А.А. Тертычный, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: tertaa@yandex.ru

О СООТНОШЕНИИ ТЕХНОЛОГИИ И ТВОРЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье автор анализирует соотношение творческого и технологического начал в современной российской журналистике. Здесь также дается описание сущности творчества и технологии, их сходства и различия, роли в создании журналистских текстов. Кроме того, автор анализирует их влияние на эволюцию журналистики России.

Ключевые слова: *творчество и технология в журналистике, соотношение творческого и технологического, журналистика в России.*

In this article author analyses the correlation creative and technological originates in the contemporary journalistic of Russia. Also there is description of the essence creative and technological, their likeness and difference and role in the creation of journalistic texts. In addition the author analyses their influence on the evolution of the journalistic in Russia.

Key words: *creative and technological in journalistic, correlation creative and technological, journalistic in Russia.*

Прежде чем ответить на вопрос о соотношении технологического и творческого подходов в деятельности журналиста, следует, очевидно, ответить на вопрос: а есть ли различие между этими подходами? К этому побуждает сложившаяся практика частого понимания их как синонимичных явлений. Как же определяются понятия «технологии» и «творчества» в современной научной литературе? Рассмотрим первое понятие. В самом широком смысле слова, технология понимается как «совокупность знаний о способах обработки материалов, изделий, методах осуществления каких-либо производственных процессов»[1]. Примерно о том же говорит второе определение, согласно которому технология — это «совокупность наук, сведений о способах переработки того или иного сырья в фабрикат, в готовое изделие»[2]. А вот творчество рассматривается как «деятельность, порождающая нечто качественно новое, никогда ранее не бывшее»[3], «труд, направленный на создание нового продукта, который отвечает материальным и духовным потребностям людей» [Лазутина, 1988, с. 3—47]. Творческий значит «самостоятельно созидающий что-либо новое, оригинальное: созидательный»[4].

[1] Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2000. С. 1322.

[2] См.: *Ушаков Д.Н.* Большой толковый словарь современного русского языка (онлайн версия). URL: http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov-term-75365.htm

[3] Творчество // Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. С. 670.

В определении технологии, как видим, акцент ставится на производственно-методической стороне деятельности по созданию какого-либо продукта (то есть, на том, каким путем, например, должен создаваться тот или иной текст). В определении творчества внимание акцентируется на том, что это есть деятельность по созданию не какого-то продукта вообще, а продукта «качественно нового, никогда ранее не бывшего», а то, каким путем этот продукт будет создан, в данном случае во внимание не принимается. Понятие технологии, как правило, связывается с некоей последовательностью стандартно применяемой совокупности приемов, средств, методов, в стандартных условиях, обеспечивающей получение заранее заданных (стандартных) параметров текста. Во многих сферах деятельности (промышленность, строительство, сельское хозяйство и т.д.) нарушение существующих технологий ни в коем случае не допускается и даже преследуется в правовом порядке. Это бывает абсолютно необходимо для получения результата, отвечающего заранее заданным характеристикам, отклонение от которых недопустимо. Понятие творчества, как производства нового по содержанию и форме информационного продукта, всегда ставит перед автором проблему нового выбора и применения адекватных конкретной исследуемой ситуации, цели отображения, предмета отображения, приемов, средств, методов, наиболее эффективных, с точки зрения создания нового по своим свойствам текста. Творчество всегда связано с поиском, поскольку только в таком случае можно произвести нечто новое, неповторимое. Таким образом, можно констатировать, что применение той или иной технологии нацелено на создание того или иного стандартного продукта, и, как правило, именно к этому и приводит. Реализация же творческого подхода нацелена на создание некоего нового, оригинального продукта и способна его давать. И в том и в другом случае текст получает свои особые характеристики, потому что он, как и любой результат труда (в частности, труда журналиста), всегда «снимает» собой характерные черты деятельности, породившей ее. В данном случае это может быть либо деятельность, выдержанная в соответствии с определенной технологией, либо деятельность, ставшая проявлением субъективных возможностей и целей журналиста, т.е. реализацией собственно творческого подхода.

Какой же из этих подходов наиболее релевантен (соответствует природе) журналистской деятельности? Иначе говоря, является ли

[4] Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2000. С. 1309.

деятельность журналиста по своей природе творчеством или ремеслом?

Если исходить из того, что абитуриенты, поступающие в вузы на факультеты журналистики, обязаны проходить творческий конкурс, то и профессия, которую они обретают, вроде бы должна именоваться творческой. Тем более, что именно творческий характер профессии позволяет вести речь об авторском праве в этой сфере деятельности [Ионас, 1963, с. 28—35; Тимофеев, 2013, с. 3—24; Чертков, 1989, с. 144]. Но с другой стороны, в принимаемых ныне программах обучения студентов-журналистов изучавшийся ими ранее предмет «Основы творческой деятельности журналиста», насколько нам известно, не фигурирует. Зато присутствует целый ряд дисциплин, в названии которых содержится слово «технология». Из этого можно сделать вывод о том, что в журналистике предпочтительно видеть ремесло. Так, какой же вывод надо считать правильным?

Думается, если в качестве единственно правильного ответа выбрать тот или иной из них, то мы совершим ошибку. Поскольку технологический и творческий подходы в деятельности журналиста в реальности не исключают, а дополняют один другой. Тем более что творчество и технологии тесно связаны, причем условием появления той или иной технологии всегда становится творческий поиск. Созданные технологии способны устаревать и опять потребуется творческий поиск, приводящий к новой технологии. Иначе говоря, совершенствование в любой сфере деятельности невозможно без творчества. Отсутствие его всегда приводит к застою, деградации. Взаимосвязь творчества и технологий была замечена исследователями (в том числе, и в журналистике) уже давно (и даже зафиксирована, например, в названии одного из учебных курсов в несколько экстравагантном словосочетании — «технология творчества»[5] — как неразрывное единство).

Чем грозит нарушение данного единства, отрицание одного из отмеченных подходов применительно к журналистской деятельности? Если предположить, что журналистика есть только стопроцентное творчество, а не что-то иное, когда, как писал И. Кант, «творят как бы в состоянии наития, бессознательно, подобно тому, как творит природа», то надо будет признать и полное право автора действовать, как ему заблагорассудится, не соблюдая никаких требований и границ. Подобное признание, возможно, будет уместным в некоторых сферах деятельности, например, в искусстве, живописи, поэзии и т.д. Результатом такой безграничной свободы, очевидно, стали известные произведения абстракционистов, сюрреалистов,

[5] Видеосъемка и видеомонтаж: технологии творчества. URL: http://www.specialist.ru/course/vid?gclid=CJW8v5qrjLcCFQd6cAodsigA7g-

футуристов, символистов и др. Но во многих видах деятельности «творческая составляющая» всегда ограничивается определенными рамками технологии. Так, ни зодчий, ни инженер, ни агроном, ни шахтер и т.п., не могут нарушать определенные технологии. Более того, они просто обязаны строго соблюдать их требования. В известной мере это же можно сказать и о журналистике. Она не может быть полностью субъективированной деятельностью. Поскольку особенностью продуктов такого вида деятельности (полностью субъективированного творчества) является то, что они нуждаются в «разгадывании» со стороны воспринимающей их аудитории. Причем каждый из представителей аудитории может получить свой особый результат этого «разгадывания».

Конечно, в журналистике можно встретить немало примеров крайнего «ухода» авторов в «творческую составляющую». Но обычно результатом такого ухода становятся произведения имплицитного, «закрытого» плана [Мисонжников, 2000, с. 115], некоей эзотерической субстанции, созданной для узкого круга «посвященных». Подобный результат противен самому духу журналистской деятельности, от которой аудитория ждет актуальных, доступных, ясных, использующих язык массовой коммуникации, произведений, т.е. произведений, обладающих нужными для этой массовой аудитории характеристиками. Иначе говоря, такие качества, как эксплицитность («открытость» текста аудитории), ясность замысла, содержания, оценок, аргументов, структуры, должны выступать непременными качествами произведения журналиста.

Отсюда следует, что речь должна идти не о том, совместимы или не совместимы технологический и творческий подходы в журналистской деятельности, а о характере их совмещения, о соотношении их и, главным образом, — о превалировании того или иного из них при подготовке текста в том или ином конкретном случае.

Поскольку в настоящее время повышенным вниманием ряда редакций пользуется, активно пропагандируемый авторами ряда книг, учебных пособий [Воскобойников, Юрьев, 1993; Коппервуд, Нельсон, 1998; Колесниченко, 2008; Самарцев, 2007; Шостак, 1998] технологический подход в журналистской деятельности, выработанный ранее, в основном, в западных рыночных СМИ, и вместе с их стандартами перекочевавший в российскую журналистику, то рассмотрим подробнее, прежде всего, проявление в журналистской деятельности именно этого феномена. И, в первую очередь, посмотрим, в каких случаях превалирование его по отношению к творческому началу приемлемо, и даже необходимо, а в каких — нет. На наш взгляд, применительно к разным видам журналистской деятельности, степень жесткости и уместности применения подобного подхода должна быть разной. Если исходить из того,

что в традиционной российской журналистике существует три основных группы журналистских текстов (информационные, аналитические и художественно-документальные), то можно говорить о том, насколько технологический подход применим в создании текстов, по отношению к каждой из них.

Исторический опыт журналистики, с одной стороны и реалии ее современного функционирования в российском рыночном обществе — с другой, подсказывают, что в современных условиях наиболее жестко технологические стандарты могут «работать» в «новостной журналистике». Дело в том, что основной характеристикой продукта, производимого в этой сфере, является содержащийся в нем ответ на вопросы: что? где? когда произошло? Именно этот ответ интересен аудитории и ценность его будет определяться, в первую очередь, новизной самого отображаемого события, что никак не зависит от журналиста. И все, что способствует максимальной ясности сообщения, его доступности для восприятия, оперативности доставки в аудиторию, прежде всего, может быть обеспечено, именно хорошо отработанной технологией производства и распространения новостей (при этом, желательно, наиболее дешевой). И если такая технология существует, то она непременно будет стабильно востребована СМИ.

Говоря о технологическом подходе к созданию новостных сообщений, обычно имеют в виду использование ставшего классическим стандарта их производства, выработанного еще в прошлом столетии в журналистике США. С точки зрения этого стандарта, новостное сообщение всегда должно строиться по принципу пирамиды (обычно «перевернутой»), т.е. начинаться с краткого изложения главного факта (хедлайн), затем продолжаться более подробным его описанием (лид), а завершиться — изложением второстепенных, чаще всего — занимательных деталей события (корпус) [Воскобойников, Юрьев, 1993, с. 3—165]. Однако в настоящее время существует несколько, значительно изменивших классический стандарт производства новостных сообщений, модификаций.

Пример того, как может выглядеть современная «модернизированная» технология такого производства, можно обнаружить, обратившись, скажем, к практике подготовки новостей агентством «Интерфакс». Здесь выработана своя, жестко выполняемая технология создания новостных сообщений. Она исходит из уже описанной выше классической технологии производства новостного сообщения: здесь «любая новость строится по принципу “ножниц”, то есть, второстепенные детали должны располагаться в тексте ниже основных. Это вовсе не значит, что справка обязательно идет после свежей информации. Иногда она куда важнее для понимания смысла заметки, чем, пусть и новая, но второстепенная

информация. Иными словами, любой материал должен строиться так, чтобы редактор мог спокойно “отрезать” его снизу, не беспокоясь, что какие-то ключевые элементы истории будут потеряны» [Технология новостей..., 2011].

Это исходное требование построения новостного сообщения, однако, дополняется рядом других требований, которых должен ныне придерживаться каждый его создатель. А именно, сообщение должно начинаться «слаглайном», т.е. техническим элементом, который позволяет читателю ориентироваться в конкретном содержании заметки, еще не познакомившись с ней. «Слаглайн» должен обязательно включать в себя: 1) название страны или крупной организации, в которой произошло событие; 2) обозначение активно действующего субъекта новости — персоны, компании и т.д.; 3) новостной повод — само, отображаемое в новости событие (встреча, совещание, соревнование и т.д.). В целом схема «слаглайна» выглядит так: «место — субъект — повод» (США — Белый дом — отставка министра). Второй элемент новости — «заголовок», который представляет собой предложение, состоящее не более чем из 76 знаков. Он должен отвечать на вопросы: «Что и кто сделал?». Третий структурный элемент новости — «трешлайн» (справочная строка). Он показывает изменения, которые были произведены в тексте с момента публикации его последней версии (например: «добавлен комментарий чиновника из Министерства образования и науки»). Четвертый структурный элемент — «детлайн», т.е. место, откуда передается информация: «Москва, 20 мая, ИНТЕРФАКС» (но это, отнюдь, не место, где событие произошло). Пятый элемент — «лид», представляющий собой изложение основного смысла события, с указанием источника информации.

Свою структуру, согласно названной технологии, должны иметь и все типы новостных сообщений, выпускаемых этим агентством («молния», «срочная новость (экспресс)», «расширение», «обобщение», «обзор», «рыночный комментарий», «текст, документ», «анонс», «поправка», «аннулирование») [там же, с. 34—66].

Вот какие требования, например, предъявляются тексту «молнии», которая предваряет выход «срочной новости», оперативно донося до аудитории суть события: «Молния — это короткое оперативное сообщение, передающее суть важного события или принципиально важное высказывание в одной-двух строках... В молнии должен указываться источник информации, кроме случаев, когда сам корреспондент является свидетелем события... Молния может содержать только одну мысль (цитату). Если в высказывании содержатся две или более важные мысли, они должны быть оформлены отдельными молниями. Вместо слаглайна в таком сообщении пишется: МОЛНИЯ» [там же, с. 34].

Нельзя не согласиться с тем, что для агентства, выпускающего огромное количество новостных сообщений, использование данной жесткой технологии исключительно важно, поскольку она помогает справиться с обработкой огромного непрерывного потока информации.

Что же касается производства аналитических текстов, то здесь степень присутствия технологического фактора предполагается более низкая. В данном случае технологический подход может быть максимально проявлен, прежде всего, на этапе сбора информации, о чем уже неоднократно говорилось разными исследователями [Лукина, 2003; Ким, 1998]. Но он возможен и при выработке и использовании стандартной структуры текстов некоторых аналитических жанров, близких по своему характеру к информационно-новостным. Примером такого рода текстов может служить комментарий на страницах газетного издания «Ведомости». Здесь они создаются по определенному технологическому шаблону. Анализ подобных текстов показал, что основной целью текстов комментариев в этой газете является вынесение обоснованной оценки актуальных (прежде всего — экономических) событий, имеющих несомненный интерес для аудитории. Выяснилось также, что тексты всегда имеют два состава содержания. Первый представляет собой описание отображаемого события, а второй включает в себя информацию, которая комментирует это событие (обычно это мнения, оценки специалистов, а иногда — самих журналистов).

Новизна, оригинальность первого состава данных публикаций обеспечивается, в первую очередь, самим содержанием актуальных событий, послуживших поводом для написания комментария. А вот что касается комментирующей части, то оригинальность и новизна ее, а также доказательность зависят от характера тех мнений, оценок, которые выносят событию персоны, комментирующие его. При этом комментирующая часть обычно доминирует в текстах, составляя до 90% объема их содержания. Это доминирование в тексте интерпретирующей информации, по сравнению с информацией, отображающей событие, и придает подобным публикациям аналитический характер. Еще одной характерной чертой комментариев в данном издании является то, что, стремясь к объективности оценок отображаемого события, их авторы используют, главным образом, экспертные мнения специалистов, освещающие его с разных сторон.

Иначе говоря, комментирующая часть в данных публикациях выступает «экспертной проработкой» отображаемого актуального события. О том, что авторы анализируемых текстов обязательно представляют такую «проработку» в публикуемых комментариях, легко убедиться, сравнив между собой несколько комментариев,

взятых из разных номеров газеты, разнесенных по времени. Так, проведенное нами исследование трех десятков комментариев, помещенных в газете, показало, что каждый из текстов имеет свою собственную «экспертную проработку», включающую от трех до четырнадцати мнений экспертов [Тертычный, 2012, с. 157—175]. Журналисты газеты считают созданную технологическую модель подготовки комментариев важным технологическим ноу-хау, ставшим результатом творческого поиска редакции.

Анализируемые комментарии в данном издании, как и аналитические тексты деловых СМИ в целом, отличает то, что они «выглядят» несколько «сухими», однообразными, лаконичными, насыщенными статистическими данными, терминологией. В этом состоит одно из их отличий от детализированных, эмоциональных комментариев в общеполитической прессе или в культурно-познавательных, художественно-публицистических изданиях. Но как раз такие характеристики и были предусмотрены технологическим стандартом издания. Они считаются наиболее оптимальными, отвечающими ожиданиям аудитории данной газеты[6].

Если же речь идет о применяемых в современной журналистике более сложных аналитических жанрах, требующих более глубокого теоретического осмысления исходной информации, развернутого ответа на вопросы: зачем? почему? каким образом? и т.д., детального анализа причин исследуемых феноменов, формулирования оценок, прогнозирования, выработки предложений, вариантов действий, связанных с анализируемым явлением, то при создании их должны быть проявлены максимум творчества и минимум технологии.

Что же касается художественно-документальной журналистики, публицистики, то здесь применение какой-то технологии вряд ли уместно вообще. Поскольку даже на том этапе, который обычно называют «этапом сбора информации», применять какие-то унифицированные приемы и методы, когда речь идет о создании, например, памфлета, очерка, фельетона, не имеет смысла, хотя бы уже в силу того, что автор, работающий на этом уровне, чаще всего, обращается к уже хорошо известным аудитории фактам, явлениям, действительности. Главная цель, которую он ставит при этом перед собой, — осмыслить, интерпретировать «фактуру», оценить ее с той или иной позиции, используя возможности эмоционально-образных средств. Данный вид журналистской деятельности предполагает максимум творчества.

Стремление втиснуть аналитику, а тем более — художественно-документальную журналистику в рамки какой-то жесткой технологии не только не послужит им на пользу, но и наверняка нанесет

[6] Главная задача газеты // Ведомости. 1999. № 1. С. 1.

значимый вред. Это возможно, поскольку чаще всего предлагаемые кем-то технологии являются всего лишь последствием произвольного форматирования каких-то СМИ, построенного на субъективной уверенности в том, что именно тот или иной формат является наиболее эффективным для данного издания [Тертычный, 2010, с. 8—11]. Попытка распространить свои форматы на максимально возможное количество СМИ не чем иным, как проявлением, образно говоря, корпоративного эгоизма (а, возможно, и агрессии), объяснить нельзя. Тем не менее стремление такое существует. Вот что предлагает, например, автор книги «Практическая журналистика» тем, кто решил написать портретный очерк: «Портрет — это рассказ о человеке. При “холодном” написании журналист готовит текст без непосредственного общения с персонажем, при “теплом” — после такой встречи. Беседа при подготовке портрета может быть статичной, когда персонаж и журналист общаются, сидя напротив друг друга, и динамичной, когда собеседник что-то делает, в промежутках между действиями отвечает на вопросы журналиста. Во время разговора журналисту нужно обращать внимание на особенности речи и мышления, собирать истории и случаи из жизни персонажа, а также следить за тем, как он общается с другими людьми. При небольшом количестве времени для представления персонажа можно воспользоваться GOSS — методом, когда журналист последовательно задает вопросы о целях персонажа, о препятствиях, которые мешают ему достичь этих целей, о решениях, которые он принял, чтобы преодолеть препятствия, и о времени, когда персонаж начал действовать, а также планирует получить результаты. Характер описывается формулой “Кто? + Что делает? + С какой целью?” и раскрывается через преодоление “барьеров” — того, что препятствует персонажу достичь его цели. Придают объемность персонажу при помощи анкеты из десяти пунктов: интеллект, эмоциональность, физиология, социальная база, экономическая база, талант, посторонние интересы, семья, образование и неприязни. Информацию о персонаже подают с трех точек зрения: что он думает о себе сам, что думают о нем другие и что думает о нем автор. Семь категорий вызовов, с которыми может столкнуться персонаж, — удар по самоуважению, профессиональный провал, физический вред, угроза смерти, угроза гибели семьи, угроза гибели популяции, угроза человечеству. При время-ориентированной композиции в качестве “красной нити” берется отрезок времени, при сценоориентированной — действие развивается через смену типичных сцен из жизни персонажа, при литературной — используется сказка или метафора, которая играет роль лейтмотива. Динамизм в тексте достигается за счет смены действий и цитат “вне действий”» [Колесниченко, 2008, с. 109].

Кем была создана эта схема, с какой целью, в каких условиях может применяться, насколько она обоснована, универсальна и полезна, абсолютно непонятно. Использует ли ее сам автор пособия в том издании, в котором он публикуется, и насколько успешно, неизвестно. Но с определенной долей уверенности, можно сказать, что журналист, решивший воплотить предлагаемую технологию в жизнь, окажется в положении пресловутой сороконожки, которая, задумавшись о том, какую из своих ног и куда поставить, не могла сдвинуться с места. Главное, что может помочь журналисту, претендующему на создание портретного очерка, сдвинуться с места, является нечто другое, а именно — жизненный и профессиональный опыт, глубокое понимание человеческого характера. И еще одна малость — писательский талант. Только они помогут создать по-настоящему оригинальный портретный очерк. Если этого нет, то до поры до времени, лучше все-таки заниматься подготовкой новостных сообщений. Попытка же создать характер человека, опираясь на некую из схем, способна породить лишь убогое, ходульное произведение — и не более того.

Это, конечно же, не означает, что журналист вообще не может ориентироваться на какие-то образцы. Конечно же, может. Но такими образцами могут служить лишь произведения, созданные, например, настоящими мастерами портрета, такими, как М. Горький, Б. Полевой, В. Песков, Г. Бочаров и др. Самое важное при обращении к ним — дать себе ответ на вопрос: почему именно так, а не иначе воссоздали характеры героев, живших в определенное время в определенных обстоятельствах, авторы шедевров? И ни в коем случае журналист не должен пытаться превращать изучаемые образцы в шаблон, по которому будет создавать свои собственные тексты. А тем более — предлагать их в качестве универсальных моделей другим авторам.

А теперь попробуем ответить на вопрос: почему же чаша весов в понимании сущности профессии журналиста качнулась от представления о ней как о творчестве, к представлению о ней как о ремесле (предполагающем, соответственно, превалирование неких технологий над творческим подходом)? Это можно объяснить, на наш взгляд, разными причинами. Полагаем что, в первую очередь, надо иметь в виду две из них. Первая — перенасыщенность общества информацией, что является результатом его глобализации, а также вследствие возникновения всемирной паутины — Интернета. Перепроизводство информации заставляет искать наиболее эффективные технологии, обеспечивающие максимум лаконичности форм ее подачи, доступности и оперативности. Вторая — изменение статуса журналистики в обществе, вызванного, на наш взгляд, давлением на нее современных рыночных отношений.

Если когда-то журналист был «властителем дум» (Н. Добролюбов, Н. Чернышевский, В. Белинский, В. Короленко и др.), а потом — «пропагандистом, агитатором и организатором, просветителем» (М. Горький, В. Воровский, А. Луначарский, Г. Радов, А. Аграновский, Г. Бочаров и др.) и его слово, мнение, много значили для аудитории, то теперь ситуация иная. Теперь в журналисте видят «наемного работника», выполняющего волю того, кто платит деньги. Теперь он вроде бы и не творец, а рабочий у конвейера, «обслуживающий персонал». Современный рынок не нуждается в «голосах совести», «пророках» и «социальных адвокатах» и пр., он нуждается в создателе хорошо продаваемого информационного товара. Ведь в условиях рынка, как и продукты труда в иных сферах деятельности, «материалы культуры (а журналистика включена в эту сферу деятельности. — *А.Т.*) приобретают форму товара, созданного для продажи и получения прибыли. Ценность такого товара обусловливается не его художественными достоинствами, а логикой товарного производства и обмена. По этой причине неотъемлемыми чертами культурного производства становятся стандартизация, массовость, стереотипность» [Вартанова, 2004].

Естественно, что такое производство в основе своей будет опираться, прежде всего, на определенные стандартные «конвейерные» технологии, а не на творческие озарения авторов. «Конвейер» при производстве информационного продукта (прежде всего, сенсационно-новостного) удешевляет его начальную стоимость, а значит — повышает прибыльность. Вместе с тем, «машинизированная», «шаблонизированная» журналистика, теряющая творческое начало, будет становиться все более примитивной профессией, выполняющей, в первую очередь, роль средства извлечения прибыли или средства манипулятивного воздействия на аудиторию. А это, в свою очередь, неизбежно ведет к снижению общественного доверия к журналистам, о чем красноречиво говорят и данные социологических опросов населения.

Так, исследование, проведенное в России в 2010 г. ВЦИОМ, показало, что представители СМИ вызывают доверие лишь у 32% опрошенных[7]. А по данным опроса, проведенного в 2008 г., журналистам доверяет лишь 3% из всех опрошенных москвичей[8]. Неутешительными были и результаты опроса, проведенного в 1998 г. американским исследователем Харрисом, показавшие, что бóльшая часть аудитории «не доверяет лидерам профсоюза — 58%, журналистам — 52%, дикторам ТВ — 52% и членам конгресса — 51%.

[7] Милиционеры проиграли журналистам в доверии россиян. URL: http:// lenta.ru/news/2010/01/12/trust/

[8] Москвичи не доверяют политикам, журналистам и милиционерам, а 7% не доверяют никому. URL: http://www.mosmedclinic.ru/articles/33/2165

<...> Исследование мнений публики говорит о тревожном состоянии и неприглядном образе журналистики...» [Скотт, 2006, с. 148].

В ряду других факторов, которые могут помочь восстановить высокий статус журналистики, сохранить истинное предназначение профессии, несомненно, стоят также сохранение и укрепление паритета ее творческого и технологического начал.

Список литературы

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика в системе современных исследований СМИ // Медиаскоп. 2004. Вып. 1.

Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация: профессиональный опыт западной прессы. М., 1993.

Ионас В.Я. Критерий творчества в авторском праве и судебной практике. М.: Юридическая литература, 1963.

Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.

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

Коппервуд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. М., 1998.

Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества. М., 1988.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект Пресс, 2003.

Лукина М.М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003.

Мисонжников Б.Я. Отражение действительности в тексте // Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2000.

Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста. М., 2007.

Скотт Б. Старые заповеди и новые мантры: американский взгляд на эволюцию журналистики // Журналистика на перепутье. Опыт России и США / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: МедиаМир, 2006.

Тертычный А.А. О соотношении понятий «концепция», «тип», «профиль», «формат издания» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6.

Тертычный А.А. О жанровых форматах современных СМИ // Жанры СМИ: история теория, практика. Самара, 2012.

Технология новостей от Интерфакса / Под ред. Ю.А. Погорелого. М.: Аспект Пресс, 2011.

Тимофеев А.Н. Интеллектуальная собственность журналиста периодической печати: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2013.

Чертков В.Л. Авторское право в периодической печати. М.: Юридическая литература, 1989.

Шостак М.И. Журналист и его произведение: Практическое пособие. М.: Гендальф, 1998.

Поступила в редакцию
09.07.2013