ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Дугин Евгений Яковлевич, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой телевизионной журналистики Академии медиаиндустрии, член Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации; e-mail: e.dugin@yandex.ru

ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ В ОСМЫСЛЕНИИ МЕДИА И ЖУРНАЛИСТИКИ

В статье рассматривается дихотомия «традиции—новации» в журналистике и медиа. Теории коммуникации создавались в периоды доминирования линейных СМИ в условиях информационного дефицита. Современный переизбыток информации требует переосмысления традиций в целях создания новых ценностных ориентаций для российского общества.

Ключевые слова: *традиция, новация, журналистика, медиасистема, стратификация общества.*

Evgeny Ya. Dugin, Doctor of Sociology, Professor, Head of the Chair of Television Journalism at the Academy of Media Industry, Member of the Scientific Advisory Board at the Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation; e-mail: e.dugin@yandex.ru

TRADITIONS AND INNOVATIONS IN UNDERSTANDING THE MEDIA AND JOURNALISM

The article considers the dichotomy of tradition and innovation in journalism and the media. The communication theories were created in the periods of linear media's prevalence and in conditions of information deficit. The contemporary overabundance of information calls for a reconsideration of traditions in order to create new value orientations for Russian society.

Key words: *tradition, innovation, journalism, media system, stratification of society.*

Для отечественной журналистики нынешний год знаковый. По инициативе декана факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, профессора Е.Л. Вартановой 2017 год объявлен годом журналистского образования. Самое время для того, чтобы проанализировать достижения и недостатки с тем, чтобы улучшить работу в дальнейшем, постюбилейном времени. Факультетом сделано колоссально много, если учесть скольким талантливым людям за шесть с половиной десятилетий он помог расправить мощные крылья творчества, воспитал плеяду знаменитых жур-

налистов. Но оставим этот вектор ораторам на предстоящих юбилейных заседаниях.

В научном журнале представляется уместным осмыслить как то, что закрепилось в виде традиций в журналистике и медиа, так и то, что можно определить в качестве инноваций.

Известный польский социолог с мировым именем Пётр Штомпка определяет традицию как «совокупность тех объектов и идей, истоки которых коренятся в прошлом, но это то, что и можно обнаружить в настоящем, т.е. все, что не было уничтожено, выброшено или разбито. В данном случае традиция равносильна наследию – тому, что реально сохранилось от прошлого. Любая традиция, независимо от содержания может сдерживать творчество или новации, предлагая готовые рецепты современных проблем» (Штомпка, 1996: 90).

Принято считать, что в научном сообществе сложились следующие школы журналистики. Московская, с ее фундаментальным научным обоснованием деятельности медиа и воспитанием звезд экрана и прессы. Питерская школа известна обстоятельными историческими исследованиями. Ростовская внесла концептуальный вклад в историко-теоретический и типологический подходы. Екатеринбургская и Челябинская школы во главу угла ставят профессионализм журналиста и т. д.

К наиболее разработанным в науке проблемам СМИ, имеющим устойчивые традиции, можно отнести следующие направления: фундаментальные исследования истории журналистики и публицистики; теория печатной, телевизионной и радиожурналистики; новаторские разработки в сфере экономики и социологии медиа. Традиций без имен не бывает. Мне доставляет удовольствие, смешанное с чувством признательности и благодарности, назвать имена моих учителей и коллег, которые заложили мощные традиции в научные представления об информационно-коммуникативных процессах, деятельности журналистики и медиасистем. Прежде всего, это те, у кого довелось учиться, с кем посчастливилось общаться и дружить: Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий, Б.И. Есин, А.В. Западов, Е.А. Корнилов, Г.В. Кузнецов, С.А. Муратов, Е.П. Прохоров, Д.Э. Розенталь, В.Н. Ружников, В.В. Учёнова, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский и др.

Все названные и неназванные (простите меня) имена и научные направления отмечены безусловным вкладом в становление и

развитие традиций научного осмысления журналистики в нашей стране.

Методологически верным представляется рассматривать традиции и новации в науке о журналистике в контексте дихотомии «традиции–новации» в обществе. Традиции принято соотносить с чем-то несовременным, устаревшим. Вместе с тем традиция определяется как «социальное и культурное наследие, передающееся от поколения к поколению и воспроизводящееся в определенных обществах и социальных группах в течение длительного времени» (Гофман, 2008: 18).

В известном смысле говорить о закреплении традиций в современных условиях рискованно потому, что на изломе веков в России произошла и продолжается кардинальная трансформация общества и государственного устройства, которые привели к тому, что «совокупность объектов и идей» были старательно уничтожены и выброшены как архаичные. Под воздействием волны кризисов, финансовых, политических и социально-экономических факторов меняются традиционные ценности, морально-психологические настроения в обществе, привычный уклад жизни миллионов людей. Вместе с тем население приобрело опыт «выживания», преодоления финансовых кризисов, что повысило адаптивные способности россиян. Отмеченные процессы создали в массовом сознании сложные конфигурации. Так, верность традициям поддерживает примерно половина населения страны, но, «будучи противопоставлен как поведенческий принцип инициативности и предприимчивости (верность традициям. – *Е.Д.*), проигрывает в поддержке этому последнему, а количество неопределившихся возрастает с 35 до 63%» (Горшков, Петухов, 2015: 98). Эти данные вряд ли возможно интерпретировать однозначно в связи с тем, что приверженность традициям в массовом сознании обусловлена особенностями формирования российской идентичности. «Имеющееся у значительной части населения видение России как особой цивилизации (базирующейся на традиционализме и вере) является одним из ключевых параметров российской (особенно русской) культурно-исторической идентичности, а потому не может быть подвержено существенным модификациям без потери россиянами своей идентичности» (Горшков, Петухов, 2015: 102). Конечно, это не означает, что на уровне обыденного сознания традиционно ориентированные россияне будут отвергать научно-технические достижения и стиль жизни англо-саксонской

цивилизации. В журналистских публикациях стоит учитывать, что муссируемый в медиапространстве образ «Россия – великая держава» предстает в массовом сознании одним из наиболее болезненных факторов культурно-исторической идентификации российского населения.

Рассматривая дихотомию «традиция – инновация», необходимо быть предельно осторожным, поскольку то, что сегодня воспринимается в качестве инновации, завтра становится традицией, а то, что по общему признанию является традицией, когда-то было новацией. Исследователи нередко смешивают понятия «новация» (новшество) и «инновация» (нововведение). Разделение этих понятий имеет основополагающее значение для понимания динамики традиции, определяющей «четкую дифференциацию двух состояний практического опыта: новационного и общепринятого (индивидами или группами), т.е. стереотипизированного. Инновация как раз и относится ко второму состоянию, выражающему начальный этап формирования традиции. Тем самым оно относится уже к общественному классу традиционных (а не собственно инновационных) явлений» (Маркарян, 1989: 35). Иными словами, под инновацией принято понимать введение новых технологий или продвинутых моделей деятельности.

Однако механизм инноваций не универсален. В одних случаях новаторские подходы и модели удачно «вписываются» в традиции. В других же случаях инновации, клонированные по образцам другой цивилизации, отторгаются традициями, инерцией предшествующего опыта социальных систем. Отмеченная закономерность особенно остро проявляется в сферах деятельности, связанных с массовым сознанием, потому что привычки, ценностные ориентации оказываются наиболее устойчивыми, укорененными в повседневной жизни населения.

Традиции и инновации в осмыслении медиа и журналистики взаимообусловлены, с одной стороны, трансформациями в массовом и персонифицированном сознании и настроениях в обществе, с другой – с переменами в деятельности медиа и в журналистике как социальных институтов. Минувшая четверть века для России вместила в себя события и кардинальные трансформации, которые прослежены в многолетнем, беспрецедентном, крупномасштабном социологическом проекте Института социологии (ИС) РАН «Динамика социальной трансформации современной России в социально-экономическом, политическом, социокультурном и

этнорелигиозном контекстах» (Российское общество и вызовы времени (книги 1–4)).

«Основные потери, понесенные российским обществом в последние годы, – отмечается в исследовательском проекте – россияне видят, прежде всего, в снижении уровня жизни населения и общеэкономическом спаде, ухудшении положения дел с занятостью (51–63%), а также в сфере здравоохранения, жилищной ситуации, ситуации с коррупцией (33–38%), в негативных изменениях фундаментальных основ жизни социума – сферы морали и социальной справедливости (35–36%)» (Россия реформирующаяся, 2016: 7).

Социологические исследования, проведенные в последние десятилетия, дают основание полагать, что сложные, многофакторные ситуации, через которые проходят россияне в условиях реформирования России, обусловлены не только экономическими и психоэмоциональными факторами, но и – в немалой степени – мировоззренческими позициями, которые влияют на формирование жизненных установок. Попытки коррекции жизненного выбора с помощью медиакоммуникаций не находят адекватного выражения. Отчасти это происходит потому, что современные медиасистемы не в полной мере выполняют навигационные функции, содействующие ориентации людей в сложных жизненных ситуациях, в частности в выборе траектории своей судьбы.

Как известно, основные концепции и теории коммуникации создавались в периоды доминирования линейных СМИ в условиях усеченных ценностей и дефицита информации. Современные жизненные ценности, формируемые в условиях избыточности информации, направляют личность не на достижение целей, а на персональное саморазвитие, на сохранение социальных, дружеских контактов и семейных ценностей. В противоположность традиции поиск смысла в современных условиях турбулентной экономики и непредсказуемости социальных процессов менее всего ориентирован на абстрактное, обезличенное, функциональное. Мотивация совершения поступков, принятия решений, формирование системы ценностей – все эти условия бытования личности не являются чем-то врожденным. Они стимулируются и развиваются, активизируются «взаимодействием с другими людьми, идеями, произведениями искусства, природой. И, конечно, с голосом собственной совести...благодаря диалогическому взаимообмену с другим возникает нечто новое – например, открываются новые

способности, становятся лично значимыми новые ценности» (Лэнгле, Уколова, Шумский, 2014: 381).

Коммуникативные механизмы зарождения новых качеств личности, как правило, не служат ориентацией для журналистской деятельности по ряду обстоятельств. Прежде всего, потому, что в обучении журналистов недостаточно учитываются и используются методы персонального экзистенциального анализа, освоив которые журналист, подобно психотерапевту, был бы способен выявить и раскрыть в публикациях глубинные, сущностные черты личности, а не ограничиваться торопливым, поверхностным их описанием.

Современная социокультурная ситуация обусловлена новым для нашей страны вектором, а именно проблемой самодетерминации личности, вынужденной самостоятельно делать свой выбор. Вопрос о самоопределении личности выдвигается в разряд основополагающих для повседневной жизни социума. В самом деле от того, на какие качества опирается человек как субъект самоопределения, зависят и смысловые ориентации личности, ее идейные, нравственные искания и предпочтения.

Непродуманные реформы нанесли «социальную травму» обществу и, как следствие, привели к расщеплению, «атомизации» общества, к утрате социального статуса многими слоями населения (прежде всего интеллигенцией). А далее, следуя логической цепочке, произошло разрушение совокупности устоявшихся коммуникативных связей, в рамках которых только и возможны рефлексия, креативность и даже обыденный здравый смысл. Не по этой ли причине выхолощенные коммуникативные связи заполнились бездумными, облегченными телевизионными форматами, уводящими от осмысления реальной жизни? Например, на телевидении анализ социально-экономических процессов, происходящих в действительности, подменился форматом «реалити-шоу» и бесконечной чередой псевдоразвлекательных программ, ничего не дающих ни уму ни сердцу, к тому же оторванных от забот повседневности. «Квазиновостная и псевдоаналитическая фактура телевещания и спецпроектов в Интернете приучает массы к поглощению микро- и макросенсаций – в нездоровых дозах при невнимании к течению повседневности и состоянию обыденности» (Рубцов, 2017). Возможно, небезызвестная «притерпелость» россиян и есть следствие многолетнего «приучения к поглощению» сенсаций и пошлых телеразвлечений, которые активизируют ни-

зовые структуры массового сознания при снижении стимула к конструктивным моделям мышления и поведения. Не способствует формированию конструктивного мышления и здравого смысла избыточная лента переполнивших социальные сети противоречивых фактов, сенсационных, непроверенных вестей. Но именно из них создается та виртуальная реальность, в которой «живет» загадочное компьютерное поколение «Х», подарившее миру феномен «клипового мышления».

На фоне «постлихих 90-х» власти предприняли было попытку заполнить идеологические лакуны призывами к инновации и модернизации... но, увы, отсутствие соответствующего обоснования реального развития страны и необходимых организационных усилий для их осуществления, не смогло привести к положительным результатам реформирования государства и общества. Более того, объявленный курс на модернизацию и инновацию государства через несколько лет сменился посылом властей «дальше будет еще хуже».

Возможно, с процессами реформирования сыграл злую шутку век виртуальной реальности, который ставит знак тождества между смысловыми иллюзиями и способами их отражения. Виртуализацию жизни можно рассматривать в качестве дополнительного механизма, делающего переход из реального в вымышленный мир плавным и незаметным, что предоставляет неслыханные ранее возможности для развития «мягкой силы». К тому же переход в виртуальный мир человек совершает самостоятельно, при помощи Интернета, компьютера, разнообразных гаджетов, используя для этого многообразные индивидуализированные информационно-коммуникативные технологии. В противовес «восстанию масс», предсказанному философом Ортегой-и-Гассетом, в условиях современной медиареволюции массам восставать не приходится, потому что они без каких-либо указаний, по лично мотивированной инициативе, «атомизировались» в рамках персонифицированного медиапотребления и бытуют виртуально в коммуникативных сообществах.

Социологические исследования общественных настроений показывают, что в современных условиях «мировоззрение россиян характеризуется примерно равной представленностью в нем установок двух полярных типов, которые в самом общем виде можно охарактеризовать как тяготеющие к условно активистской и пассивной модели» (Горшков, 2016: 19–20). С одной стороны, в мас-

совом сознании населения еще устойчивы традиции советского прошлого с всесильной ролью государства и, соответственно, патерналистским мышлением, «уравниловкой» и коллективистским типом организации жизни и потому сильна ориентация на поддержку со стороны государства (55%). Другая часть населения России (45%) оказалась приверженной индивидуализации сознания и опирается на собственные силы, не рассчитывая на помощь государства (Горшков 2016: 20).

Как известно, преобладание в обществе пассивной части населения растягивает процессы обновления и модернизации на продолжительное время, измеряемое даже не десятилетиями, а веками. Тем более что в повседневности человек думает не о модернизации, а о выживании. Похоже, что модернизационные реформы в России затормозились именно по причине того, что подавляющая часть населения была занята выживанием, а не стремлением к инновационным достижениям. К тому же во все времена, независимо от общественного строя или государственного устройства, именно традиции, устоявшийся, привычный уклад жизни общества подгоняют поведенческую модель человека под единый стандарт.

Таким образом, разделение общества по мировоззренческим позициям создает существенные, порой непреодолимые сложности для институтов влияния на массовое сознание. В первую очередь, для структур власти и управления, а также информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Традиционные методы взаимодействия с населением, аудиторией СМИ, коммуникативными сообществами оказываются малопригодными для создания новых смыслов жизни современного общества.

Журналистике в силу своего предназначения, особенно в кризисных условиях, приходится не только осознавать приметы и тенденции социальных трансформаций, но и предлагать пути развития общества, способствовать процессам идентичности, укреплять социальные связи и ценностно-нормативные ориентации населения. Если говорить о научном осмыслении журналистики и медиасистемы, то, опираясь на традиции, наука может и должна предложить новые методологические подходы и принципы осмысления новых явлений, факторов и практик трансформации общества и государства.

Если раньше теория и методология исследования СМИ основывалась на «единственно верном учении», то теперь появилась

возможность применения альтернативных аналитических моделей. В отличие от классической модели научного исследования, в основу которой был положен принцип *монизма*, понимаемого как признание истинной единственной научной концепции, неклассические модели исповедуют принцип *номинализма*, который ориентирован не на установление причинно-следственных связей, а на постижение смысла индивидуальных действий людей, на анализ уникальности, выявление ценностей, характеризующих персонифицированные различия в обществе (Дугин, 2005: 202).

Нетрудно заметить, что журналистика и публицистика руководствуются *принципом номинализма*, когда проникают в мир личности и воспроизводят свои представления в формах, или, говоря профессиональным языком тележурналистики, в форматах, адекватных культурным традициями общества. Таким образом, неклассическая методология анализа информационно-коммуникативных процессов, объединяя в исследовательском поле традиции и новаторство, оказывается наиболее подходящей для выявления смысловой сущности медиасистем и журналистики.

Что касается попыток использования западных технологий влияния на общественное мнение и настроения людей, то они в нашей стране не всегда приводят к ожидаемым результатам. В качестве примера можно сослаться на неудачную избирательную кампанию Е.Т. Гайдара в качестве лидера партии «Демократический выбор России – объединенные демократы» по выборам в Государственную Думу в 1995 г., пиаровское обеспечение которой было построено на западных технологиях, не учитывающих традиции, ментальность и ценностные ориентации российского населения. По той же причине потерпел поражение на парламентских выборах и блок «Союз правых сил» в 2004 г., сопредседателем которого был также Е.Т. Гайдар – ярый адепт западных экономических теорий. К слову сказать, и его либеральные реформы провалились потому, что были оторваны от реалий российской жизни, противоречили ментальности, традиционным ценностям и образу жизни населения страны.

Небезызвестные попытки перенесения западных теорий и методологий на исследования деятельности российских СМИ за довольно продолжительное время не принесли ощутимых результатов. Не по этой ли причине в отечественной науке о журналистике пока не выработано современных концепций, признанных научным сообществом. Многие традиционные пос-

тулаты и научные разработки были отброшены. Актуализировались проблемы языка научного дискурса, обусловленные тем, что без предварительной экспертизы в исследованиях гуманитарной сферы «некорректно используются понятия, возникшие в одной социокультурной среде для описания ситуации в другой социокультурной среде и теоретических конструктов, разработанных на материале одних цивилизационных ареалов, для объяснения исторических событий в других цивилизационных ареалах» (Лубский, 2005: 65).

Чрезмерное увлечение терминами, понятиями и теоретическими конструктами, заимствованными из представлений о журналистике и функционировании медиа в иной социокультурной среде, существенно замедлило разработку теории отечественных СМИ. Более того, поверхностное представление о гражданском обществе позволило выдвинуть некорректное заявление, сформулированное как краеугольный камень новой теории медиа, что «журналистика всегда должна быть в оппозиции власти». Этот тезис критически переосмыслен в ходе исследования газет средних и малых городов России. Авторы справедливо отмечают, что «не кажется безусловной распространенная точка зрения, что СМИ всегда должны быть в оппозиции власти. Если власть, тем более выбранная народом, старается решить его нужды, она заслуживает всяческой поддержки газет» (Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин, 2014: 12).

Западные теории и концепции медиа постулируют, что одна из главных функций журналистики заключается в контроле над институтами власти и управления. Иными словами, журналистике предлагается заниматься несвойственной ей деятельностью, подменяя собой парламент и структуры гражданского общества.

Между тем возможности медиа в сфере управленческо-властных и контрольных функций весьма ограничены. За неимением достаточных сил и средств журналистике следовало бы сосредоточиться на информировании населения, на налаживании и поддержании социальных взаимосвязей как по вертикали, так и по горизонтали при помощи диалога власти и общества. Журналистике вполне по силам активизация деятельности коммуникативных сообществ с целью выработки согласия, консенсуса вокруг определенных ценностей.

Новаторские коммуникативные стратегии медиа представляется целесообразным разрабатывать в русле ценностей, вкусов, по-

требностей, настроений, способствующих поиску и утверждению национальной идентичности общества. К сожалению, отечественные коммуникативные стратегии, как, впрочем, и экономическая политика, пассивны и не отличаются конструктивностью. Поэтому, не имея собственных внятных стратегий развития, мы вынуждены отдавать инициативу взаимодействия с аудиторией иностранцам: в кинотеатрах идут преимущественно американские фильмы, значительная часть отечественных телевизионных передач представляет собой кальку с западных телепрограмм и т.д. Выходит, что посредством «мягкой силы», через рекламу, фильмы, глобальную сеть иностранный капитал управляет потреблением товаров в нашей стране, диктует модели поведения и сознания населению России.

Наряду с этим, теория и практика современной отечественной журналистики развиваются по путям, слабо соприкасающимся с жизнью общества. Так, например, подавляющее большинство россиян (82%) называют самой болезненной проблемой современного общества неравенство доходов и иные виды социальной несправедливости: неравенство в доступе к медицинской помощи и образованию, рабочим местам; различия в жилищных условиях, возможностях для детей из разных слоев общества. Столкнувшись с социальной несправедливостью и социально-экономической уязвимостью, значительная часть населения постоянно находится в состоянии раздражения, озлобленности и/или агрессии (Горшков, 2016: 13–14). Если «наложить» иерархию значимости этих проблем для массового населения на тематико-жанровые матрицы медиа, то нетрудно убедиться в существовании «ножниц» между «кричащими» проблемами общества и содержательной направленностью контента, предлагаемого журналистикой и медиаиндустрией развлечений.

Как известно, досуговое время служит пространством активного пользования медиа. Анализ различных моделей проведения свободного времени россиянами показывает, что «низкое разнообразие досуга наименее благополучных слоев населения свидетельствует об отсутствии предпосылок к формированию у их представителей «культуры потребления» в том ее понимании, которое оно имеет в развитых странах. При этом «снижение за последние годы насыщенности досуга россиян на фоне роста их активности на товарных рынках ставит вопрос о том, возможно ли вообще на основе русской культуры, которой не свойственны гедонистиче-

ские ценности, формирование общества потребления с характерными для него идеалами, а не просто массовое распространение установок на все большее накопление домашнего имущества» (Горшков, Тихонова, 2013: 234). Надо учитывать также, что повышению культуры потребления и разнообразию досуга препятствуют низкие доходы населения. Между тем, на формирование общества потребления в России работает вся мощь медиаиндустрии с ее назойливой рекламой, конкурсами и «заманчивыми» предложениями, от которых легковерные россияне не могут отказаться и попадают впоследствии в долговую кабалу или пополняют трагичный список суицидальных жертв.

Судя по деятельности современных медиа, для журналистики оказался неведомым процесс трансформации социального состава населения России за минувшие четверть века. На основе многолетних социологических исследований выявлена типология стратификации современного российского общества, которая остается неизменной последнее десятилетие. Как представляется, журналистам и исследователям крайне необходимо учитывать социальную структуру российского общества, сложившуюся в результате социально-экономических трансформаций последних десятилетий. Эксперты отмечают, что «число тех, кто заведомо должен был скатиться по "социальной лестнице" вниз на вновь образовавшиеся позиции "социальных низов" было в десять раз больше, чем число тех, кто получил возможность попасть на появившиеся на ее верху новые структурные позиции, которых не было в советское время (треть против 3–5% населения)» (Тихонова, 2014: 356).

В новой стратификации российского общества примерно 60% населения составляют малообеспеченные, и они лишены возможности выбирать себе стиль жизни. Остальные 40% находятся на относительно благоприятных структурных позициях (Тихонова, 2014: 362). Любопытно было бы получить ответ на вопрос: «На какую из страт общества ориентированы публикации нынешней медиасистемы и, в частности, передачи телевидения?». Уточним, что под публикацией понимается взаимодействие текста и образа с аудиторией, с коммуникативным сообществом. Речь в конечном счете идет о коммуникативной стратегии медиаиндустрии, потому что соотношение 40:60 сохраняется довольно продолжительное время. Будущее нынешней стратификационной модели российского общества зависит от состояния экономики страны: либо она продолжит быть сырьевым ресурсом для остального мира и, соот-

ветственно, превратится в отсталую страну «третьего мира»; либо, согласно другому сценарию развития, Россия войдет в ряды стран с «экономикой знаний», что увеличит численность среднего класса и создаст благоприятное соотношение благополучного и неблагополучного населения.

Конечно, альтернативные нормативные модели медиасистем и проекты их реформирования «не должны уничтожать глобальную либеральную журналистику с ее узловыми пунктами. Однако необходимо, несмотря на сложность такой работы, переоценить концепции, понятия, практические методы и опыт, предлагаемые этими моделями и проектами, чтобы понять, применимы ли они в контексте современных СМИ» (Засурский, Здравомыслова, 2006: 150).

И кому как не отечественной журналистике, имеющей более чем трехвековой опыт, опирающейся на реальные знания социально-экономической, социокультурной ситуации и настроений населения, переосмыслить традиции и предложить новые смыслы для современного реформирующегося общества и государства в поисках российской идентичности. Журналистика фактов, мнений должна быть дополнена журналистикой знаний. И в этом смысле вовсе не лишним будет разработка спецкурсов, ориентирующих студентов в понимании реальных социокультурных процессов, в динамике стратификации общества, а также социально-психологических настроений россиян. Эти новые подходы и знания должны стать обязательной составной частью программ как обучения будущих журналистов, так и повышения квалификации работников медиаиндустрии. Это было бы достойным вкладом в год журналистского образования.

Библиография

Гласность и журналистика: 1985–2005 / под ред. *Я.Н. Засурского, О.М. Здравомысловой*. М.: Международный фонд соц.-экон. и политических исследований (Горбачев-Фонд), Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2006.

Лэнгле А., Уколова Е.М., Шумский В.Б. Современный экзистенциальный анализ: история, теория, практика, исследования. М.: Логос, 2014.

Дугин Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М., 2005.

Лубский А.В. Альтернативные модели исторического исследования. М.: Социально-гуманитарные знания, 2005.

Маркарян Э.С. Проблемы целостного исследования культуры в антропологии США // Этнология в США и Канаде / под ред. *Веселкина Е.А., Тишкова В.А.* М., 1989.

О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. *Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е.* М.: Весь Мир, 2013.

Российское общество и вызовы времени. Книга первая / под ред. *Горшкова М.К., Петухова В.В.* М.: Весь Мир, 2015.

Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / под ред. *Горшкова М.К., Петухова В.В.* М.: Весь Мир, 2015.

Российское общество и вызовы времени. Книга третья / под ред. *Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е.* М.: Весь Мир, 2016.

Российское общество и вызовы времени. Книга четвертая / под ред. *Горшкова М.К., Петухова В.В.* М.: Весь Мир, 2016.

Рубцов А. Метафизика власти: политическая история // Ведомости. 13.03.2017.

Тихонова Н.Е. Социальная структура России: теории и реальность. М.: Новый хронограф: Ин-т социологии РАН, 2014.

Традиции и инновации в современной России. Социологический анализ взаимодействия и динамики / под ред. *А.Б. Гофмана*. М.: РОССПЭН, 2008.

Россия реформирующаяся: Ежегодник (сборник научных статей) / отв. ред. *М.К. Горшков*. Москва: Новый хронограф, 2016. Вып. 14.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 5.

Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект-Пресс, 1996.

References

Zasursky Ya.N., Zdravomyslova O.M. (eds.) (2006) *Glasnost' i zhurnalistika: 1985–2005* [Glasnost and Journalism: 1985–2005]. Moscow: Mezhdunarodnyy fond sots.-ekon. i politicheskikh issled. (Gorbachev-Fond), Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova.

Lengle A., Ukolova E.M., Shumskiy V.B. (2014) *Sovremennyy ekzistentsial'nyy analiz: istoriya, teoriya, praktika, issledovaniya* [Modern Existential Analysis: History, Theory, Practice, Research]. Moscow: Logos Publ.

Dugin E.Ya. (2005) *Sozdanie smyslov v elektronnuyu eru: Metodologiya i tekhnika novykh znaniy i obrazov v massovoy kommunikatsii i PR.* [Creation of Meanings in the Electrfonic Era: Methodology and Technique of New Knowledge and Images in Mass Communication and PR]. Moscow.

Lubskiy A.V. (2005) *Al'ternativnye modeli istoricheskogo issledovaniya*. [Alternative Models of Historical Research]. Moscow: Sotsial'no-gumanitarnye znaniya Publ.

Markaryan E.S. (1989) Problemy tselostnogo issledovaniya kul'tury v antropologii SShA

[Problems of a Comprehensive Research into Culture in US Anthropology]. In E.A.Veselkin, V.A.Tishkov (eds.) *Etnologiya v SShA i Kanade* [Ethnology in the USA and Canada]. Moscow.

Gorshkov M.K., Tikhonova N.E. (eds.) (2013) *O chem mechtayut rossiyane: ideal i real'nost'* [What Russians Dream About: Ideal and Reality]. Moscow: Ves' Mir Publ.

Gorshkov M.K., Petukhov V.V. (eds). (2015) *Rossiyskoe obshchestvo i vyzovy vremeni. Kniga pervaya* [Russian Society and the Challenges of Time. Book One]. Moscow: Ves' Mir Publ.

Gorshkov M.K., Petukhov V.V. (eds). (2015) *Rossiyskoe obshchestvo i vyzovy vremeni. Kniga vtoraya* [Russian Society and the Challenges of Time. Book Two]. Moscow: Ves' Mir Publ.

Gorshkov M.K., Tikhonova N.E. (eds). (2016) *Rossiyskoe obshchestvo i vyzovy vremeni. Kniga tret'ya* [Russian Society and the Challenges of Time. Book Three]. Moscow: Ves' Mir Publ.

Gorshkov M.K., Petukhov V.V. (eds). *Rossiyskoe obshchestvo i vyzovy vremeni. Kniga chetvertaya* [Russian Society and the Challenges of Time. Book Four]. Moscow: Ves' Mir Publ.

Rubtsov A. (2017) Metafizika vlasti: politicheskaya istoriya. [Metaphysics of Power: Political History]. *Vedomosti*. March 13.

Tikhonova N.E. (2014) *Sotsial'naya struktura Rossii: teorii i real'nost'*. [Social Structure of Russia: Theories and Reality]. Moscow: Novyy khronograf: In-t sotsiologii RAN Publ.

Gofman A.B. (ed.) (2008) *Traditsii i innovatsii v sovremennoy Rossii. Sotsiologicheskiy analiz vzaimodeystviya i dinamiki* [Traditions and Innovations in Contemporary Russia: an Analysis of Interaction and Dynamics]. Moscow: ROSSPEN Publ..

Gorshkov M.K. (ed.) (2016). *Rossiya reformiruyushchayasya: Ezhegodnik (sbornik nauchnykh statey) Vyp. 14.* [The Reforming Russia: Yearbook (a collection of scientific articles). Instal. 14]. Moskva: Novyy khronograf Publ.

Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryaeva A.A., Shkondin M.V. (2014) Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010 – kh g.g. [Newspapers of Big and Small Towns of Russia in the 2010s]. *Vest. Mosk. un-ta. Ser.10. Zhurnalistika* 5.

Shtompka P. (1996) Sotsiologiya sotsial'nykh izmeneniy [Sociology of Social Change]. M.: Aspekt-Press Publ.

Поступила в редакцию
13.03.2017