

Лето 2002 г. выдалось на редкость жарким и беспокойным. По прогнозам турфирм, подавляющее большинство наших сограждан проведёт летние месяцы отнюдь не на зарубежных курортах. Люди, не выехавшие за рубеж, на море, на дачу либо к родственникам в деревню (таких – примерно половина), сидят дома в компании со своим телевизором. Для того, чтобы получить представление о том, что же они видят на телеэкранах, были выбраны пять популярных телеканалов: ОРТ, РТР, НТВ, Ren TV-3-й канал и ТВС-Южный Регион.

### Криминальная зорька

Телепрограмма рядового летнего дня – вторника 30 июля – оказалась насыщенной передачами и фильмами о преступности и борьбе с нею. Уже в самых ранних выпусках теленовостей были показаны криминальные новости. Центральные темы утренних выпусков: похищение американским гражданином его семилетней дочери, проживающей вместе с матерью и бабушкой в Москве; следствие по делу об убийстве пограничного генерала Гамова, заживо сожжённого преступниками в собственной квартире. Специализированная на темах преступности и автокатастроф программа РТР «Вести-Дежурная часть» сообщила также о хищениях драгоценных камней и о мошенниках – строителях финансовых пирамид в Тюмени. Общий настрой был задан: зритель получил с утра добрую порцию экранной криминальной «чернухи».

Утренние выпуски программы «Криминал» (НТВ) поведали о нападении на инкассаторов в Москве. В живописных подробностях зрителям разъяснили, как преступники разрезали шины на инкассаторской машине, как им удалось расправиться ножевыми ударами с вооружённой охраной и каким образом они скрылись с места нападения. Описание технологии совершения преступления было весьма обстоятельным и детальным. Репортаж больше походил на наглядное видеопособие о том, как совершить налёт на инкассаторов без огнестрельного оружия и успешно скрыться с захваченными деньгами. Для тех зрителей, кто не успел освоить «учебный»

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано в августе 2002 г. на сайте <http://mediareview.by.ru>

материал за один раз, были сделаны повторы. Всего в течение дня в эфир вышло четыре выпуска «Криминала».

К десяти часам утра телевидение уже выдало в эфир не только криминальные новости, но и очередные порции зарубежных полицейских сериалов. На РТР показали «Жару в Лос-Анжелесе» – о тяжёлых буднях борьбы американской полиции с преступностью. Ради разнообразия канал НТВ продемонстрировал столь же тяжёлые будни, но на испанских примерах (сериал «Полицейские»). На ОРТ сериал «Неудержимый» поведал о многотрудных схватках бывшего офицера полиции с правонарушителями и коррумпированными «слугами закона».

Солнце не успело подняться в зенит, а зрители уже увидели на телеэкранах полтора десятка убийств на криминальной почве и свыше 20 сцен преступного насилия: драк, зверских избиений, перестрелок, поножовщины, разбойных нападений, пыток, терактов. Но телевизионный день только начинался...

### **«Менты», «копы», детективы...**

Когда смотришь обычные на нынешнем российском телеэкране милицеско-полицейские сериалы и боевики, не оставляет навязчивое впечатление, что их создатели делят людей всего лишь на две основных категории: «ментов» (они же «копы») – полицейские, детективы и пр.) и преступников. Остальные выглядят в фильмах не более чем материалом для преступных деяний, либо массовой – фоном для немислимых геройств защитников закона.

Детективы и полицейские сегодня стали такими же привычными персонажами на российском ТВ, как в недавнем прошлом были передовики соцсоревнования. Но это уже не те безупречные слуги правосудия, какими их изображали раньше. С давних пор борьба против преступности представала на экране как борьба добра против зла, хороших парней (стражей закона) против плохих (правонарушителей). Во многих же современных криминальных фильмах границы добра и зла размыты, а то и вовсе не обозначены. Разница между хорошими и плохими парнями зачастую выглядит в них чисто условной. Включив телевизор посреди очередного боевика, иной раз непросто различить, кто в фильме блюститель закона, а кто – его нарушитель. И преступники, и полицейские по очереди играют в догонялки и применяют одинаково противозаконные

способы «достать» противника, в том числе – захват заложников, пытки. Яркий пример тому – показанный 30 июля триллер «Блуждающая пуля». В итоге рядовые зрители (особенно дети и подростки) постепенно теряют ориентиры, помогающие чётко определить, «что такое хорошо и что такое – плохо».

Телеперсонажи «копов» и гангстеров зачастую схожи между собой даже внешне – особенно в американских сериалах: стильные костюмы, собственные дорогие авто, небрежная вольность поведения... Можно подумать, будто полицейские в США относятся к очень зажиточному слою населения и не скованы служебными предписаниями. Но их экранный облик сильно расходится с действительностью, в чём воочию убедился автор этих строк, когда однажды в качестве «гражданского наблюдателя» участвовал в рейде патрульной машины «копов» по Манхэттену. Полицейские Нью-Йорка, одетые в невзрачную служебную униформу и действующие по уставу, оказались представителями непрестижной профессии (потому-то в их среде так много иммигрантов). Они никак не соответствовали экранному образу лихих и своевольных «борцов с преступностью». Реальный американский полицейский и детектив – это вовсе не Нэш Бриджес и компания.

Современные борцы с криминалом в телевизионном исполнении – как правило, жёсткие парни, отлично владеющие приёмами карате и современной техникой. Вот только интеллекта у этих крутых парней зачастую бывает значительно меньше, чем у австрийского «комиссара полиции» – овчарки Рекса из одноименного сериала. Убийство для них – что-то вроде аттракциона. Хладнокровно уничтожая своих противников, «копы» из сериала «Жара в Лос-Анжелесе» отпускают циничные прибаутки. Постоянно шутит и «китайский городской» из другого полицейского сериала, которому и пистолет не требуется, чтобы прибить пару-тройку гангстеров. Ведь это выглядит на экране так просто: нет человека – нет проблемы.

Детективы же наподобие Каменской, нюхающей нашатырь, чтобы не упасть в обморок при виде трупа в морге, воспринимаются как редкие исключения. А старомодный смешной Пуаро... Он выглядит на фоне современных техничных циников – «ментов» и «копов» – такой реликвией, ностальгическим напоминанием о тех давних добрых временах, когда ещё можно было и днём и ночью спокойно ходить по улицам без опасения стать жертвой наркомана, маньяка, грабителя, или стаи подростков, отрабатывающих приёмы

боевых искусств на случайных прохожих. Тогдашние детективы и знать не знали о таких вещах, как карате, электрошок, слезоточивый и нервно-паралитический газ, взлом компьютеров. Зато они ловили преступников. Просто умели это делать.

### **Вор, воровка, воришки...**

В минувший вторник телевидение предложило зрителям сериалы «Рождённый вором» (США), «Воровка» (Россия) и американо-британский фильм «Воришки». Правда, урождённый вор оказался полицейским, действующим под прикрытием, воровкой же была названа дама, стремящаяся сманить мужа у подруги, а воришками именовали себя английские домовые из семейной комедии-сказки. Но само по себе сочетание этих названий в телепрограмме одного лишь дня не так уж и случайно, если учесть общую направленность телепоказа. Воровских и иных криминальных персонажей за день было продемонстрировано предостаточно. И далеко не все из любителей преступного образа жизни были обрисованы теми красками, которых они заслуживают по делам своим.

Телевидение зачастую демонстрирует явно приукрашенную картину жизни и нравов криминального мира. Обычной для ТВ стала фигура «благородного преступника». В показанной во вторник очередной серии «Улицы разбитых фонарей» таким «благородным преступником» стал «авторитет» – ветеран Контрабас. Одной из центральных фигур показанного вечером полицейского триллера «Блуждающая пуля» был симпатичный наёмный убийца – седобородый профессионал, временами помогающий правосудию. И не беда, что он киллер, а вообще очень даже приличный господин. Обаяния этому персонажу придано столько, что напрашивается риторический вопрос: а у кого нет недостатков? Всякий грешен...

Вспоминаешь и других обаятельных киношных душегубов, наподобие Леона-киллера и иных впечатляющих мастеров мокрых дел. Присущий этим персонажам заряд отрицательного обаяния вполне способен превратить (и превращает) их в пример для подражания. Пусть новые поколения знают, «делать жизнь с кого».

Конечно, в телеверенице образов экранных гангстеров есть отчётливый элемент придумки, игры, условности. Но так ли это всё безобидно, как может показаться? Сказка ложь, да в ней намёк. И намёк достаточно сомнительный. Криминологи – учёные, изуча-



ющие преступность – не без оснований обвиняют телевидение в том, что оно способствует распространению терпимого отношения к преступности и преступникам.

### **Диагноз: передозировка криминала**

За один только день по пяти каналам было показано 17 полицейских и детективных серий и фильмов (некоторые из сериалов демонстрировались дважды в день), а также около десятка боевиков и фильмов, выстроенных на темах криминала и борьбы против него. Зритель популярных каналов увидел на экране в общей сложности почти 70 убийств на криминальной почве и около сотни сцен преступного насилия. Содержание многих других передач – от новостей и документальных программ до детских мультфильмов – также пронизывала отчётливая криминальная «нота». Криминал фактически превратился в «Тему №1» отечественного телевидения. Даже в фильмах, анонсированных как приключенческие (это американский «Последний круиз» и отечественный сериал «Золото Югры»), криминальная линия оказалась стержневой.

«Последний круиз», повествующий о захвате преступниками роскошного туристского судна, вообще оказался одним из самых кровавых фильмов дня, своеобразным чемпионом по количеству показанных в нём сцен убийств и преступного насилия. Шёл он в утренние часы на Ren-TV. Таким своеобразным способом канал позаботился о развлечении детской аудитории, которая собирается в это время у телеэкранов. Не были забыты дети и в дальнейшем: в течение дня Ren-TV дважды показал им мультсериал «Инспектор Гаджет», в котором криминальная тема разрабатывается в комедийном ключе. Пусть ребята понемножку привыкают...

Не удивительно, что российские подростки и молодёжь, насмотревшиеся на криминальных телегероев, которые запросто решают свои проблемы насильственными способами, сегодня более чем терпимо относятся к насилию на экране и в жизни. Многие считают его нормальным и эффективным способом решения жизненных проблем. По результатам исследований, проведенных таганрогским педагогом, одним из ведущих отечественных теоретиков медиаобразования А.В. Федоровым, половина подростков положительно относится к демонстрации сцен насилия, к участвующим в них персонажам – в том числе отрицательным (дебоширам,

бандитам, убийцам, маньякам). Часть тинэйджеров вообще считает доброту признаком слабости, поэтому жестокие, «крутые» экранные герои вызывают у них одобрение. Лишь около 10 процентов опрошенных подростков заявили, что их привлекает в экранных персонажах доброта, в то время как поклонников жестоких персонажей оказалось в два раза больше.

Лидером в разработке криминальных тем стал канал НТВ. Его «конёк» – документальные программы на темы преступности. Это не только уже упомянутый «Криминал». В минувший вторник зрители канала смотрели также и программу «Внимание! Розыск!» о поиске беглых преступников, и повтор сериала «Криминальная Россия», посвящённый на этот раз ростовским милиционерам-«оборотням в погонах». Всего же за день аудитории популярных каналов было предложено восемь выпусков документальных программ, специализированных на криминальных темах. И это не считая многочисленных телесюжетов на темы преступности, показанных в текущих выпусках новостей.

Повышенную дозу криминального насилия предлагают зрителю анонсы фильмов и передач, запланированных к показу. Чтобы привлечь внимание публики, каналы отбирают для анонсов наиболее драматичные эпизоды будущих передач. Чаще всего это отрывки, отображающие убийства и жестокие насильственные сцены. Ими были перенасыщены анонсы фильмов на ТВС, НТВ и Ren-TV.

Технология экранных убийств удивительно разнообразна. Тут есть чему поучиться даже и профессионалам-«мокрушникам». Убийства совершаются не только огнестрельным или холодным оружием: людей забивают ногами, рубят кухонным топориком, душат, травят ядом, сбрасывают с крыши, топят... И всё это делается без каких-либо сомнений и сожалений, быстро и технично. В итоге насилие и насильственная смерть выглядят на экране не более чем привычными блюдами из сериального меню. А ведь в жизни любой нормальный человек воспринимает их с содроганием.

В сегодняшнем телепоказе налицо явная передозировка криминала и насилия. Но, может быть, внимание телевидения к ним оправдано? Ведь уровень преступности (особенно насильственной) в стране стал вызывающе высоким. Как говорится, из песни слова не выкинешь: криминал есть, и телевидение на него реагирует. Но

он занимает в эфире неоправданно много места, фактически вытеснив многие другие программы, в первую очередь публицистические, культурные и просветительские. Характерно, что 30 июля в эфир не прошло ни одной передачи, которая имела бы целью воспитание законопослушных граждан. На большинстве телеканалов таких передач нет вообще.

### **С экрана – в жизнь?**

Переизбыток криминала утомляет телезрителя, подавляет его чувствительность к злу, мешает воспринимать преступность как серьёзнейшую общественную болезнь. Привыкание людей способствует своеобразной психологической «легализации» преступности. Если сам не становишься непосредственной жертвой преступников, то начинаешь относиться к криминалу как рядовому, будничному явлению. Пусть неприятному, но привычному – наподобие насморка.

Безучастное отношение граждан к преступности позволяет правонарушителям свободно и безнаказанно творить свои дела. Тревожные признаки растущего общественного равнодушия к криминалу – в сочетании с недоверием к правоохранительным органам – продемонстрировал телесюжет, показанный в программе «Человек и закон». Сотрудник редакции инсценировал в людном месте продажу двух ручных гранат. Никто из свидетелей этой сцены не попытался обратиться к находившимся неподалеку милиционерам, чтобы пресечь запрещённую торговлю оружием. Никто не высказался о ней с осуждением. На предложение приобрести гранаты люди отделивались репликами, что, дескать, купили бы, но сейчас не при деньгах. И интересовались, нельзя ли прикупить пистолет или «Калашников» – чтобы защитить себя, поскольку на милицию надежды мало.

Сегодняшний разгул телекриминала – это приглашение в кошмар, которым вполне может стать жизнь в условиях роста насильственной преступности. В некоторых местах этот кошмар уже стал реальностью. Хотя бы в тех же Соединённых Штатах, где существует не только многоликая уличная преступность, но и серьёзнейшая проблема вооружённого насилия в школах. Именно там два года назад был установлен своеобразный мировой рекорд. Школьник застрелил из пистолета свою одноклассницу, которая

плохо отозвалась о нём. Убийце-первокласснику было всего шесть лет...

### **«Золотая жила»**

Сегодня телеканалы ведут между собой всё более острую конкурентную борьбу за зрителя. А точнее – за доходы от рекламы, поскольку рекламодатели устанавливают оплату рекламных объявлений в зависимости от рейтингов передач. За зрителя можно бороться, предлагая ему разнообразные содержательные и качественные передачи. Но вещатели предпочитают идти самым простым путём. Зная, что массовую аудиторию привлекают программы и фильмы, насыщенные драматизмом, они активно разрабатывают криминальную «золотую жилу». Что может быть драматичнее, чем убийство, погоня, жестокая сцена насилия?

В документальных передачах и фильмах на темы преступности всё это есть в изобилии. Производство таких передач обходится вещателям, как правило, намного дешевле, чем выпуск по-настоящему качественных программ. Сериальный «секонд хэнд» – закупленный за рубежом либо отечественного производства – тоже неплохо подходит для того, чтобы по дешёвке заполнять телеэфир криминальной драмой. Вот и показывают нам «ментов» по нескольку раз в день и по разным каналам...

Трудно поверить, что вещатели не понимают, чем оборачивается передозировка криминала на телеэкранах. Но у них – своя логика: они делают деньги теми способами, которые считают наиболее эффективными. Поэтому мы едва ли дождёмся, чтобы они сами захотели что-то менять.

### **Что же делать?**

Разгул экранной преступности и насилия осуждают сегодня разные группы российской общественности – от педагогов до священников. Но их голос еле слышен. Те самые каналы, которые в немислимых количествах транслируют криминал, не очень-то заинтересованы в том, чтобы предоставлять своим критикам возможность высказываться в эфире. Политики, которые на словах осуждают крайности телекриминала, на деле мало что делают для того, чтобы его ограничить. Сегодня отлучение от телевидения, исчезно-

вание с экранов для любого общественного деятеля (даже крупного, всем известного) равносильно политическому самоубийству. Так есть ли резон всерьёз портить отношения с телевизионщиками? Не удивительно, что думцы дружно хоронят законопроекты, призванные ввести хоть какие-то цивилизованные «правила игры» для телевидения. Предлог для этого всегда благороден – Дума стремится «не допустить ограничения свободы ТВ».

Так что же делать? Снова ввести цензуру (кстати, по данным опросов, в пользу этого настроена сегодня половина россиян)? Или всё же не наступать снова на одни и те же грабли? Может быть, попробовать поучиться у Европы, на которую мы обычно смотрим со смешанным чувством собственного превосходства и собственной же неполноценности? В европейских странах, которые трудно обвинить в недостатке свободы и демократии, при телевидении существуют общественные наблюдательные советы, состоящие из людей, обладающих признанным моральным авторитетом. Обычно это представители культуры, науки, церкви. Конечно, полностью перебороть негатив на телевидении наблюдательные советы не могут, так как их решения имеют лишь рекомендательный характер. Но пользу они приносят – и это уже лучше, чем ничего. В последние годы наблюдательные советы были образованы и при некоторых российских телекомпаниях (ОРТ, НТВ). Но создавались они формально, чтобы помочь вещателям отбиться от общественной критики – и потому фактически бездействуют.

В Великобритании и некоторых других странах существуют специальные инстанции – комиссии, куда граждане могут направить на рассмотрение свои жалобы на средства массовой информации, не исключая и телеканалы. Эти комиссии руководствуются в своей деятельности профессиональными кодексами, в которых прописаны правила цивилизованной деятельности вещателей. Кодексы не имеют силы закона – но, опираясь на них, можно оказывать довольно сильное общественное давление на вещателей. Это заставляет их постоянно помнить что, кроме интересов телевизионного бизнеса, есть ещё интересы телезрителей.

Скоро начнётся очередная выборная кампания. Требуйте от кандидатов, чтобы те чётко обозначали в своих предвыборных программах своё отношение к СМИ, добивались создания реально действующих, авторитетных общественных наблюдательных советов на телевидении, введения цивилизованных «правил игры» для ве-

щателей. А потом добивайтесь от депутатов строгого выполнения их предвыборных обещаний.

И не стесняйтесь посылать телевизионщикам негодующие письма и телеграммы – если те того заслуживают. Вещатели должны постоянно чувствовать общественное неодобрение, давление со стороны рядовых граждан. Иначе зритель и дальше будет покорным потребителем всего того убожества, что наполняет сегодня телеэкран.

## ЛЮБЯТ ЛИ ФРАНЦУЗЫ ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ПОРНО?<sup>1</sup>

Французские телеканалы отличаются благосклонным отношением к порнографии, занимая в этом вопросе значительно более либеральную позицию, нежели телевизионные кампании многих других стран. Поэтому нередко, когда идёт речь о свободе нравов на ТВ, «кивают» на французов. Не удивительно, что новость о предстоящем обсуждении в парламенте Франции законопроекта о запрете показа порнографических фильмов на телевидении обсуждалась не только в СМИ этой страны. В течение последних полутора месяцев на неё дважды откликливаются «Известия» – одна из немногих российских газет, претендующих на статус качественного издания.

Во Франции действует настоящая индустрия по производству сотен порнофильмов, которые открыто демонстрируются по телевидению. В публикации, появившейся на страницах «Известий» 3 августа, корреспондент газеты Анна Ковалёва утверждала, что такая ситуация вполне устраивает большинство граждан этой страны. Сославшись на «данные недавних социологических опросов», она сообщила, что только 20 процентов опрошенных французов высказываются за полный запрет телепоказа порнографических фильмов, столько же участников опроса хотят оставить всё, как есть. А 60 процентов выступают за усложнение доступа к порнографическим программам – например, путём их кодирования, что позволит существенно сократить вероятность просмотра таких передач детьми и подростками.

В корреспонденции не уточнялось, какая организация проводила опросы, отсутствовало и упоминание о масштабах исследования и составе опрошенных – хотя в случаях, когда публикации базируются на данных социологических опросов, такие сведения обычно приводятся качественными изданиями. Это даёт возможность читателям и специалистам прояснить степень репрезентативности результатов опроса, выработать хотя бы общее суждение об их достоверности.

А. Ковалёва старательно воспроизвела доводы, используемые противниками законопроекта о запрете непотребных фильмов на ТВ. Дельцы процветающей французской порноиндустрии стремятся убедить французов в том, что эта «веселая, качественная и воз-

---

<sup>1</sup> Впервые опубликовано в 2002 г. на сайте <http://mediareview.by.ru>

буждающая «продукция» является их национальным культурным достоянием. В доказательство защитники телевизионного порно приводят «патриотический» аргумент – дескать, во Франции качество фильмов для любителей «клубнички» значительно выше, чем, например, в Германии...

Приведя аргументы представителей порнобизнеса, журналистка даже не пыталась охарактеризовать аргументацию противников телепоказа порнографии на французском ТВ. Она лишь вскользь упомянула, что за его запрет выступают правые и группы, защищающие семейные ценности. А ведь обязательное отражение позиций сторон, противостоящих друг другу в общественных дискуссиях, является одним из главных признаков профессионального журналистского подхода к освещению спорных проблем. Это азбука качественной журналистики. Неужели не заслуживают внимания прессы мнения и доводы сторонников запрета телепорнографии – даже если эти люди находятся во Франции в меньшинстве, как это представлено в корреспонденции А. Ковалёвой?

Прошло немногим больше месяца, и в «Известиях» появилась новая публикация об отношении галлов к телепоказу порнофильмов – на этот раз под красноречивым заголовком «Французы не хотят смотреть порнографию». В анонимной заметке, предложенной вниманию читателей 14 сентября, сообщалось со ссылкой на результаты опроса, проведенного Наблюдательной комиссией по аудиовизуальным СМИ: **две трети французов** – 64 процента от общего количества опрошенных – выступают против демонстрации порнофильмов на телевидении. Недовольно засильем порнографии на телеэкранах и правительство. Так, министр по делам семьи выразил озабоченность нынешней ситуацией, когда на французском ТВ ежемесячно демонстрируется до 950 порнофильмов. Ответственность связывает телепоказ порнографии с ростом преступности на сексуальной почве, с многими другими негативными проявлениями.

Закономерен вопрос: какой же из двух публикаций верить? «Известия» оставляют читателю выбор. То ли большинство французов – вполне вменяемые люди, которым небезразлично, какой «продукцией» пичкают их с телеэкранов. То ли среди них преобладают стойкие приверженцы сексуальной революции образца шестидесятых годов, хранящие верность идеалам раскованной любви в её немислимых порновариантах. Может ли быть, что всего за



один месяц французская общественность радикально изменила своё отношение к порно на телевидении?

Думается всё же, что в стране Декарта и Вольтера благоразумных людей значительно больше, чем любителей «клубничных» порноудовольствий в телеэкранной версии. А потому последняя по времени заметка выглядит более достоверной. Её появление на страницах «Известий» очень напоминает фактическое признание газетой неточностей, допущенных в публикации А. Ковалевой. Если это предположение соответствует истине, то почему редакция не решилась открыто признать промах, допущенный больше месяца назад? Ведь именно так поступают газеты, всерьёз заботящиеся о своей репутации. Не ошибается только тот, кто ничего не делает. Но качественной газетой может с полным правом называться лишь издание, которое исправляет допущенные ошибки своевременно, оперативно – и делает это внятно, не оставляя свою аудиторию в недоумении. Пока же читателю «Известий», получившему от своей газеты противоречивый информационный «заряд», остаётся лишь гадать: так как же в действительности относятся французы к порнографии на ТВ?

Репутация «Известий» как качественной газеты обязывает снабжать читателей взвешенной, выверенной, достоверной, полной и объективной информацией. Несмотря на скромный для масштабов общероссийской газеты тираж – 234,5 тыс. экз., «Известия» доступны теперь не только россиянам, но и зарубежному читателю. Судя по постоянно публикуемой на первой полосе информации о стоимости экземпляра газеты в различных валютных эквивалентах, «Известия» распространяются во многих зарубежных странах. Закордонные читатели имеют сегодня доступ к «известинской» информации не только в качестве покупателей очередных номеров газеты. Электронную версию «Известий» можно читать в интернете: её адрес постоянно фигурирует в списках европейских качественных изданий.

Но, как видно, добившись международного признания своей газеты, редакция «Известий» усвоила ещё далеко не все международно признанные стандарты, отличающие серьёзную, заслуживающую доверия газету от всех прочих. Или точность и сбалансированность информации уже ничего не значат в журналистике, претендующей на громкое имя качественной?

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ А.П. КОРОЧЕНСКОГО

## МОНОГРАФИИ

1. Публицистика Хосе Марти. Идеино-мировоззренческая система творчества публициста-просветителя Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону. 1998. 84 с.
2. Этическое регулирование журналистской деятельности (зарубежный опыт) Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону. 1999. 112 с.
3. История мировой журналистики. 1-е и 2-е издания – Ростов-на-Дону, 2000 (в соавторстве с Беспаловой А.Г., Лучинским В.В., Корниловым Е.А., Станько А.И.). 344 с.
4. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону, 2002. 272 с.
5. «Пятая власть?» Медиакритика в теории и практике журналистики. РГУ – Ростов-на-Дону, 2003. 284 с
6. Gatunkowa specyfika hiszpańskojęzycznej prasy periodycznej. Oficyna Wydawnicza «Humanitas. Wyższą Szkołą Humanitas. Sosnowiec. 2015 – на польском яз.

## СТАТЬИ, НАУЧНЫЕ ОТЧЁТЫ И РЕЦЕНЗИИ, ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ

### 1981

1. На передней линии революционной борьбы. Средства массовой информации Кубы // Блокнот агитатора. Ростов-на-Дону. 1981. №7.

### 1982

2. Научно-теоретическая конференция «Роман М.А. Шолохова «Поднятая целина» (Ростов-на-Дону, 15 октября 1982 г.) // Известия СКНЦ. Общественные науки. 1983. №1. (в соавторстве с В.В. Громовой).

### 1983

3. Местная печать. К характеристике понятия // IV научная конференция по проблемам становления и развития многонациональной журналистики Северного Кавказа и Дона // Молодой журналист. РГУ. 1983, № 7.

#### 1984

4. Развитие типологической структуры современной периодики Кубы // Типология периодических изданий. Сб. научных статей Ростов-на-Дону. РГУ. 1984.
5. IV научная конференция по проблемам становления и развития многонациональной журналистики Северного Кавказа и Дона. (Ростов-на-Дону, сентябрь 1983 г.) // Известия СКНЦ. Общественные науки. 1984. №1.
6. Журнал «Куба Сосьалиста» – теоретический и политический орган КП Кубы (историко-типологическое исследование) // Конференция молодых ученых РГУ. Ростов-на-Дону. 1984. Молодой журналист. РГУ. 1984, №3.

#### 1987

7. Деятельность газеты «Гранма» по интернациональному воспитанию трудящихся Кубы (1980-е гг.) // Научная конференция по методам исследования журналистики. РГУ. – Ростов-на-Дону, 1987.

#### 1989

8. Курсы для иностранных журналистов // Новости Международной организации журналистов. МОЖ. Прага. 1989. № 19.
9. The courses for journalists from developing countries // IOJ Newsletters. Prague. 1989. № 19. – Яз. английский.
10. Образ СССР в периодической печати Кубы и задачи советской внешнеполитической пропаганды на кубинскую аудиторию // Средства массовой информации в формировании нового мышления. Материалы научно-практической конференции. ЛГУ. Ленинград. 1989.

#### 1991

11. Образ «нового человека» в периодической печати Кубы 1980-х годов (на материале освещения интернационалистских миссий) // Журналистика в изменяющемся мире. Материалы Всесоюзной научной конференции. РГУ. Вып. 3. Ростов-на-Дону, 1991.

#### 1992

12. Кубинский журнал «Боземия»: история, типологический облик, возможности (Тезисы) // Северо-Кавказские чтения. Материалы научной школы-семинара «Лиманчик-92». Вып. 3. Ростов-на-Дону. РГУ, 1992.

### 1993

13. Дифференциация периодической печати в колониальном обществе (к характеристике зарождения и становления журналистики в странах Азии, Африки и Латинской Америки) // Типологическое развитие журналистики. Сб. научных статей. Ростов-на-Дону. РГУ. 1993.

### 1994

14. Международная журналистика в локальных средствах массовой информации (концептуальный аспект) // Фундаментальные и специальные курсы в многоуровневой системе подготовки студентов-журналистов. Сб. Ростов-на-Дону, РГУ. 1994.

### 1996

15. Актуальные задачи изучения публицистического творчества Хосе Марти // Журналистика в 1995 г. Ч. 5. Тезисы докладов на Всероссийской научно-практ. конф. МГУ. М., 1996.
16. Хосе Марти о социальной роли журналистики // Проблемы журналистики: история и современность. Вып. 4. РГУ. Ростов-на-Дону, 1996.

### 1997

17. Идеи просветительства в публицистике Хосе Марти-и-Переса // Журналистика в 1996 г. МГУ. Часть 4. М., 1997.
18. Отражение просветительского социального идеала в публицистике Хосе Марти периода подготовки к освободительной войне на Кубе (1891-1895 гг.) // История журналистики как объект исследования и учебная дисциплина. Международная научно-практ. конф. Вып. 2. РГУ. Ростов-на-Дону, 1997.

### 1998

19. Просветительские воззрения Хосе Марти на социальную роль журналистики // Филология и журналистика в контексте культуры. Всероссийская научная конференция. РГУ. Ростов-на-Дону, 1998
20. Публицистика Хосе Марти (1853-1895 гг.) Автореф. дисс. на соискание степени канд. филол. наук – 10.01.10 – журналистика РГУ. – Ростов-на-Дону, 1998.
21. Виртуальный университет (концептуальные и организационные аспекты информационной деятельности российского вуза в Интернете) // Прикладная филология в интеграции гуманитарных и естественных наук. Межвузовская научная конференция. РГУ. Ростов-на-Дону, 1998

## 1999

22. Хроника в испаноязычной публицистике: исторический генезис, развитие, жанровые признаки // Средства массовой информации в современном мире. СПбГУ. СПб., 1999.
23. Российский университет в Интернете // Образование в XXI веке. Научно-практическая конференция. РГУ – Донская публичная библиотека. Ростов-на-Дону. 1999.
24. Развитие новых форм экономической деятельности российских вузов в регионах // Международный научно-практический семинар. IREX. Ростов-на-Дону, июнь 1999. IREX – Совет по международным исследованиям и обменов. М., 1999. (в соавторстве с А. Соловьевой).
25. New Forms of Education at Regional Universities of Russia Moscow, 1999. – Яз. английский (в соавторстве с А. Соловьевой) – яз. английский.

## 2000

26. Мониторинг и профессионально-этическое регулирование деятельности журналистов и СМИ в Великобритании // Журналистика на рубеже тысячелетий. Международная научная конференция. – Ростов-на-Дону, 2000.
27. Электронный информационный банк по международной журналистике (Ростов-на-Дону): концепция, дизайн, возможности использования в дистанционном образовании и журналистской практике (электронная публикация) // Научная конференция «Интернет, общество, личность» (Институт «Открытое общество»- Санкт-Петербург. 2000) <http://iol.spb.osi.ru/db/get-thses.phtml?id=314> (в соавторстве с А.А. Гарматиным)
28. За гуманистические ориентиры журналистики в эпоху Интернета. Международная научная конференция «Журналистика на рубеже тысячелетий». 2000 г. Ростов-на-Дону-Новороссийск. // Филологический вестник РГУ. 2000, №3.
29. Хосе Марти о массовой коммерческой печати США 1880-х гг. // Журналистика и общество. – М., РУДН. 2000. №1.

## 2001

30. Медиакритика в России и за рубежом: общественная роль, функции, перспективы // Средства массовой информации в современном мире. СПбГУ. СПб, 2001.

## 2002

31. Медиакритика и общественное доверие к средствам массовой информации в условиях информационного рынка // 40 лет развития журналистских исследований и журналистского образования на Юге России. РГУ. – Ростов-на-Дону. 2002.
32. Медиаобразование и медиакритика, их роль в формировании рационально-критического отношения к СМИ. // Международный конгресс «300 лет российской газете. От печатного станка к электронным медиа». Материалы. МГУ. М., 2002.
33. Важный вклад в медиапедагогику XXI века. (Федоров А.В. Медиаобразование. Теория. История. Методика. Таганрог. 2001 – 706 с.) Сайт Министерства образования РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edu.of.ru/mediaeducation/attach/17/173.doc>

## 2003

34. Медиакритика в теории и практике журналистики (Автореф. дисс. на соискание ученой степени доктора филол. наук – 10.01.10 – Журналистика) – СПб: СПбГУ 2003.
35. Медиарегулирование в Великобритании // Саморегулирование журналистского сообщества. М.: ТАСИС-ФЗГ. 1-е изд. 2003; 2-е изд., испр. и доп.: М., 2004. 3-е изд. – 2005.
36. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. М.: ТАСИС-ФЗГ. 1-е изд. 2003. 2-е изд., испр. и доп.: М., 2004. 3-е изд. - 2005.
37. Медиакритика как форма диалога и взаимодействия между гражданским обществом и СМИ // Акценты. Новое в массовой коммуникации. ВГУ. – Воронеж. 2003. №1.
38. Подотчетность СМИ перед обществом: историко-теоретический аспект проблемы // Журналистика в 2002 г. СМИ и реалии нового века. Часть 1. МГУ. М., 2003.
39. Медиакритика как фактор влияния на профессионально-этическое регулирование журналистских сообществ // Средства массовой информации в современном мире. СПбГУ. СПб., 2003.
40. Медиаобразование для электронной эры // Офиц. сайт Министерства образования РФ [Электронный ресурс] – 2003. – Режим доступа: <http://edu.of.ru/mediaeducation>,
41. Научность медиакритики // Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий. ВГУ. Воронеж. 2003.
42. Подотчетность СМИ перед обществом. Журналистика в 2002 г. // СМИ и реалии нового века. – М.: МГУ, 2003. – Часть 1.
43. История медиакритики: к постановке исследовательской проблемы // История языкознания, литературоведения, журналистики как

основа современного филологического знания. РГУ. Ростов-на-Дону. 2003.

44. Донская научная школа медиаобразования // Академия. Ростов-на-Дону. 2003, 16 мая

#### 2004

45. Медиакритика и медиаобразование // Высшее образование в России. 2004, №8, с. 40-45. (статья в журнале списка ВАК).
46. Грамотность XXI века? // Сайт Бюро ЮНЕСКО в России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.unesco.ru/rus/pages/bythemes/stasya28022005104442.php>, Пермский региональный образовательный портал Департамента образования Пермской области [Электронный ресурс] – 2004. – Режим доступа: [http://ep.perm.ru/sections/doc\\_view.php?did=217](http://ep.perm.ru/sections/doc_view.php?did=217)
47. Международный проект развития журналистского образования (Российско-Американский институт журналистики, Ростов-на-Дону, 2003– 2004) // Официальный сайт Минобразования РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.edu.of.ru/news.asp?ob\\_no=2366](http://www.edu.of.ru/news.asp?ob_no=2366)
48. Необходимость медиаэтики. Средства массовой информации в современном мире // Тезисы научно-практической конференции. – СПб. – СПбГУ, 2004.
49. Финское исследование трансформации региональной газетной периодики в России в переходный период // Филологический вестник, РГУ – Ростов-на-Дону. 2004. – № 2.
50. Международный медиамониторинг и медиакритика – гражданский ответ на глобализацию массовых коммуникаций // Журналистика в 2003 г. Обретения и потери, стратегии развития. – М.: МГУ, 2004.
51. Пиарнастика как гибрид журналистики и PR: аномалия или новый профессиональный норматив? // Коммуникации в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж: ВГУ, 2004
52. Академическая медиакритика, её роль в совершенствовании журналистского образования в Финляндии // Современное состояние университетского филологического и журналистского образования, перспективы его модернизации и вхождения в международное образовательное пространство. – Ростов-на-Дону: РГУ, 2004.
53. Пиарнастика как информационный феномен эпохи «управляемой демократии» // Журналистика: информационное пространство. – Краснодар: КубГУ, 2004. – № 6 (18).
54. На пути международной интеграции. Европейская школа докторантов-коммуникологов. Хельсинки, 2004 // Официальный сайт Ми-

нобразования РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.edu.of.ru/attach/17/1647>.

55. Преимущества междисциплинарности // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2004. – № 3–4.

### 2005

56. Krytyka mediow w Rosji. Stan aktualny, rola społeczna, perspektywy // Zeszyty Prasoznawcze. – Krakow, 2005. – № 1–2. s/ 90-10. -На польском языке.
57. Медиакритика в Финляндии // Журналистика и социология'2004. Культура общества и достоинство журналистики // Материалы научно-практического семинара. Ф-т журналистики СПбГУ. – Санкт-Петербург, 2005. (в соавторстве с Ю. Пиетиляйненом – Финляндия).
58. Осторожно: пиарнастика! // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Сб. статей и материалов. Под ред. проф. В. Ф. Олешко. Уральский госуниверситет. – Екатеринбург. 2005. С. 116-130.
59. Альтернативная пресса как лаборатория новых идей и ценностей // Журналистика в 2004 г. – М.: МГУ, 2005. – Вып. 1.
60. Еще раз о монографии А. Ф. Федорова // Медиаобразование. История, теория и методика, 2005. – № 1.
61. Важный вклад в медиаобразование. // Медиаобразование, 2005, № 1.
62. Медиаобразование: миф или реальность? // Медиаобразование, 2005, № 2.
63. Медиаобразование в России: не только «внешние» трудности и препятствия // Медиаобразование, 2005, № 3.

### 2006

64. Korochensky A. El PRnalism en Rusia: la dimención ética. // Anàlisi. Barcelona. UAB. 2006, #34, p.315-324. – Яз. испанский.
65. Отечественная журналистская наука: между прошлым и будущим. // Журналистика и медиаобразование в XXI веке. Сб. трудов междунар. науч.-практ. конф. Под ред. проф. А.П. Короченского. Белгород, 25-27 сентября 2006.- БелГУ. 2006. С. 8-12.
66. Медиакритика в ежедневных газетах ФРГ // Средства массовой информации в современном мире. – СПб.: СПбГУ, 2005 (в соавторстве с Е.Д. Фатыминой).
67. В поисках новой модели регионального телевидения: телекомпания «Мир Белогорья». // Журналистика – 2005. Трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. – М.: МГУ, 2006.



68. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 12.
69. Практические ориентиры журналистского образования. // Преподаём журналистику: взгляды и опыт. – СПбГУ. – СПб, 2006. – С. 24-32. – в соавторстве с С.В. Ушаковой.
70. Медиаобразование и журналистика на юге России. // Юг России в прошлом и настоящем: история, экономика, культура. Сб. трудов IV междунар. научн. конф. БелГУ. Т.1. – Белгород . 2006. с. 318-323.
71. Между Сциллой и Харибдой? //Журналистское образование в России в преддверии перемен. УМО-регион. Сб. 3. Какой журналистике учим? ВГУ – Воронеж. 2006. – С. 19-25 (в соавторстве с С.В. Ушаковой).
72. Медиаобразование как фактор демократизации телевидения (европейский опыт) // Медиаобразование. 2006. № 3. С. 44-53.
73. Существенный вклад в совершенствование медиакультуры коммуникаторов // Медиаобразование. 2006. № 4.
74. Компетентность журналиста // Журналистское образование: концепции и стратегии. – СПб.: СГБГУ, 2006. С 69-76
75. Демократизация медиадискурса: проблемы и перспективы. // Конференция «Право и СМИ». Высшая Экономическая школа – М., 2006. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/16208633>
76. Этические «табу» в журналистике: самоцензура или нравственная культура самоограничения? // Средства массовой информации в современном мире. – СПб.: СПбГУ, 2006 (в соавторстве с С.В. Ушаковой).
77. Журналистская наука перед лицом демократизации медиадискурса // Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2006. С. 14-23 (в соавторстве с С.В. Ушаковой).
78. Медиа-дискурс и новые технологии. // Медиа-дискурс. Теория и практика массовых коммуникаций. ИД «Дискурс-ПИ» Екатеринбург, 2006, № 1.
79. Компетентность журналиста в век специальных знаний // Вопросы профессиональной подготовки журналистов. – Екатеринбург: УрГУ, 2006 (в соавторстве с С.В. Ушаковой).

## 2007

80. Источники кризиса доверия // Энциклопедия жизни современной российской журналистики. Союз журналистов РФ. – М., 2007. Т. 1. С 130-140.
81. Профессионально-этический кодекс журналиста Белгородчины. – Белгород, 2007. 2-е издание: – Белгород, 2008.

82. В поиске новых путей научного познания журналистики // Журналистика и медиаобразование-2007: сб. трудов II Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 1-3 октября 2007 г.): в 2 т. Т. I / под ред. проф. А.П. Короченского. – Белгород: БелГУ, 2007. – С.11-19.
83. Поздний старт: международная спутниковая телевизионная служба «France 24» на глобальном рынке новостей // Средства массовой информации в современном мире (СМИ-2007). – СПб.: СПбГУ. 2007.
84. Демократизация медиадискурса: благо или угроза? // Журналистика в мире политики. Гуманистическое измерение. СПбГУ – СПб., 2007. – С. 69-80.
85. Роль журналистики в стимулировании туризма // Тур-фактор-2007: материалы междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2007. – С.206-209.

## 2008

86. The hybridization of journalism and PR (PRnalism) – the source of ethical and cognitive conflicts in communication.// Mass media and global Divides. IAMCR Global Congress. Stockholm 20-25 July 2008. IAMCR – Stockholm University. 2008. P. 410. – Яз. английский.
87. Piarystyka w Rosji. // Współczesny dziennikarz i nadawca. Pod red. M. Gieruli. WSZM. Instytut Dziennikarstwa I Komunikacji Społecznej. – Sosnowiec, 2006. – Яз. польский.
88. Журналистика и журналистская наука перед лицом демократизации медиадискурса. // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. РГУПС: Ростов-на-Дону. 2008, №1 (5). (в соавторстве с С.В. Ушаковой).
89. Актуальные вопросы развития журналистской науки в постсоветском пространстве. // Журналистика и медиаобразование-2008. Сб. трудов III международной научно-практической конференции. Под ред. проф. А.П. Короченского. Белгород, 1-3 октября 2008 г. Том 1. С. 11-17.
90. Журналистика «секонд хэнд». Массовики-затейники – или исследователи быстротекущей жизни? //Журналистика и медиарынок. – М., 2008. № 2.
91. «Пиарналистика» как источник этических аконфликтов. // Журналистыка-2008: стан, праблемы і перспектывы. – Белорусский госуниверситет. – Минск. 2008. С.32-33.
92. Проблемы познания информационного производства в журналистской медиакритике // Актуальные проблемы лингвистики и журналистики. Материалы междунар. науч.-практ. конф. 12-15 сент.

- 2008 г. Ростовский государственный экономический университет «РИНХ» – Ростов-на-Дону. 2008. С. 30-33.
93. Краеведческая журналистика как фактор развития туризма в российских регионах // Тур-фактор-2008. Материалы Второй Международной научно-практической конференции. Министерство по делам молодежи, спорту и туризму. Республики Татарстан-КГУ-Российская Международная академия туризма. – Казань. 2008.
94. Редукция когнитивной функции журналистики под влиянием коммерческих коммуникативных стратегий // Медийные стратегии современного мира. Материалы Второй Международной научно-практической конференции. КубГУ: – Краснодар. 2008.
95. Когнитивный потенциал медиакритики // Журналистика Русского Севера: история, современность, перспективы. Материалы Международной научно-практической конференции. Архангельск, 28-29 ноября 2008 г. – Архангельск: «Солти». 2008
96. Осторожно: пиарнастика! // Культурология. 2008. № 2.
97. Важный шаг к консолидации российской медиапедагогике // Медиаобразование. 2008. № 4. С. 103-109.

## 2009

98. Reduction of the cognitive function of the press, a consequence of hybridization of journalism and PR (*PRnalism*). // *Trípodos – Extra*. Universidad Ramon Llull. – Barcelona. – 2009. –№. 9: CICR, 2009. p. 555-561. – Яз. английский. (в соавторстве с Э.В. Хмеленко)
99. The cognitive dimension of hybridization of journalism and PR // *Mé dia dvacet let poté – Media Twenty Years After* (Eds.: Jan Jirak, Barbara Köpplova, Denisa Kasl Kollmanova) – Ed. Portal – Karlov Univerzitet-Praha – 2009. P. 212-220. – Яз. английский. (в соавторстве с Э.В. Хмеленко)
100. У истоков медиакритики: Хосе Марти о североамериканской прессе // Науч. ведомости БелГУ. Серия «История. Политология. Экономика. Информатика». – Белгород, 2009. №15 (70). Выпуск 12. С.70 – 76. **(статья в журнале списка ВАК).**
101. Концепция журналистики Хосе Марти (Статья первая)// Науч. ведомости БелГУ. Серия «Гуманитарные науки» 2010. № 6 (61) 2009, Вып. 3 – № 14 (69) 2009, Вып. 4 **(статья в журнале списка ВАК).**
102. Концепция журналистики Хосе Марти (Статья вторая) //Науч. ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки, 2009. – № 14 (69). – Вып. 4. **(статья в журнале списка ВАК)**
103. Медиакритика и социальный реализм массмедийной картины мира // *Вісник Київського Міжнародного університету*. Серия: Соціальні

- комунікації, журналістика, медіалінгвістика, кінотелемістество. – Вып. 8- КиМУ – Київ – 2009.
104. Медиакритика в блогосфере: форсированная персонификация анализа и оценки // СМИ в современном мире: Петербургские чтения. // Тезисы межвузовской научно-практ. конф. – СПбГУ, 2009.
105. Медиакритика в системе медиаобразования // Медиаобразование и медиакомпетентность: слово экспертам. // Сб. науч. тр.– Таганрог: ТГПИ, 2009.
106. История журналистики и нравственное воспитание будущих журналистов: два взгляда на одну проблему/ Юг России и Украина в прошлом и настоящем: история, экономика, культура. // Сб. науч. трудов V Межд. науч. конф. (23–24 января 2009). – Белгород: БелГУ, 2009 (в соавторстве с В.Ф. Толкачевым).
107. Роль журналистской этики в информационном противодействии терроризму . // Противодействие идеологии экстремизма и терроризма в рамках реализации государственной молодежной политики. Материалы Всероссийской науч.-практ. конф. (12–14 октября 2009). – Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2009.
108. Просветительская функция медиакритики. // Слова у кантэкспе часу. // Зборнік навуковых прац. – Беларускі дзяржауны універсітэт. – Мінск. – 2009.
109. Взаимовлияние журналистики и PR как источник этических и когнитивных конфликтов в журналистской деятельности // Стратегии PR-образования в современной России. // Сб. трудов Всероссийской науч. конф. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Лобачевского, 2009.
110. Медиакомпетентность аудитории и медиакритика // УМО-регион. Сб. материалов. – Воронеж: ВГУ, 2009.
111. Система жанров публицистики Хосе Марти (к характеристике жанрового своеобразия испаноязычной прессы) // Лингвистические и методические аспекты преподавания иностранных языков. // Материалы 2-й Международной научной конференции. (26–27 ноября 2009). – БелГУ, 2009.
112. Познавая действительность // Материалы региональной научно-практической конференции «Средства массовой информации Белгородчины: 55 лет вместе с развитием области». – Белгород. – 2009. // Журналист Белогорья, 2009.
113. Роль журналистики в развитии медиакомпетентности аудитории. // Современные проблемы журналистской науки: сб. науч. статей. – Воронеж: ВГУ, 2009.

## 2010

114. Развитие медиаобразования в современном обществе как общедемократическая задача // Трансформация систем СМИ в современном мире. Материалы Междунар. научной конф. «Журналистика-2009» – МГУ. – М., 2010.
115. Медиакритика как оценочное познание социального функционирования СМИ // Науч. ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки – N18 (вып. 7)- НИУ БелГУ – 2010 **(статья в журнале списка ВАК)**.
116. Становление творческого факультета // Журналистика и медиаобразование-2010 Сб. трудов 4-й Международной научно-практической конференции. под ред. проф. А.П. Короченского. – Белгород 22-24 сентября 2010 г. – БелГУ – Белгород. 2010
117. Медиакритика и медиаобразование. // Современная журналистика: тенденции и особенности развития. Сб. материалов Международной научно-практической конференции – Институт гуманитарного образования и информационных технологий – М., 2010.
118. Гибридизация журналистики и пиара: её влияние на журналистскую практику. // Журналистика в современном обществе: функции, проблемы и методы. Сб. материалов международной научно-практ. конф. ИГУМО. – М., 2011, с. 28-33.
119. Гибридизация журналистики и пиара как источник этических и когнитивных конфликтов в журналистской деятельности. // Стратегия PR-образования в современной России: проблемы и тенденции развития. Материалы научно-практической конференции. Кафедра журналистики филологического факультета Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского. Нижний Новгород, 2010. С. 10-16.

## 2011

120. Историко-культурные истоки классификационного разнообразия жанровой системы испаноязычной периодики / А.П. Короченский; НИУ БелГУ // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2011. – №18(113), вып.11. – С. 195-200 **(статья в журнале списка ВАК)**.

## 2012

121. Dziennikarstwo międzynarodowe w warunkach konwergencji środków masowego przekazu / A. Koroczynski ; Bielgorod State University // Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa / red. M.Gierula, P. Szoctok. – Katowice, 2012. – T.2. – S. 31-45 – Яз. польский.

122. Международная журналистика XXI века в условиях развития гражданской коммуникативной субъектности // Регіональні ЗМІ: історія, сучасний стан та перспективи розвитку. II Міжнародна наукова конференція. Луганськ. 23 березня 2012 року. С. 72-85.
123. Журналистика после СССР: два десятилетия обретений и утрат // Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя. Сб. трудов Международной научно-практ. конф. НИУ БелГУ. Под ред. проф. А.П. Короченского и проф. М.Ю. Казак. – Белгород, 2012 (статья) С. 7-11.
124. СМИ и ценности потребительского общества. // Ценности современного общества и средства массовой информации. Материалы Международной научн-практ. конф. МГУ. – М., 2012. С. 403-404.
125. Медиаобразование и формирование гражданской ответственности россиян: проблемы и перспективы // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций. Междунар. научн. конф. Российский институт культурологии – ТГПИ. Таганрог. 6-7 сентября 2012. – М., 2012. С.82-86.
126. Роль медиакритики в теоретико-методологическом обновлении российской науки о журналистике и массовых коммуникациях / А. Короченский // СМИ и современная культура : Сб. науч. тр. / Белорус. гос. ун-т ; под общ. ред. Л.П. Саенковой. – Минск, 2012. – С. 320-325.
127. Репрезентация процессов интеграции на постсоветском пространстве в российской газетной периодике. // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2012. Вып. 16. С. 154-164. – в соавторстве с Е.Труфановой (**статья в журнале списка ВАК**).
128. Новое в международной журналистике XXI века: непрофессиональные коммуникаторы как субъекты трансграничного информирования. // Современная журналистика: опыт и перспективы развития. Материалы междунаrodn. научн. конф. ИГУМО и ИТ. – М., 2012. – С. 13-24.

### 2013

129. Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке / А. Короченский ; НИУ БелГУ // Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства : материалы второй междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 фев. 2013 г. / сост. Б.Л. Залесский ; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой . – Минск, 2013. – С. 149-15.
130. Публицистика в аспекте межкультурной коммуникации: «Североамериканские сцены» Хосе Марти (статья первая) // Научные ведомости

мости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. Т. 19. № 20. С. 140-147 (статья в журнале списка ВАК).

131. Публицистика в аспекте межкультурной коммуникации: «Североамериканские сцены» Хосе Марти (статья вторая) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. Т. 20. № 27 (170). С. 106-111 (статья в журнале списка ВАК).

## 2014

132. Мост между двумя мирами (Публицистика Хосе Марти как явление межкультурной коммуникации). // Rocznik Prasoznawczy. Rok VIII, Wyzsza Szkoła humanitas. Sosnowiec. 2014. S. 33-52.
133. Историческая судьба и значение концепции «нового международного информационного и коммуникационного порядка»: взгляд из XXI века / А. Короченский ; НИУ БелГУ // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран: материалы третьей междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 февр. 2014 г. / сост. Б.Л. Залесский ; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой . – С. 142-147.
134. Мастер исторической публицистики (Н.И.Бусленко) // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2014. Вып. 22. с. 389-399. (статья в журнале списка ВАК).
135. Международный христианский медиамониторинг и медиакритика в глобализированном мире. // Социология религии в обществе позднего модерна. Сб. трудов Международной научной конференции. 12 сентября 2014 г. НИУ «БелГУ» – Белгород. 2014. С.350-355.
136. Гибридизация медиатекстов как тенденция современных СМК // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2014. С. 25-28.
137. Гибридизация журналистики и пиара (пиарналистика): признаки и когнитивные эффекты / А.П. Короченский ; НИУ БелГУ // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования : сб. науч. работ I междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 1-4 апр. 2014 г. / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. – Белгород, 2014. – С. 63-67.
138. Гибридизация медиатекстов под влиянием рыночных факторов функционирования СМК. // Журналистыка-2014. Стан, проблеми і перспективи. Матеріали 16-й Міжнародної науково-практичної конференції (4-5 снежня 2014) – БДУ. – Минск, 2014. С. 24-27.

**Короченский Александр Петрович**

**МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА:  
ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА**

**Сборник научных и публицистических работ**

**Редактор-составитель  
проф. С.Г. Торчинский**

Подписано в печать 27.07.2015. Гарнитура Times New Roman.  
Формат 60×84/16. Усл. п. л. 13,95. Тираж 200 экз. Заказ 198.  
Оригинал-макет подготовлен и тиражирован в ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»  
308015, г. Белгород, ул. Победы, 85