ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Г.В. Лазутина, кандидат филологических наук, доцент, старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: galvik34@mail.ru

ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ КАК ЗНАНИЕ ОПЕРАТИВНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Статья предлагает читателю обратить внимание на особенности журналистского текста, благодаря которым он сохраняет свою значимость в условиях возникновения в современном информационном пространстве конкурентной для СМИ среды. Рассматривая журналистский текст как знание оперативного назначения, необходимое человеку и обществу для уверенной ориентации в постоянно меняющейся действительности, автор указывает на отличия его от научного знания, от мнения, от текстов социальных сетей. Тем самым выявляется роль профессиональной журналистики в системе СМИ и ее конкурентные преимущества перед создателями «потребительского контента».

Ключевые слова: *журналистский текст, знание, мнение, средства массовой информации, профессиональная журналистика.*

The article proposes the reader to pay attention to the particularities of the journalistic text, which allow it to maintain its importance under the conditions of the emerging sphere competitive for the mass media. Regarding to the journalistic text as knowledge for operative purposes which is needed for people and the society, the author points at the differences of this knowledge from the scientific one, from opinions and social media texts. The article determines the role of professional journalism in the mass media system and its competitive advantages in comparison to the creators of user generated content.

Key words: *journalistic text, knowledge, opinion, mass media, professional journalism.*

С появлением современных информационно-коммуникационных технологий произошло смещение границ между каналами распространения массовой информации, производимой на разных уровнях. Напомним, что в развитом обществе таких уровней два. Во-первых, массовая информация производится людьми *спонтанно*, в процессе их жизнедеятельности, поскольку практически каждый человек в силу своей генетической программы, своей творческой природы, исконной ориентации на общение способен быть создателем массовых информационных продуктов. Во-вторых, существует *специально организованное* производство массовой информации. Это обусловлено тем, что разные роды профессиональной творческой деятельности по мере своего развития оформляются

в соответствующие социальные институты, которые ориентированы на создание массовых информационных продуктов, отвечающих определенным требованиям. Особенность этих продуктов состоит в том, что они должны не только обладать достаточно выраженными, узнаваемыми признаками произведений того или иного типа, но и соответствовать устойчивым критериям качества.

В результате такого двухуровневого производства в социуме образуются два слоя массовой информации: один — спонтанно производимый и стихийно распространяемый самими массами через межличностное общение; другой — создаваемый специалистами и распространяемый по специально созданным открытым каналам, доступным широкой аудитории [Лазутина, 2010, с. 35].

Возникновение компьютерных сетей серьезно меняет эту ситуацию. Межличностное общение оказывается опосредствовано новыми техническими устройствами, причем теми же, которые используются и для распространения продукции социальных институтов, выступающих как совокупные субъекты разных видов профессиональной творческой деятельности. Таким образом, сфера распространения массовой информации становится открытой для сосуществования информационных продуктов не только разного типа, разного назначения, но и разных уровней. Стимулируя конвергенцию производства и распространения массовой информации, это обстоятельство вместе с тем обнаруживает и порождаемые ею проблемы.

Появление конкурентной среды

Для системы СМИ, представляющей собой целостность, в которой объединены профессионально организованное производство и профессионально организованное распространение массовых информационных потоков, выступающих ее интегральным продуктом, таких проблем несколько. Основная из них касается журналистики, создающей актуальное смысловое ядро потоков и до сих пор игравшей роль совокупного субъекта их производства. Сегодня ее доминирующая позиция подвергается пересмотру в связи с возникновением в системе СМИ специальных служб организации взаимодействия (продюсеры и контент-менеджеры) и специальных служб управления (менеджмент), которые придерживаются принципов коллективной деятельности, выработанных журналистикой, но обогащают их в соответствии с новыми коммуникационными условиями. К тому же возникает еще одно существенное обстоятельство: растущая в условиях открытого доступа в интернет-пространство интерактивность аудитории стимулирует развитие социальных сетей, по которым направляется спонтанно производимая массовая информация, и превращает их в конкурентную среду СМИ.

Это обстоятельство вообще ставит под вопрос необходимость существования журналистики как профессиональной деятельности, поскольку представители аудитории обнаруживают готовность взять ее функции на себя, создавая «контент пользователей». В связи с этим перед наукой о массмедиа встает задача исследовать основательность подобных притязаний и точнее определить место журналистики в современном информационном пространстве.

Стремительность преобразований в сфере коммуникаций делает эту задачу особенно актуальной. Широкое распространение Интернета предопределяет тот факт, что медийная составляющая становится решающей частью всей социальной практики. Общество нашего времени входит в историю как информационное не потому, что расширяются границы СМИ или растет их значение, и даже не потому что рядом с ними утверждаются в медийном пространстве социальные сети. Дело в том, что *новые коммуникационные технологии отчетливо обнаруживают управляющую роль информации* во всех без исключения социальных процессах, во всех сферах человеческого бытия. Если раньше она была в значительной мере латентной, то теперь становится очевидной. И в этой связи с особой остротой встает вопрос *о качестве информационных продуктов*, о надежности их как инструмента, используемого в механизмах самоуправления социальной деятельности и управления общественной жизнью. А компетентно судить о качестве можно только в случае, когда есть четкое понимание того, зачем именно обществу требуется тот или иной информационный продукт и что он должен собой представлять. И поскольку продукция журналистики есть прежде всего совокупность определенного типа текстов, возникает необходимость в очередной раз задуматься о том, что такое журналистский текст, для чего он предназначен и при каких условиях может это свое предназначение успешно осуществлять.

В чем сущность журналистского текста?

В принципе давно известно, что рождение журналистики как особого вида деятельности связано с потребностью человечества повысить надежность своей ориентации в реальном мире, ибо существует целый ряд факторов, создающих существенные помехи для этого жизненно важного процесса. В частности, есть такое качество действительности, как ее изменчивость. Оно серьезно мешает уверенной ориентации человека в реальности, поскольку эта реальность постоянно обретает новые черты и ускользает от него в своей определенности.

Другое препятствие к уверенной ориентации — разбросанность планетарного бытия. Из-за нее человек при всем желании не мо-

жет непосредственно видеть мир в тех границах и тех проявлениях, которые необходимы для целостного представления об ареале обитания человечества и особенностях организации его жизни.

Потребность преодолеть эти препятствия и привела к появлению профессии журналиста. В поиске надежных средств ориентации, растянувшемся на века и пережившем разные фазы, человечество в конце концов вышло на возможность создания особого типа текста — такого, который расширял бы опыт отдельного человека до опыта многих, в предельном случае — всех, и одновременно воспроизводил бы динамику мира, фиксируя его изменения. Период, когда такой текст отчетливо обнаружил свою общественную значимость, пришелся на время формирования в наиболее развитых странах капиталистических отношений. Потому и связывают обычно с потребностями становящегося капитализма рождение журналистики — организованного производства подобных сообщений. Обязанностями их создателей предусматривалось получение новых сведений о происходящем в мире, интерпретация таких сведений и предъявление их аудитории с помощью сложившейся системы коммуникаций.

С этой точки зрения вроде бы очевидно, что сущность журналистского текста изначально — *оперативное знание об изменениях действительности*, предназначенное для повышения надежности социальной ориентации и, следовательно, для укрепления устойчивости общества. Однако термин «знание» применительно к журналистскому тексту в словоупотребление профессионалов не вошел. В практике журналистики для обозначения ее продукта закрепились понятия «материал», «информация», «новость» (подчас употребляемые как синонимы). Объясняется это, по-видимому, тем, что в обществе существует многовековая традиция рассматривать знание преимущественно в связи с наукой.

Между тем современные исследователи уже многократно подчеркивали, что познавательная деятельность человека не сводится только к науке. Как пишет академик РАН В. С. Стенин, «мы познаем мир в разных формах. Существует не только научное, но и обыденное познание, философское, художественное (высшим воплощением которого является искусство), а также религиозно-мифологическое освоение мира» [Стенин, 2006, с. 6]. В свете такого подхода открывается перспектива осмыслить знание как некое множество вариантов, каждый из которых есть продукт особого рода деятельности, а точнее — продукт особого рода информационного производства. Научная проблема в данном случае состоит в том, чтобы определить критерии, которые позволяют отнести тот или иной информационный продукт к категории знания и выявить специфику каждого его типа.

Очень значимыми для решения этой проблемы представляются выводы, к которым приходят философы и лингвисты, рассматривая знание в сравнении с мнением. Хотя исследования аналитиков основываются на разных подходах, внимание их зафиксировано на одних и тех же чертах, объективно присущих данным духовным образованиям. Ученые отмечают: и знание и мнение представляют собой продукты переработки информации и как феномены являются ценным общественным достоянием. Однако это явления не одного порядка.

Сопоставляя знание и мнение, исследователи усматривают их основное различие в *степени истинности* отражения в них тех или иных реалий действительности. Если знания они относят к классу фактивных предикатов, т.е. утверждений, поддающихся проверке и претендующих на истинность, то мнения рассматривают как путативные предикаты, т.е. как суждения, не предполагающие обязательную истинность того, что человек утверждает. Такие суждения могут быть верными и неверными, ложными, предвзятыми, их можно сравнивать, с ними можно спорить, их можно опровергать, поэтому часто они становятся предметом дискуссий.

Столь важное обстоятельство дополняется другими различиями между знанием и мнением, а именно:

— знание, будучи в принципе способным к развитию, тем не менее в каждый конкретный момент *единственно, определенно, не подлежит выбору,* тогда как мнение предполагает *множественность точек зрения и возможность свободного выбора одной из них;*

— знание может существовать *независимо от того, кто его произвел,* обезличенно, тогда как мнение всегда персонифицированно, *имеет конкретного носителя*, выступает как его личная точка зрения;

— знание человек *получает в результате основательной переработки сведений из контактов с внешними источниками информации,* и акт воли его направлен на организацию таких контактов, само же возникновение знания есть непосредственный результат этих контактов и с волей субъекта связано постольку, поскольку требует систематизации данных, осмысления и проверки; мнение же *формируется* у конкретного человека как *спонтанная реакция* на события внешнего мира непосредственно актом его воли;

— для знания *требуется хранилище,* в качестве которого на уровне личности выступает не только оперативная, но и *долговременная память*. Мнение же в таком объемном хранилище *не нуждается*: оно представляет собой *оперативную* информационную программу отношения или поведения здесь и сейчас, для поддержания которой достаточно оперативной памяти;

— основной вектор движения информации, образующей знание, направлен *от внешнего мира к субъекту познания*, который аккумулирует сведения, осуществляя обстоятельный процесс их переработки; основной вектор движения информации, составляющей мнение, направлен *от субъекта во внешний мир как показатель субъективной реакции на происходящее*. Даже в том случае, когда у человека активная познавательная позиция, знание все-таки складывается на основе информации, идущей из внешнего мира к субъекту. Распространение знания оказывается процессом сложным, опосредствованным, специфическим для каждого типа знаний. А вот движение мнений как таковых ориентировано на скорейший выход к аудитории: «...они склонны к экспансии во внешний мир. Каждая личность заинтересована в том, чтобы как можно больше людей разделяло ее взгляд на конкретную ситуацию и на жизнь вообще. Поэтому человек не только экстериоризует свои мнения — *выражает <высказывает, излагает> их, делится <обменивается>* ими и т.п., но и активно, а иногда даже агрессивно внедряет их в чужое сознание» [Апресян, 2002, с. 5—26].

Рассмотренные особенности знания и мнения обусловлены их предназначением в жизни общества и определяют для каждого его реальную общественную роль. Знание — и на уровне обыденной практики индивида, и на уровне общественной практики — необходимо для уверенной ориентации человека в действительности и оптимизации жизнедеятельности его и общества. Мнение же и в обыденной практике индивида, и в практике общества выступает *на конкурентной основе как поисковый ресурс* для оперативного решения проблемных ситуаций в условиях отсутствия надежного знания.

Сказанное подтверждает, что журналистский текст может рассматриваться как один из типов знания, вырабатываемый специальной отраслью информационного производства. Уже продукты новостной журналистики в ее качественных образцах вполне отвечают приведенным выше критериям знания. Тем более справедливо данное утверждение по поводу тех журналистских материалов, где выявляются и анализируются неочевидные изменения действительности, накопление которых приводит к возникновению проблем и во многом определяет дальнейшие процессы развития. Профессиональные стандарты подготовки таких текстов свидетельствуют о том, что причин отнести их к той категории духовных образований, которая определяется как знание, достаточно много. Однако это отнюдь не означает, что они идентичны научному знанию. Функции журналистики в социуме, порождающая модель журналистского творчества и условия деятельности журналиста позволяют обратить внимание на те свойства продукта, ожидаемого

обществом от этого рода информационного производства, которые делают его *особым* типом знания.

Во-первых, журналистский текст является всегда *сообщением*, предназначенным массовой аудитории, то есть создается для обнародования, причем обнародования оперативного. Во-вторых, сообщение это отображает *общее* (масштабная общественная проблема) через *отдельное* (конкретная реальная ситуация), причем отображает в единстве *явления* (то есть видимой, слышимой, наблюдаемой стороны происходящего, поддающейся воспроизведению в деталях) *и сущности* (стороны, недоступной наблюдению, постигаемой только работой мысли). В-третьих, он создается в предельно сжатые сроки, при недостаточно высоком исходном уровне компетентности, зато в условиях активного переживания происходящего, что ведет к повышенному интеллектуальному и эмоциональному напряжению субъекта познания, увеличивая риск ошибок.

Можно сказать, таким образом, что *журналистский текст есть знание оперативного назначения о происходящем в той или иной сфере действительности, предполагающее быстрое оглашение и не претендующее на абсолютную истинность и абсолютную репрезентативность.*

Вместе с тем мера истинности и репрезентативности его должна быть вполне достаточна для успешной адаптации поведения адресата к меняющимся условиям бытия. В документах журналистского сообщества эта имманентно присущая журналистике закономерность выражена через определение первейшей задачи журналиста — «гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности» [Право и этика в работе журналиста, 1996, с. 198—201].

Трудности осуществления «первейшей задачи» и пути их преодоления

Ход общественного развития существенно усложнил для журналистов выполнение этой задачи. Дело в том, что по мере того, как раскрывались особенности восприятия журналистского текста потребителями информации, как проявлялись сила и оперативность его воздействия, осознавались возможности использовать его и для удовлетворения информационных потребностей отдельных сегментов общества, прежде всего — для сферы управления общественной жизнью. Сохраняя свое исходное предназначение, журналистика обретала новые функции: она оказалась включена в отношения управления и стала активно использоваться в качестве инструмента управления массами, причем и со стороны реальных институтов власти, и со стороны претендующих на властные полномочия общественных структур. Это обусловило возникновение

существенного противоречия в ее функционировании, получившего множество проявлений и определившего две противоречивых тенденции ее бытия: тенденцию к сопряженности с властью и тенденцию к независимости от власти. Противодействие этих тенденций стало движущей силой развития журналистики, обусловливая ее разное состояние на разных исторических этапах, в разных социально-политических условиях.

При этом неизбежное стремление тех или иных общественных сил интерпретировать определенные обстоятельства действительности в своих собственных интересах явилось для журналистов естественным препятствием к «честному отражению объективной реальности». Для того чтобы подчинить позицию журналистских организаций своему влиянию, общественные структуры, заинтересованные в реализации собственных партикулярных целей, задействовали весьма богатый набор инструментов: экономические рычаги, правовые регуляторы, законодательно закрепленную или устанавливаемую под властным нажимом цензуру. Сопротивление профессиональной журналистики этому процессу приняло характер борьбы за свободу прессы.

Обозначилась довольно определенная позиция журналистского сообщества: защита свободы прессы, понимаемой как *возможность осуществлять журналистскую деятельность в соответствии с присущими ей внутренними законами*, многократно провозглашалась как одна из важнейших профессионально-этических норм. В ответ на *внешние* факторы воздействия, выливающегося в насилие над ее природой, журналистика выработала *внутренние* факторы противодействия. Они обнаружили себя как *технологические и профессионально-этические стандарты деятельности, ориентированные на то, чтобы гарантировать надежность производимых информационных продуктов*. Носителем таких стандартов выступило особое звено в структуре массмедиа — качественная пресса.

Нужно сказать, что эти стандарты не есть плод чьих-то досужих размышлений. Они явились результатом осмысления того опыта, который накопился в профессии за время ее исторического развития и откристаллизовался в виде ее специфических черт, в совокупности образовавших *способ профессиональной деятельности журналиста*. Освоение способа личностью, выбравшей такой путь, происходит как процесс ее профессионального становления в рамках учебного заведения или редакционного коллектива при наличии необходимых условий (соответствующие профессии задатки личности, грамотный уровень организации учебного процесса в вузе, наличие опытных профессионалов в редакции). Владение способом профессиональной деятельности означает для журналиста способность работать на уровне принятых стандартов и, следовательно, гаран-

тировать надежность производимых информационных продуктов. Это обстоятельство и определяет жизнеспособность журналистики как профессиональной деятельности, поскольку является ее конкурентным преимуществом перед спонтанным производством массовой информации, предъявляемой в социальных сетях.

Структура контента в социальных сетях не однородна. В ней отчетливо различаются вполне специфические пласты:

— развернутые аргументированные мнения по поводу актуальных событий и проблем (современная публицистика в виде блогов);

— мнения-реплики в виде эмоциональных «комментов»;

— сообщения от гражданских организаций, привлекающих внимание к своим проектам и акциям;

— оперативные сообщения от отдельных граждан, явившихся участниками или свидетелями каких-либо заметных событий — происшествий, мероприятий, акций;

— сообщения от отдельных граждан по поводу решаемых ими проблем (жалобы, просьбы о помощи, обращения за советами);

— продукты личного творчества разных родов и видов (самодеятельные литературные, музыкальные, живописные произведения, фотографии и т.п.);

— разного рода выдумки, маскируемые под новостной контент, — розыгрыши и сплетни юмористического характера.

В совокупности эти слои образуют некую картину текущей действительности и создают впечатление куда большей полноты и насыщенности информационного пространства, чем та, что достигается силами СМИ. Особенно ценно то, что в этой картине всегда есть реакция аудитории, реакция общества на происходящие события. Однако гарантировать необходимую меру надежности такой информационной картины социальные сети не в состоянии, по крайней мере на сегодняшний день. Они важны в той мере, в какой важны слухи, циркулирующие в обществе, и мнения, образующие «свободный рынок идей». Выполнить миссию профессиональной журналистики по обеспечению уверенной ориентации общества и человека в происходящем они не могут.

Слово «миссия» в данном случае употребляется не случайно. Уверенная ориентация в происходящем — жизненно необходимая потребность человека и общества, и поэтому есть все основания вслед за В.И. Бакштановским и Ю.В. Согомоновым [Бакштановский, Согомонов, 2007, с. 55] относить профессию журналиста к числу «высоких профессий», имеющих особо важное предназначение — таких, скажем, как профессия врача или педагога. Производство надежного оперативного знания, поставляемого в систему СМИ журналистикой, — фактор устойчивости и динамичного развития общества. И дело чести журналистского «цеха» — сохранять,

укреплять тенденцию к обязательному обеспечению надежности своей продукции. Сколь ни велико для СМИ в условиях рынка значение эффективных бизнес-моделей, они отнюдь не являются основным показателем общественной состоятельности массмедиа. Не прибыль выступает в качестве сверхсмысла функционирования СМИ. Она — только средство, способное обеспечить необходимые условия для реализации предназначения журналистики. Отстранение профессионалов журналистики от этого процесса или их добровольный отказ от своей миссии чреваты для общества непредсказуемыми негативными последствиями.

Список литературы

Апресян Ю.Д. Системообразующие смыслы «знать» и «считать» в русском языке // Русский язык в новом освещении. 2002. № 1.

Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Ойкумена прикладной этики: модели нового освоения. Т. 1. Тюмень, 2007.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект-Пресс, 2010.

Право и этика в работе журналиста. Екатеринбург, 1996.

Стенин В.С. Философские науки. Общие проблемы. М., 2006.

Поступила в редакцию
26.04.2012