Смирнова Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: smirnova.olga.msu@yandex.ru; ORCID 0000-0003-1349-4241

ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЫ

В статье проводится анализ трансформации функциональной модели газеты как общественного института. Ставится ряд исследовательских вопросов, в том числе: действительно ли газета превращается в медиаатавизм, утратив свою актуальность и исчерпав социальные функции, которые она выполняла на протяжении столетий; является ли кризис газеты лишь первым этапом кризиса журналистики и СМИ; проходит ли этот процесс без серьезных потерь для общества в целом? Отмечается, что тенденции, происходящие в связи с радикальными трансформациями структуры, характера и функций газетной периодики, требуют осмысления актуальных задач и места газеты в современном обществе. Приводятся данные опроса журналистов газет о том, как они понимают свою миссию, результаты которого показывают ориентацию журналистов на общественное служение и удовлетворение широких потребностей общества. Проводится тезис о том, что успешная интеграция в цифровое пространство обеспечит газете как устойчивому формату, сохраняющему свои имманентные признаки как в печатном, так и в цифровом виде, возможность играть конструктивную роль в дальнейшем общественном развитии.

***Ключевые слова**: газета, общественный институт, функции, миссия журналиста, цифровизация.*

Как цитировать: *Смирнова О. В.* Факторы трансформации функциональной модели современной газеты // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 31–51. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.3151

Olga V. Smirnova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: smirnova.olga.msu@yandex.ru; ORCID 0000-0003-1349-4241

FACTORS OF TRANSFORMATION OF THE FUNCTIONAL MODEL OF A MODERN NEWSPAPER

The article analyzes the transformation of the newspaper as a public institution. It is posing a number of research questions. Is newspaper really turning into a media atavism, having lost its relevance and exhausted the social functions that it has

performed for centuries? Is newspaper crisis only the first stage of the crisis of journalism and the media? Does this process take place without serious losses for society as a whole? It is noted that the trends occurring in connection with the radical transformations of the structure, nature and functions of newspaper periodicals require an understanding of the current tasks and place of the newspaper in modern society. The article provides data from a survey of newspaper journalists on how they understand their mission. The results showed the orientation of journalists towards public service, meeting the broad information requirements of society and the interests of the audience. It is pointed out that successful integration into the digital space, alongside with the preservation of key functions, should allow the sustainable format of newspapers to retain its immanent features both in print and digital form, along with other institutions, to continue to play a constructive role in further social development.

***Key words**: newspaper, public institution, functions, journalist's mission, digitalization.*

To cite this article: Smirnova O. V. (2024) Faktory transformatsii funktsional'noy modeli sovremennoy gazety [Factors of transformation of the functional model of a modern newspaper]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 6*: 31–51. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.3151

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.3151

Актуальность исследования

Газета как первое средство массовой информации, на протяжении столетий занимавшее устойчивое место в системе общественных институтов, всегда оказывала влияние на ключевые процессы. Однако в настоящее время можно констатировать: доля периодики, включая газеты, в российской медиасистеме стремится к минимальным показателям. По данным Роскомнадзора, к середине 2020 г. было зарегистрировано 42 230 периодических изданий, что на 40% меньше, чем десять лет назад. По состоянию на 18.10.2024 в реестре содержались данные о 8 010 периодических изданиях, в том числе 3 792 газетах и 4 218 журналах. Из них 1 107 газет – то есть менее трети – имеют статус действующих[1]. Таким образом, продолжается процесс, о котором 10 лет назад М. В. Шкондин писал: «<...> Как шагреневая кожа, сужается медиапространство газетной периодики»[2]. Е. Л. Вартанова характеризует происходящие процессы как «пересборку» медиасистемы[3] – процесс, имеющий долгосрочные последствия как для СМИ, так и для общества в целом. Действительно ли газета превращается в медиаатавизм, утратив свою актуальность и исчерпав социальные функции, которые она выполняла на протяжении столетий? Является ли кризис газеты

лишь первым этапом кризиса журналистики и СМИ? Проходит ли этот процесс без серьезных потерь для общества в целом? На эти вопросы исследователи пока не дают однозначного ответа, тем не менее тенденции, связанные не только с уменьшением доли, но и с радикальными трансформациями структуры, характера и функций газетной периодики, требуют, на наш взгляд, осмысления задач и места газеты в современном российском обществе.

По мнению Е. Л. Вартановой, «исторически внедрение революционных медиатехнологий порождало новые типы и структуры медиа, что приводило к появлению новых социальных функций журналистики, массовых и медиакоммуникаций»[4]. При этом, обращает внимание исследователь, изменения, происходившие в медиа, в свою очередь, оказывали серьезное влияние на процессы социального развития.

Безусловно, технологические и социально-политические изменения радикальным образом изменили современный медиаландшафт. Однако, по мнению В. П. Коломийца, «в обществе еще не сложилась система, построенная на современных технологиях, которая взяла бы на себя функции общественной консолидации, выработки и распространения социальных норм человеческого общежития» – функции, традиционно выполнявшиеся газетой[5].

Российские исследователи определяли появление газеты как упорядочение массовой информации во времени и пространстве (Ученова, Старых, 2002: 96). Если проецировать данное утверждение на современный контекст, то происходящие в условиях технологических трансформаций процессы можно обозначить как тенденцию к разупорядочению массовой информации, а также к постепенной деконструкции институционального статуса традиционных СМИ (в первую очередь газеты), к заметным изменениям в выполняемых ими социальных функциях. Некоторые последствия такого «разупорядочения» уже можно зафиксировать, в частности происходящее на глобальном уровне снижение интереса аудитории к актуальной общественной информации, падение потребности в регулярном чтении в целом, рост интереса к развлекательному контенту и т. п. Специалисты в значительной степени связывают эти процессы с изменениями в практике медиапотребления на фоне цифровизации медиа, со снижением интереса аудитории не только к аналитической, но и к новостной журналистике, а также к содержанию, подготовленному профессиональными СМИ.

Исследование положения, в котором оказалась современная газета, представляется важным не только с точки зрения перспектив ее развития, но и с точки зрения осмысления факторов, влияющих на общественное развитие в целом, которое является сложным результатом взаимовлияния его подсистем. Исследователи оценивают как макроисторический тренд постоянное увеличение технической вооруженности людей. В этих условиях для понимания возможных общественных рисков необходимо проанализировать факторы, которые могут способствовать росту общественного диссонанса между ожиданиями от технологий и рисками от их развития, влекущими конфликты и напряженность[6].

Методология и теоретические подходы к исследованию газеты как института

Газета как первое институционализированное СМИ и как базовая платформа для развития журналистики стала и первым объектом в исследованиях российской журналистики и СМИ. В 1992 г. вышла публикация Е. П. Прохорова «Социология журналистики. Материалы к библиографии (1965–1990)», в которой уже на тот момент были обозначены 522 наименования научных публикаций, посвященных исследованию журналистики и СМИ, при этом лидирующее место в них занимали исследования прессы/печатных СМИ, по наблюдениям В. П. Коломийца[7]. Можно уверенно говорить о высокой степени научной разработанности проблематики газеты как объекта, но, несмотря на обширный теоретико-методологический фундамент трудов, прямо или косвенно относящихся к предмету нашего исследования, необходимо отметить нехватку исследований, посвященных анализу институционального статуса, динамики развития функций и ролей современной газеты, а также перспектив ее развития.

Исследователи в целом акцентируют внимание на институциональном кризисе как системной общественной проблеме, возникшей в контексте «разрушения социальной нормы постмодернистским релятивизмом, внедряющимся в структуры общественного сознания, функционирования организаций и профессиональной деятельности» (Блохин, 2022: 234) и развивающимся под влиянием различных факторов, в русле которых общественная активность в значительной степени перемещается в медиапространство. В этих условиях так называемые «старые институты» оказываются

на пути размывания своей субъектности, в имеющих критически важное значение сферах формируется своего рода «новая институциональность», характеризующаяся процессами освобождения информации и людей «от оков старых институтов» (Зубофф, 2022: 65). Макроисторический подход, в контексте которого в последние десятилетия анализируются процессы, происходящие в мире, предполагает важность выявления закономерностей того, каким образом тенденции, вызванные неравновесными состояниями, могут быть изменены. «Именно в точках бифуркации система находится в таком неустойчивом состоянии, что даже относительно слабое воздействие в нужное время и в нужном месте может изменить дальнейшую траекторию развития. Поскольку Мир-Система сегодня находится в точке бифуркации, важно понять, в каком направлении нам следует приложить наши усилия, чтобы выйти на оптимальное русло эволюции»[8].

Журналистика и СМИ как общественные институты располагаются в системном ряду между различными социальными подсистемами (политика, экономика, культура) и организациями, реализующими институциональные функции. При рассмотрении газеты, представляющей в контексте такого подхода «старую институциональность», мы опирались на ряд фундаментальных теорий, позволяющих рассмотреть объект в том числе в междисциплинарном ключе, и отталкивались от понимания социального института как способа организации общественной деятельности и социальных отношений, как структурированной формы человеческих взаимодействий, а также как сочетания правил, механизмов, обеспечивающих их соблюдение, и норм поведения (Норт, 1997: 17). Институциональный статус определяется рядом функций по регулированию социальных отношений в той или иной сфере, а процесс институционализации рассматривается как обретение институтом формы, соответствующей функциям, а также установленным правилам, нормам и способам их саморегуляции. Подходы, выработанные в рамках институциональной теории, подразумевают, что институт коррелируется с понятиями «общего согласия», или «договоренности» (Seckler, 1975), становясь, с одной стороны, фактором социальной инерции, ограждающей общество от избыточной спонтанности, с другой стороны, препятствием спонтанности развития и стабилизирующим фактором. Свойством института также является своего рода «самоусилительный контур», при котором общественные тенденции ведут к воз-

никновению и укреплению институтов, а институты, в свою очередь, укрепляют общественные практики. Институту как части системы противопоставляется понятие жизненного мира, в котором, в соответствии с идеями Ю. Хабермаса, протекают взаимодействия посредством коммуникации, поддерживающей социальную идентичность (2007: 218–264). Задачей институтов в этом контексте становится создание и поддержание системного порядка в условиях постоянно меняющегося жизненного мира (Habermas, 1993: 123–136).

Отталкиваясь от того, что социальные институты появляются в результате реализации потребностей социальных групп или общества в целом, можно сказать, что газета рождалась в ходе общественной практики как определенный образец, шаблон информационного поведения. Постепенная стандартизация, происходившая в процессе узаконивания газеты как средства массовой информации, и определяла процесс институционализации, представляющий собой закрепление статусов и ролей, приведение их в структуру, способную удовлетворять общественные потребности на системном уровне.

Как подчеркивают исследователи, «развитие общества – это очень сложный результат взаимовлияния разных его подсистем»[9]. Техническая вооруженность людей непрерывно увеличивается, однако это происходит с разной интенсивностью: эпохи медленных технологических изменений перемежаются с периодами быстрого технологического роста. При этом может возникать диссонанс между ожиданиями от технологий и возникающими в ходе их развития рисками. Таким образом, рассматривать общественное значение газеты возможно на основаниях как технологического, так и социального свойства. При этом комплекс технологических функций может видоизменяться существенно быстрее и способствовать изменениям в комплексе социальных функций газеты. На этих основаниях происходило развитие и трансформация институционального статуса и присущих газете функций в соответствии с общественно-историческими этапами, в ходе этих процессов создавалась ее статусно-ролевая структура, одобряемая/принимаемая как участниками самой структуры, так и обществом в целом.

С точки зрения индустриально-технократического подхода газета формировалась как продукт технического прогресса и как институт, способный решать текущие общественно-политические

проблемы. Вместе с институтом государства газета под влиянием таких факторов, как модернизирующиеся технологии и постоянно усложняющаяся организация, претерпевала не только технологические, но и функциональные изменения. Отталкиваясь от приведенных выше тезисов, можно обобщить некоторые характеристики, свойственные газете как общественному институту:

– газету возможно объяснить через те функции, которые она выполняет в воспроизводстве системы отношений в обществе;

– с точки зрения институционального детерминизма газета может рассматриваться в качестве препятствия спонтанности развития и стабилизирующего фактора в обществе;

– применительно к газете можно говорить об эффекте «самоусилительного контура», поскольку она возникла как результат потребности в самоупорядочении массовой информации и при этом на протяжении длительного периода формировала устойчивый эффект укрепления общественных практик;

– газета в противовес технологически новым/цифровым медиа акцентирует общество на «правилах игры» и заданных рамках, отражая и при этом структурируя спонтанность жизненного мира повседневности.

Отталкиваясь от базового понимания функции (лат. *functio* — исполнение) как обязанности, круга деятельности общественного института, представляется возможным через комплекс функций представить роль газеты как субъекта общественной структуры, имеющего влияние на целостность общей системы. С позиции эволюции комплекса функций, каждая функция может осуществляться как социальная или как технологическая, создавая при этом широкую вариабельность концептуальных воплощений самого объекта. Понятия «функция» и «роль» зачастую отождествляются, однако в системе причинно-следственных отношений функция коррелируется преимущественно с обязанностями, присущими элементу в системе, а роль воспринимается как способ ее реализации.

Журналистика делегирует реализацию базовых функций средствам массовой информации, на платформах которых функции корректируются в соответствии со спецификой данного типа СМИ. Исследователи выделяли из базовых функций те, что присущи прежде всего газете: информационную, просветительскую, воспитательную, организаторскую, аналитико-критическую, консолидирующую, гедонистическую (развлекательную) и ряд других[10]. При этом как специфическую выделяли такую функцию

газеты, как создание в сознании людей постоянно обновляемой, динамичной картины действительности, и подчеркивали, что именно благодаря газетной редакционной системе происходит «своевременная корректировка знаний, оценок, мнений, целей и методов деятельности в соответствии с динамикой и характером развития, изменения условий жизни общества»[11]. С. М. Гуревич считал газету эффективным средством межличностного и коллективного общения людей, позволяющим обратиться и к конкретному человеку, и ко многим, входящим в читательскую аудиторию, а также социальным посредником и институтом для установления связей между всеми частями и элементами общества[12]. Он же выделял функцию газеты по управлению обществом, опираясь на позицию К. Маркса, который признавал газету «третьим элементом», входящим в структуру государства, находящимся при этом между управляющими и управляемыми и призванным побуждать власть к реальным действиям[13].

Генезис российской газеты в контексте трансформации социальных функций

Исследователи истории русской журналистики всегда подчеркивали значимость газеты. Так, Б. И. Есин обозначал как главную задачу истории русской журналистики выявление «значения русской печати в культурном наследии прошлого, ее роли в идейно-политической и литературной борьбе разных эпох, ее достижений как фактора национального просвещения и института массовой информации»[14].

Газета в России, как и в других странах, возникла в соответствии с общественными запросами как инструмент информирования и решения задач государства и общества. Исторически она складывалась как институт, базовой функцией которого являлось информационное воздействие на общество. Предынституциональная фаза развития газеты, например в Европе, характеризовалась активизацией общественных процессов, усилением буржуазии, формированием капиталистического общества, созданием условий, при которых информация приобретала свойства товара. В России в этот период также формировалась потребность в международной, политической, экономической информации, что способствовало появлению «рукописных листков», которые поначалу представляли из себя переводы европейской прессы («Куран-

ты», «Вести-Куранты»). «Складывание условий для появления печатной газеты в России шло как “сверху”, так и “снизу”: с одной стороны, рукописная газета, задачи которой в допетровской Руси ограничивались интересами трона, с другой – информационные каналы, которые развивались среди населения» (Грабельников, 2022: 19).

По мнению историков журналистики, газета «Ведомости» являлась не только «первенцем русской печати» – органом государства, содержание которого в основном сводилось к пропаганде петровских реформ, но и важнейшим фактором развития национальной культуры[15]. В отличие от первых европейских газет, первая российская газета не являлась коммерческим изданием, что предопределяло иной институциональный статус и набор функций. Она выполняла функцию информационной газеты, однако реализовывала в первую очередь пропагандистские, идеологические, организационные и культурные функции. Она положила начало институциональной фазе развития российской газеты. Однако период 1700–1780-х гг. – эпоху «единичных газет» в России (Там же: 52) – можно назвать переходный от предынституциональной к институциональной фазе, поскольку в этот период лишь начинали формироваться устойчивые признаки газеты как СМИ и как общественного института. На протяжении XIX в., когда складывалась система газетной печати, произошло «собирание» аудитории и формирование газеты как института с комплексом устойчивых функций информирования, просвещения, развлечения, регулирования и коммуникации (Там же: 65). Активное развитие газет во второй половине XIX в. соответствовало прежде всего задачам государственной политики: в числе прочих газете вменялась функция «послужить делу развития современной торговли и промышленности как базы для модернизации экономики страны» (Там же: 71–72). В этот период определились социальные векторы информационной деятельности российского правительства и газета приобрела статус как «лицо официальной информационной политики» (Там же: 73).

Таким образом, газеты начали играть ключевую роль в системе российских институтов и стали важнейшим инструментом влияния на общественные процессы. В 1891 г. издавалось 70 ежедневных и 226 не ежедневных газет, а к 1912 г. ежедневных стало 417, из них 10 выходили 2 раза в день: «В прессе заговорили о смерти толстого ежемесячного журнала, основного для журналистики

XIX в. издания, господствовавшего на протяжении почти 100 лет» (Махонина, 2002: 12).

В начале XX в. русская газета начала все более активно выполнять политико-организационные функции: наиболее известным примером стала марксистская нелегальная газета «Искра» (1900), которая сыграла ключевую роль в дальнейших социально-политических трансформациях. В советский период влияние газеты как общественного института значительно усилилось. Стремительное развитие системы советских газет сопровождалось ростом их тиражей. Уже в 1921 г. тираж газеты «Известия» достигал 350 тыс. экземпляров. Очень скоро газеты начали выходить миллионными тиражами, рассчитанными на массовую, а не «элитарную» аудиторию. В 1926 г. разовый тираж советских газет составил третью часть разового тиража газет всего мира[16]. Уже в первой трети XX в. СССР по темпам издания газет опередил многие страны (в том числе США), что обеспечивалось в том числе высокой читательской активностью: так газета реализовывала функцию по развитию регулярного чтения. Строгая вертикальная система подразумевала реализацию организующей функции: центральные издания (газеты «Правда», «Известия» и ряд других, распространявшихся на территории всей страны), республиканские, т. е. издания ЦК партии советских республик, областные, городские, районные и многотиражные газеты. Государство ставило задачи по стопроцентному охвату населения газетной периодикой и по дифференциации газет применительно к различным слоям населения[17]. Газете также вменялась функция поддержки национальных культур и межнационального взаимодействия. Так, например, в 1970-е гг. газеты в СССР выходили на 56 языках, том числе на языках народов, которые в досоветский период не имели своей письменности.

Уникальной для того времени функцией стало привлечение читателей к участию в подготовке газет: предполагалось, что каждый номер газеты должен являться итогом коллективных усилий многих людей. Это решалось двумя основными способами: налаживанием обратной связи с читателями и развитием рабселькоровского движения. Современные исследователи, с одной стороны, оценивают рабселькоровское движение как институт политического контроля (Веселовский, 2012: 65–71), а с другой – говорят о «феномене рабселькорства» (Сафонов, 2015: 80–91), признавая его

социоисторическим и социокультурным феноменом, позволившим развить социальную активность и вывести общественный диалог на невиданный ранее уровень.

Также газете вменялись ценностно-ориентирующая и воспитательная функции: в критических газетных публикациях, фельетонах писали об общечеловеческих ценностях, о недостатках, придавая большое значение «публицистическому заряду» газеты, морально-нравственному ориентированию читателей. Тем не менее современные исследователи высказывают справедливое мнение, что в условиях идеологического диктата информационная, экономическая и этико-регулирующая функции советской газеты отходили на второй план, полностью подчиняясь политической[18]. Также отмечается, что в произошедшем в 1990-е гг. развале СССР сыграла свою роль утрата прессой возможности эффективно выполнять идеологическую функцию в условиях нарастающего в экономике и общественной жизни кризиса[19]. В условиях перестройки всех общественных институтов газета, как и журналистика и СМИ в целом, существенно изменила набор и иерархию свойственных ей ранее функций, новый функционал являлся ответом на новые общественные запросы[20]. Изменения в общественном договоре начали происходить уже с 1980-х гг., как ключевая ставилась задача «деидеологизации», критического осмысления истории страны, вскрытия недостатков на предыдущих этапах, разъяснения необходимости реформ. В 1985–1986 гг. приветствовалось появление в прессе «острых, проблемных материалов и конкретной критики недостатков и упущений»[21]. По сути, пресса переходила от идеологической к деидеологической функции, направленной на разрушение монополии власти, вместо реализации «функции созидания» происходила активная генерация контента, разрушавшего существующую систему.

Апеллируя к аксиологическим функциям, исследователи отмечают, что в постсоветской рыночной системе экономики газеты, как и другие СМИ, сосредоточились на материальных аспектах, сделав второстепенными государственные и общественные интересы (Битюцкая, 2023: 253). При анализе трансформации функций газеты в контексте современных изменений в России С. М. Гуревич отмечал, что газета, с одной стороны, осталась институтом по информационному обслуживанию общества, а с другой – стала коммерческим предприятием, нацеленным на получе-

ние прибыли. Он обозначал это как двойственность, создающую противоречия в функциях газеты как института[22].

В конце 1990-х усилился и закрепился «рост числа не читающих газеты или делающих это настолько редко, что трудно предполагать социальную значимость такого поведения»[23]. Распад единой когда-то аудитории газет происходил не только «по швам» бывшего СССР, но и по территориальным частям России, а также по социальным группам: «С уменьшением аудитории изданий разных типов, с появлением множества изданий новых произошло как бы расщепление единого информационного пространства»[24]. Именно в этот период было положено начало деструктивному процессу утраты газетного чтения как важной характеристики российского общества. Снижалась в иерархической структуре и роль тех функций, которые ранее представлялись имманентными для газеты: ценностно-ориентирующей функции, которая на протяжении длительного периода являлась средством ценностной генерализации, функции сохранения общей культурной памяти (коммуникация во времени), функции по передаче исторического наследия (коммуникация по оси «прошлое–настоящее–будущее»), функции формирования эталонного языка общения. В условиях конкуренции с цифровыми медиа происходило также снижение значимости коммуникативной и информационной функций газет, а также практически полная утрата функции, связанной с формированием повестки.

Е. Л. Вартанова отмечает, что разрушение вертикально-иерархической структуры газетного рынка создавало условия для новых горизонтальных конфигураций и усиления роли местных газет, оказавшихся ближе «к центру каждодневных интересов читателей»[25]. Такие трансформации оказали заметное влияние на изменения в иерархии функций газеты как СМИ, а также в понимании газетными журналистами своих ролей и миссии.

Функциональная модель современной газеты в представлении российских журналистов

В период с 2013 по 2020 г. исследовательской группой из состава сотрудников факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова под руководством/соруководством автора статьи была проведена серия масштабных исследований, целью которых было

изучение российских региональных газет[26]. Важным результатом этих исследований стало представление о происходящих изменениях и в профессиональном сознании журналистов, и в понимании выполняемого ими комплекса функций.

В 2019 г. было проведено исследование основных критериев и факторов эффективности деятельности современного журналиста в контексте новых технологических условий[27]. В опросе приняли участие 93 журналиста из 26 газет, представляющих 13 субъектов РФ. В анкету для опроса вошли темы, отражающие разные аспекты деятельности, в том числе связанные с миссией современного журналиста. Результаты подтвердили важные изменения, произошедшие в редакциях газет и характере работы журналистов. Изменения технологического характера, по мнению журналистов газет, кардинально или отчасти повлияли на их профессиональную деятельность, расшились их функции и роли: они стали выступать в качестве не только информаторов и аналитиков, но также модераторов, собеседников, развлекателей, рекламистов и т. п.

Журналисты газет ответили в том числе на вопрос о том, как они понимают миссию современного журналиста, работающего в газете, высказав при этом весьма широкий спектр мнений. Ответы показали ориентацию журналистов на общественное служение, на удовлетворение широких информационных потребностей общества и интересов аудитории. Приведем несколько цитат из анкет:

«<...> На площадках СМИ анализировать актуальные общественные проблемы и показывать различные точки зрения на всевозможные вопросы и ситуации, чтобы читатель или зритель получал максимально объективную картину действительности и мог ориентироваться в современном обществе. Это касается всех сфер жизни – начиная с политики, законотворчества, и заканчивая новыми технологиями».

«<...> Сеять правду, искоренять заблуждения, воспитывать, очищать и повышать тон общественной морали и нравов, стараться, чтобы люди становились более кроткими, более добродетельными, более милосердными, чтобы они становились во всех отношениях лучше, добродетельнее и счастливее».

«Удовлетворять потребности аудитории: оперативно предоставлять актуальные новости, в которых правдивые факты. Помогать

читателям/зрителям/слушателям ориентироваться в информационном потоке».

«Информировать, просвещать народ, вести к светлому будущему».

«Способствовать позитивным изменениям на различном уровне (человек, семья, деревня, город и т. д.), объективно информируя читателей».

«Показывать картину мира многогранно, анализировать, но позволять читателю делать вывод самому, а не вкладывать в его голову свои мысли».

«Формировать не только информационное поле, но и мышление человека, расширять его представление об окружающем мире и поднимать культурный уровень».

«Максимально доступно, достойно и корректно выступать посредником в информационных потоках между жителями региона и властью. Делать всё, чтобы граждане могли получать объективную информацию о том, как работает власть, а власть – объективную информацию о том, как живут простые люди, какие проблемы их беспокоят».

Эти интегративные формулировки отразили разные стороны комплекса функций и задач газетного журналиста: необходимость удовлетворять информационные потребности общества и аудитории, нести позитивные ценностные смыслы, содействовать воспитанию, повышать интеллектуальный уровень, развивать способность к размышлению, критическому восприятию информации, осуществлять коммуникацию между различными субъектами социального пространства, между властью и обществом, добиваться решения реальных социальных проблем, помогать людям.

Но если выделить поэлементно и посчитать представления журналистов о своих задачах, на первые места выйдет необходимость помогать обществу решать насущные проблемы, помогать аудитории ориентироваться в информации при помощи ее всестороннего анализа, понимать смысл происходящих событий и процессов, а также содействовать повышению культурного уровня, расширению кругозора и просвещению, развивать мышление аудитории и умение делать собственные выводы, способствуя процессам интеллектуализации общества (см. табл. 1).

Таблица 1

Основные функции/задачи современного журналиста в газете

Функции/задачи	Кол-во ответивших в %
Удовлетворять информационные потребности аудитории, информировать аудиторию о событиях, запечатлевать историю страны	24
Помогать обществу решать проблемы, выполнять роль социальной инженерии и менеджмента, помогать людям	13
Помогать аудитории ориентироваться в информации, понять смысл происходящего, анализировать события и процессы	13
Повышать культурный уровень, просвещать, расширять кругозор, содействовать образованию	10
Содействовать воспитанию, нести нравственные и духовные ценности, воспитывать, побуждать к добру	7
Формировать общественное мнение	7
Критиковать недостатки, вскрывать пороки	6
Писать о позитивных событиях, не давать «чернухи»	6
Развивать мышление аудитории, чтобы человек сам делал выводы, составил собственное мнение	6
Содействовать социальной справедливости	4
Содействовать коммуникации властей и жителей	4
Выявлять и обозначать проблемы	3
Общественное служение	3
Показывать передовой опыт, писать о героях	3
Содействовать развлечению аудитории	1

Таким образом, журналисты региональных газет, по сути, сформулировали функциональную модель, реализацией которой они занимаются в своей профессиональной деятельности и которая напрямую соотносится с конкретными задачами в ходе их ежедневной работы.

Выводы

Исследователи обозначают современный этап как «этап становления принципиально иных структур, возникновения иных субъектов и процессов, преобразования ряда свойств, функций и ролей медиа в условиях цифровой среды»[28].

В этих условиях можно говорить о наступлении переходного периода перед постинституциональной фазой газеты. Развитие информационных технологий является важнейшим процессом современности, в ходе которого стремительно расширяются возможности всего общества. Исследователи придерживаются мнения, что технологические изменения и интеграция традиционных СМИ и журналистики в интернет-пространстве создавали и продолжают создавать новые возможности для реализации ряда функций, в том числе информационной, мобилизационной, партисипационной, интеграционной и даже рекреационной – функций, которые теория журналистики признает важнейшими[29]. Однако очевидные трансформации в комплексе функций под влиянием социально-политических и технологических изменений создали условия для глубинных изменений в понимании роли и миссии газеты, изменений, которые предположительно могут вступать в противоречие с актуальными общественными задачами.

Какую роль играет в современных общественных процессах газета – вопрос, на который может дать ответ только само общество, однако обратить его внимание на необходимость принять то или иное решение должны исследователи. Газета как институт находится в точке бифуркации, в неустойчивом состоянии, когда даже относительно слабое воздействие может направить дальнейшую траекторию ее развития по иному руслу. В каком направлении следует приложить эти усилия, чтобы выйти на оптимальный путь развития, нужна ли обществу газета как институт с комплексом организационно-структурирующих, консолидирующих, ценностно-ориентирующих, культурно-развивающих и других функций, выпол-нявшихся ею в обществе на протяжении длительного периода, – трудно, но возможно решить уже в настоящем.

Макроисторический подход, в контексте которого в последние десятилетия анализируются процессы, происходящие в мире, предполагает важность выявления закономерностей и понимания того, каким образом тенденции, вызванные неравновесными состояниями, могут быть изменены. Можно напомнить, что газета как институт может выступать как стабилизирующий фактор. Газета – СМИ с четкой «рамкой» – имеет особые возможности «собирать аудиторию», акцентировать общественное внимание на «правилах игры», отражая, но при этом и структурируя спонтанность жизненного мира повседневности. Безусловно, в условиях развития новых технологий печатная газета как институт, осно-

ванный на «старых технологиях», все больше приобретает репутацию фактора социальной инерции. Однако успешная интеграция в цифровое пространство при условии сохранения ключевых функций должна позволить газете как устойчивому формату, сохраняющему свои имманентные признаки как в печатном, так и в цифровом виде, наряду с другими институтами продолжить играть конструктивную роль в дальнейшем общественном развитии.

Примечания

[1] Режим доступа: https://rkn.gov.ru/activity/mass-media/for-founders/media/ (дата обращения: 27.10.24).

[2] *Шкондин М. В.* Печать в условиях трансформации медиасистемы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 6. С. 42.

[3] *Вартанова Е. Л.* «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // Меди@льманах. 2023. № 3 (116). С. 8.

[4] *Вартанова Е. Л.* Цифровой переход: от технологических к сущностным трансформациям медиа? // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 8.

[5] *Коломиец В. П.* Медиатизация медиа. М: Изд-во Моск. ун-та, 2020. С. 25.

[6] Преодолевая пределы роста. Основные положения доклада для Римского клуба / под ред. *В. А. Садовничего*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023. С. 27.

[7] *Коломиец В. П.* Медиатизация медиа. М: Изд-во Моск. ун-та, 2020.

[8] Преодолевая пределы роста. Основные положения доклада для Римского клуба / под ред. *В. А. Садовничего*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023. С. 26.

[9] Там же.

[10] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023. С. 73–75.

[11] Типология периодической печати / под ред. *М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской*. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 22–23.

[12] *Гуревич С. М.* Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект-Пресс, 2004. С. 12.

[13] Там же. С. 12–13.

[14] *Есин Б. И.* История русской журналистики (1703–1917). М.: Флинта: Наука, 2001. С. 5.

[15] Там же. С. 9–10.

[16] Советская печать в документах. М.: Гос. изд-во политической литературы, 1961. С. 24.

[17] Там же. С. 49.

[18] *Бабюк М. И.* Отечественная журналистика в период перестройки: трансформация политических и социокультурных функций // История отечественных СМИ. Отечественная журналистика как единый историко-публицистический процесс. Ежегодник-2012. М.: Фак. журн. МГУ, 2013. С. 5.

[19] *Бабюк М. И.* К вопросу о восприятии пропаганды советским человеком в условиях позднего СССР: опыт частного исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2021. № 3. С. 22–53.

[20] *Бабюк М. И.* Отечественная журналистика в период перестройки: трансформация политических и социокультурных функций // История отечественных СМИ. Отечественная журналистика как единый историко-публицистический процесс. Ежегодник-2012. М.: Фак. журн. МГУ, 2013. С. 6.

[21] Там же. С. 8.

[22] *Гуревич С. М.* Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект-Пресс, 2004. С. 13.

[23] *Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д.* Газета для всей России. М.: Фак. журн. МГУ: ИКАР, 1999. С. 24.

[24] Там же. С. 32.

[25] *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014. С. 146.

[26] *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А.* и др. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. Ч. 1 // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 5. С. 3–26; *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А.* и др. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. Ч. 2 // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 6. С. 52–73; *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А.* и др. Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 64–81; *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А.* и др. Тематическая модель городских газет мегаполисов (контент-аналитическое исследование) // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 3. С. 371–393; *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Шкондин М. В.* Газеты и журналы в системе городов-миллионников: социологические исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 3–29.

[27] *Вартанов С. А., Колесниченко А. В., Смирнова О. В.* и др. Работа журналиста в современной региональной газете: творческие аспекты // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 6. С. 3–24.

[28] *Вартанова Е. Л.* Цифровой переход: от технологических к сущностным трансформациям медиа? // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 15.

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

Библиография

Битюцкая В. В. Советская журналистика 1960–1980-х гг. и российская журналистика 1990-х гг.: исторические мифы и реальная практика корреспондентов // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12. № 2. С. 248–262.

Блохин И. Н. Институциональная память журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 2. С. 233–248.

Веселовский А. Г. Действенность рабселькоровских заметок и «сигналов» в 1920-е гг. // Вестн. Томск. гос. ун-та. 2012. Вып. 7 (111). С. 65–71.

Грабельников А. А., Родионова Т. С. Русская газета, цифровая среда и аудитория: моногр. М.: РУДН, 2022.

Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2022.

Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX века: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2002.

Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023.

Сафонов Д. А. Рабселькоры как явление советской действительности 1920–1930-х годов // Вестн. Оренбург. гос. пед. ун-та. Электронный научный журнал. 2015. № 2. С. 80–91.

Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. СПб.: Питер, 2002.

Habermas J. (2007) Theory of communicative action. *Questions of social theory* 1 (1): 218–264.

Habermas J. (1993) Relations between the system and the life world in the conditions of late capitalism. *THESIS* 1 (2): 123–136.

Seckler D. W. (1975) *Thorstein Veblen and the Institutionalists: A Study in the Social Philosophy of Economics*. University Press of Colorado.

Notes

Babyuk M. I. (2013) Otechestvennaya zhurnalistika v period perestroyki: transformatsiya politicheskikh i sotsiokulturnykh funktsiy [Domestic Journalism during Perestroika: Transformation of Political and Sociocultural Functions]. In *Istoriya otechestvennykh SMI. Otechestvennaya zhurnalistika kak edinyy istoriko-publicisticheskiy protsess*. Moscow: Fakultet zhurnalistiki MGU Publ. Pp. 5–10.

Babyuk M. I. (2021) K voprosu o vospriyatii propagandy sovetskim chelovekom v usloviyakh pozdnego SSSR: opyt chastnogo issledovaniya [On the Perception of Propaganda by Soviet People in the Late USSR: A Case Study]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 3: 22–53.

Gurevich S. M. (2004) *Gazeta: vchera, segodnya, zavtra* [Newspaper: Yesterday, Today, Tomorrow]. Moscow: Aspekt-Press.

Kolomiets V. P. (2020) *Mediatizatsiya media* [Mediatization of Media]. Moscow: Moscow St. Univ Publ.

Prokhorov E. P. (2023) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki: uchebnik dlya studentov vuzov* [Introduction to the Theory of Journalism: A Textbook for University Students]. Moscow: Izdatelstvo Moskovskogo universiteta.

Sadovnichiy V. A. (2023) *Preodolevaya predely rosta. Doklad Rimskomu klubu* [Overcoming the Limits of Growth]. Moscow St. Univ Publ.

Shkondin M. V. (2013) Pechat v usloviyakh transformatsii mediasistemy [Printing in the Context of Media System Transformation]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 38–53.

Shkondin M. V., Resnyanskaya L. L. (eds.) (2009) *Tipologiya periodicheskoy pechati* [Typology of Periodical Press]. Moscow: Aspekt Press.

Sovetskaya pechat v dokumentakh (1961) [Soviet Press in Documents]. Moscow.

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryaeva A. A., Shkondin M. V. (2014) Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010-kh gg. [Newspapers of Medium and Small Cities of Russia in the 2010s]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 52–73.

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryaeva A. A., Shkondin M. V. (2015) Soderzhatelno-tematicheskaya struktura gorodskikh gazet (kontent-anali-

ticheskoe issledovanie) [Content-Thematic Structure of City Newspapers (Content-Analytical Study)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 64–81.

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryaeva A. A., Shkondin M. V. (2018) Tematicheskaya model gorodskikh gazet megapolisev (kontent-analiticheskoe issledovanie) [Thematic Model of City Newspapers of Megacities (Content-Analytical Study)]. *Theoretical and practical issues of journalism* 7 (3): 371–393.

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shkondin M. V. (2017) Gazety i zhurnaly v sisteme gorodov-millionnikov: sotsiologicheskie issledovaniya [Newspapers and Magazines in the System of Million-Plus Cities: Sociological Studies]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 5: 3–29.

Svitich L.G ., Smirnova O. V., Shiryaeva A. A., Shkondin M. V. (2014) Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010-kh gg. [Newspapers of Medium and Small Cities of Russia in the 2010s]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 5: 3–26.

Uchenova V. V., Starykh N. V. (2002) *Istoriya reklamy* [History of Advertising]. Saint Petersburg: Piter.

Vartanov S. A., Kolesnichenko A. V., Smirnova O. V. et al. (2019) Rabota zhurnalista v sovremennoy regionalnoy gazete: tvorcheskie aspekty [The Work of a Journalist in a Modern Regional Newspaper: Creative Aspects]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6 (3): 3–24.

Vartanova E. L. (2008) Novye media kak faktor modernizatsii SMI [New Media as a Factor in Mass Media Modernization]. *Informatsionnoe obshchestvo* 5–6: 37–39.

Vartanova E. L. (2014) *Postsovetskie transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet Transformations of Russian Mass Media and Journalism]. Moscow: MediaMir.

Vartanova E. L. (2023) "Peresborka" media: aktualnye protsessy transformatsii v usloviyakh tsifrovizatsii ["Reassembly" of Media: Current Processes of Transformation in the Context of Digitalization]. *Mediaalmanakh* 3 (116): 8–16.

Vartanova E. L. (2024) Tsifrovoy perekhod: ot tekhnologicheskikh k sushchnostnym transformatsiyam media? [Digital Transition: From Technological to Essential Transformations of Media?]. *Mediaalmanakh* 2 (121): 8–15.

References

Bityuchkaya V. V. (2023) Sovetskaya zhurnalistika 1960–1980-kh gg. i rossiyskaya zhurnalistika 1990-kh gg.: istoricheskie mify i realnaya praktika korrespondentov [Soviet Journalism of the 1960–1980s and Russian Journalism of the 1990s: Historical Myths and Real Practice of Correspondents]. *Theoretical and practical issues of journalism* 12 (2): 248–262. (In Russian)

Blokhin I. N. (2022) Institutsionalnaya pamyat zhurnalistiki [Institutional Memory of Journalism]. *Theoretical and practical issues of journalism* 11 (2): 233–248. (In Russian)

Esin B. I. (2001) *Istoriya russkoy zhurnalistiki (1703–1917)* [History of Russian journalism]. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russian)

Grabelnikov A. A., Rodionova A. A. (2022) *Russkaya gazeta, tsifrovaya sreda i auditoriya: monografiya* [Russian Newspaper, Digital Environment and Audience]. M.: RUDN. (In Russian)

Habermas J. (1993) Relations between the system and the life world in the conditions of late capitalism. *THESIS* 1 (2): 123–136.

Habermas J. (2007) Theory of Communicative Action. *Questions of Social Theory* 1 (1): 218–264.

Maksomina S. Ya. (2002) *Istoriya russkoy zhurnalistiki nachala XX veka* [History of Russian Journalism of the Early Twentieth Century]. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russian)

North D. (1997) *Instituty, institutsionalnye izmeneniya i funktsionirovanie ekonomiki* [Institutions, Institutional Changes and Functioning of the Economy]. Moscow: Fond ekonomicheskoy knigi "Nachala". (In Russian)

Resnyanskaya L. L., Fomicheva I. D. (1999) *Gazeta dlya vsey Rossii* [Newspaper for All of Russia]. Moscow: Fakultet zhurnalistiki MGU; IKAR Publ. (In Russian)

Safonov D. A. (2015) Rabselkory kak yavlenie sovetskoy deystvitelnosti 1920–1930-kh godov [Workers' Correspondents as a Phenomenon of Soviet Reality in the 1920–1930s]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* 2: 80–91. (In Russian)

Seckler D. W. (1975) *Thorstein Veblen and the Institutionalists: A Study in the Social Philosophy of Economics*. University Press of Colorado.

Uchenova V. V., Starykh N. V. (2002). *Istoriya Reklamy* [History of Advertising]. Saint Petersburg: Piter Publ. (In Russian)

Veselovskiy A. G. (2012) Deystvennost rabselkorskikh zametok i "signalov" v 1920-e gg. [Effectiveness of Workers' and Village Correspondents' Notes and "Signals" in the 1920s]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* 7 (111): 65–71. (In Russian)

Zuboff Sh. (2022) *Epokha nadzornogo kapitalizma. Bitva za chelovecheskoe budushchee na novykh rubezhakh vlasti* [The Era of Surveillance Capitalism. The Battle for the Human Future on the New Frontiers of Power]. Moscow: Gaidar Institute Publishing House. (In Russian)

Поступила в редакцию
27.10.2024