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

ТЕРМИНЫ — ХРАНИЛИЩЕ КОНЦЕПЦИЙ

Статья предлагает вниманию читателей терминологический ряд, раскрывающий концепцию профессиональной деятельности журналиста, разработанную на основе системного подхода к ее изучению. Автор характеризует блоки терминов, определивших учебную программу курса «Основы профессиональной деятельности журналиста» для факультетов журналистики российских вузов по направлению «бакалавриат».

Ключевые слова: *социальная деятельность, информация, социальная информация, общественное сознание, массовое сознание, массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой информации, профессиональная деятельность журналиста.*

The article presents the reader a number of terms outlining the concept of journalist's creative activity, which was created on the base of a system approach to the analysis of this sphere. The author gives a characteristic to the main block of terms, which have made the foundation of the study course "Basics of journalist's professional activity" for the Bachelor's degree programme in journalism departments of Russian universities.

Key words: *social activity, information, social information, public consciousness, mass consciousness, mass information, journalist's professional activity.*

Старые проблемы и новые задачи

Известно, что явления и объекты нашего мира многоаспектны и многогранны, обладают как различиями, так и сходством. Эту многоаспектность, многогранность, это единство в многообразии наше сознание отражает через многозначность понятий, которыми обозначаются совокупности объектов, объединяемых по тому или иному признаку. Иногда сходные признаки обнаруживаются у объектов разного типа, и это увеличивает число значений понятия, усложняет структуру его толкований. Понятие может иметь до десятка и больше значений, восходящих к разным сторонам объекта, а то и к разным объектам. Так что неудивительно, что и в мире нашей профессии мы сталкиваемся с многозначностью понятийных рядов, о которой говорит в статье, публикуемой в этом номере журнала, Е.Л. Вартанова.

Но в подобных понятийных рядах есть одна существенная особенность. Как правило, они объединяют понятия, имеющие особый статус — статус термина. Он обусловлен закреплением понятия

за определенной профессиональной сферой и задается необходимостью облегчить взаимопонимание специалистов этой сферы. Отсюда вольное или невольное стремление профессионалов связать термин с одним из значений понятия — вроде бы по принципу его наибольшей адекватности реальному объекту. Однако это стремление движимо иллюзорными представлениями о познавательных возможностях человека и ресурсах его влияния на функционирование языка. На самом деле язык поддается нашему воздействию лишь настолько, насколько нам удается постичь управляющие им законы. А познание, как известно, — процесс, хотя и ориентированный на поиск абсолютной истины, но не предполагающий ее окончательного и бесповоротного постижения.

Это сказывается и на формировании терминологических рядов. Как бы ни хотелось нам, давая определения терминам, достичь их однозначности, — они сохраняют многозначность. Только в данном случае природа ее не сводится к отражению разных сторон профессионально значимых объектов. В терминах фиксируется и специфика работы с этими объектами в той или иной сфере деятельности.

В науке многозначность терминов связана, прежде всего, с многообразием научных подходов, ориентированных на изучение тех или иных реалий. Термины обозначают не только разные характеристики этих реалий. Они кодируют и научные концепции, рождающиеся в результате их изучения. В сущности совокупность терминов той или иной научной дисциплины — кладовая выработанных ею концепций. Так что многозначность терминов, так же как и многозначность понятий, все-таки создает проблемы для коммуникативных процессов, в том числе и в профессиональной среде.

Решать такие проблемы человечество давно приспособилось с помощью словарей и глоссариев, важность создания которых не раз подчеркивал Я.Н. Засурский. В обиход человечества глоссарии, представляющие собой списки пояснений к употребленным в тексте терминам, вошли раньше словарей. Но сегодня у словарей более широкий ареал использования: их содержимое — своего рода мост для общения между людьми разных социальных групп, разных профессий, разных стран. Глоссарий же призван обеспечивать взаимодействие людей внутри определенной профессиональной группы, использующей разные теоретические концепции. Это мост между их создателями, в том числе проживающими в разных странах и говорящими на разных языках.

Прав Я.Н. Засурский — создание словарей и глоссариев должно быть постоянной заботой любого научного сообщества, в том числе и нашего. Но сегодняшняя ситуация в системе университетского

образования России ставит рядом с этой задачей еще одну, не менее важную: провести анализ нашего терминологического хозяйства. Дело в том, что Государственные образовательные стандарты третьего поколения предполагают существенное обновление теоретической базы обучения. А сделать это можно только на основе коллективной рефлексии, на основе глубокого погружения коллективной мысли в накопленный наукой о журналистике концептуальный терминологический арсенал.

Есть тут и еще один немаловажный момент: новые образовательные программы предписывают компетентностный подход к обучению, т.е. его направленность на обязательное формирование у будущих специалистов профессионального мышления и освоение ими профессионально необходимых умений. Для нас, исследователей и преподавателей журналистики, это означает, что прежде всего необходимо выявить тот круг терминов, при помощи которых могут быть раскрыты знания и умения, важные на современном этапе развития профессии. Иначе говоря, требуется сформировать терминологические ряды, которые должны определять сегодня программы преподавания профессиональных дисциплин для журналистов. И каждому из нас предстоит вложить свою лепту в решение этой ответственной и трудной задачи.

Цель данной статьи я вижу в том, чтобы вынести на обсуждение коллег терминологическую цепочку, на которой строится разработанная мною программа курса «Основы профессиональной деятельности журналиста» для направления «бакалавриат» факультетов журналистики российских вузов. Этот терминологический ряд — итог изучения журналистики как профессиональной деятельности на основе системного подхода. Выработанные автором положения в большей или меньшей степени освещались в его статьях и учебниках [Лазутина 2004, 2009, 2010, 2011].

Социальная деятельность — общество — общественное сознание

Начинает цепочку блок терминов, позволяющих раскрыть содержание такого уникального явления действительности, как **социальная деятельность**. Этим термином мы обозначаем форму существования живой материи на стадии, когда возник человек и между ним и средой его обитания сложились субъектно-объектные отношения, опосредствованные орудиями труда (физического и умственного). Социальная деятельность представляет собой диалектическое единство опосредствованных информационно-управляющих и вещественно-энергетических процессов, протекающих по принципу прямой и обратной связи между ее субъектом и объектом. Тем самым она проявляет себя как сложная саморегулирую-

щаяся, саморазвивающаяся динамическая система, способная в нестабильных условиях бороться за свою целостность, устойчивость и прогрессивные изменения. Управляющим участком в ней выступают информационные процессы, участком управления — процессы вещественно-энергетические. Ее стержневую структуру образуют субъект, объект и средства деятельности. Но это не единственная ее структура: по мере развития социальная деятельность становится системой многоуровневой и полиструктурной. Нам этот процесс ее усложнения известен прежде всего как процесс разделения труда. Возникновение журналистики как особого рода профессиональной деятельности есть один из моментов этого процесса.

В качестве совокупного субъекта социальной деятельности выступает **общество** (человечество). Этот ее элемент — тоже системное образование кибернетического характера, т.е. способное к саморегуляции и саморазвитию на основе прямой и обратной связи составляющих его частей.

В качестве объекта социальной деятельности выступает **природа** (среда обитания общества), интегрирующая в себе множество потенциальных предметов для переработки в **продукты** информационного или вещественно-энергетического характера. Они становятся для нее **средствами обеспечения устойчивости и целостности** — средствами поддержания ее гомеостазиса.

Как и социальная деятельность в целом, ее субъект обладает сложной структурой и тоже характеризуется разными уровнями проявления (человек, большие и малые сообщества — группы, общество как целое). Однако процесс саморегуляции в данном случае усложнен: поскольку общество входит в систему социальной деятельности, его функционирование неминуемо регулируется ее кибернетическими механизмами. В то же время в нем вырабатываются и свои собственные регуляторы. В результате образуются так называемые перекрестные контуры регулирования [Клаус, 1967]. Один из них берет на себя функции саморегуляции общества как элемента социальной деятельности. Управляющим участком в нем выступает сознание общества, а участком управления — общественное поведение. Второй контур регулирования ориентирован на организацию согласованного взаимодействия внутренней среды общества. Для этой цели в структуре социальной деятельности как продукт ее развития возникает новый элемент — деятельность **управления**, замкнутая на общество. Субъект ее со временем осознается как **институты власти,** а объектом становятся **массы** — совокупности индивидов, произвольно включающихся в общественную жизнь и нуждающихся в организации для согласованных практических действий. Тем самым и в этом контуре регулирования определяются управляющий участок и участок управления.

Взаимодействие института власти и масс осуществляется с помощью **средств** информационной и вещественно-энергетической природы — **продуктов** социальной деятельности, включающих в себя в процессе ее развития в том числе и новые разновидности деятельности. Средства оказываются тем звеном в стержневой структуре общества, где отчетливее всего проявляется перекрестный характер контуров его регулирования (мы убедимся в этом, когда будем рассматривать место журналистики в общественной системе).

Второй блок терминов нашей цепочки позволяет раскрыть динамику информационных процессов, сопровождающую превращение биологической жизнедеятельности в социальную деятельность. Ключевым здесь является термин «**информация**». Он содержит в себе обозначение той универсальной связи управляющего характера, которая существует между всеми живыми объектами реального мира как *сигнальное сообщение о происходящих с ними изменениях*. На стадии биологической жизнедеятельности носителями сигнала выступают непроизвольные подвижки вещественно-энергетической среды объекта, возникающие вследствие его изменения и достигающие других объектов, побуждая их к соответствующей реакции. А на стадии социальной деятельности появляется особый, намеренно создаваемый носитель сигнала: возникает **социальная информация.** Она представляет собой результат произвольной деятельности субъекта: информационные сигналы объективного мира улавливаются им, перерабатываются с той или иной целью на основе опережающего отражения действительности и фиксируются с помощью специально созданных знаков в каком-либо вещественно-энергетическом материале, превращаясь в новое образование — **информационный продукт**. Специфическая его особенность состоит в том, что он способен воспроизводить зашифрованные в нем информационные сигналы, включая и сигналы от субъекта, всякий раз, когда возникает коммуникативная ситуация, т.е. когда появляется потенциальный потребитель данного продукта, владеющий шифром. Это определяющее свойство социальной информации. Оно делает информационные продукты своего рода «информационными консервами», подлежащими сколь угодно длительному хранению и, что еще важнее, — многократному использованию. Именно благодаря такой их способности мы, люди XXI в., можем представить себе, как жили древние греки, как проходило новгородское вече, что такое Сады Семирамиды и чем примечательна эпоха Возрождения. Не будь у социальной информации этого свойства, не сложилось бы у субъекта социальной деятельности основное звено механизмов его саморегуляции — **общественное сознание**.

В принципе носителями общественного сознания являются все люди. Однако к сумме сознаний индивидов оно не сводится. Благодаря тому, что информационные продукты обрели материальное (вещественно-энергетическое) тело, общественное сознание тоже получило материальное закрепление и оказалось отражено в создаваемых человечеством артефактах. Оно стало универсальным накопителем социальной информации, открытым для пополнения и способным направлять опережающее отражение действительности, т.е. программировать дальнейшие шаги людей. Это и определило тот факт, что общественное сознание в системе общества явилось участком управления общественным поведением на всех уровнях его проявления — идет ли речь о человечестве в целом, о большой или малой группе как общественном образовании или об отдельном индивиде.

В фазе зрелости общества, когда под влиянием его растущих потребностей развитие информационного производства достигает достаточно высокого уровня дифференциации, общественное сознание становится сложным и масштабным информационным образованием. В нем обозначаются несколько структур, задаваемых разными характеристиками социальной информации: ее направленностью, ее формой, видами произведшей ее профессиональной деятельности. Систематизируя накопления общественного сознания, современные исследователи выделяют:

— такие его формы, как политика (политическая идеология), наука (в том числе философия), право (правосознание), мораль, религия, искусство (художественное сознание);

— такие его уровни, как сознание обыденно-практическое и научно-теоретическое;

— такие его слои, как сознание специализированное и массовое.

Изучение массового сознания для журналистики играет особую роль.

Термином «**массовое сознание**» мы обозначаем тот слой общественного сознания, который имеет относительно общезначимый, инвариантный характер, т.е. в большей или меньшей степени представлен в сознании каждого индивида социальной информацией, одинаково доступной и одинаково важной в обыденной жизни для всех членов общества. К нему вполне подходит метафора, которую в свое время Б.А. Грушин отнес к общественному мнению: «сознание со сломанными внутри него перегородками» (тогда исследователь еще не «развел» для себя эти понятия). Такая метафора имеет под собой достаточно оснований: в структуру массового сознания «притягиваются» знания, нормы, ценности — разные виды информационных продуктов, заявившие о своей актуальности для повседневного бытия самых разных лиц. Это позволяет людям достичь

взаимопонимания в общении и облегчить процесс согласования действий. Можно сказать, что массовое сознание являет собой то звено механизмов саморегуляции общества, функция которого — обеспечивать интеграцию в среде субъекта социальной деятельности, его целостность и дееспособность.

Существуют и другие взгляды на функции и структуру массового сознания. Скажем, Е.П. Прохоров видел его как единство нескольких отчетливо выраженных информационных блоков определенного назначения. В частности, он выделил такие блоки, как мировоззрение, миросозерцание, историческое сознание, общественное мнение. Надо полагать, что социальная информация, представленная в массовом сознании, может быть структурирована и таким образом, если не включать в этот ряд **общественное мнение**. Оно, на наш взгляд, выступает в качестве особого сегмента целостного общественного сознания, поскольку вырабатывается им как оперативная программа отношения общества к тем или иным ситуациям действительности *не только на основе критериев массового сознания, но и на основе критериев, создаваемых сознанием специализированным, в том числе научно-теоретическим*. В результате стихийного и организованного соотнесения индивидуальных и групповых мнений по актуальному поводу общественное мнение всегда *самоопределяется* даже в случаях, когда какие-либо общественные силы предпринимают усилия, чтобы его направленно формировать.

Однако сейчас речь не об общественном мнении, а о массовом сознании. Для понимания его роли принципиально важно акцентировать внимание на его «сломанных перегородках» и понять, какими рисками они могут оборачиваться для общества и социальной деятельности.

А такие риски реальны. При «сломанных перегородках» массовое сознание представляет собой довольно подвижное образование, и потому степень его общезначимости относительна и весьма изменчива. Это грозит сбоями его функционированию, способно вызвать дисфункциональные эффекты. Если общезначимость массового сознания будет выше допустимого порога, в обществе может возникнуть стагнация, застой, поскольку новые информационные продукты, от которых зависит актуальное обновление массового сознания, будут им отторгаться (так происходит во всех тоталитарных государствах). А если общезначимость окажется ниже допустимого порога, в массовом сознании может возникнуть такой разброс знаний, норм и ценностей, что согласованная практическая деятельность общества окажется недостижимой (пример — вооруженные конфликты в той или иной стране, возникающие как следствие крайней противоречивости представлений о ценностях и нормах в массовом сознании). С этой точки зрения пополнение

массового сознания новыми информационными продуктами оказывается не просто моментом его актуализации, но и моментом, во многом определяющим порог его общезначимости. Обусловлен этот момент тем, что в данном случае общество имеет дело с особой разновидностью социальной информации, к производству которой подключены как все граждане общества в индивидуальном порядке, так и профессиональные корпорации, в том числе институты власти. Объединяет информационные продукты этой разновидности термин «**массовая информация**».

Массовая информация — массовая коммуникация — средства массовой информации (массмедиа)

Будучи частью социальной информации, массовая информация отличается от других ее частей (прежде всего от специальной информации) тем, что она изначально предназначается для всех социальных групп и потому является *общезначимой и общедоступной*. Б.А. Грушин, разрабатывая определение массовой информации, фиксировал внимание на том, что это информация, которой хотя бы на одной из стадий ее жизненного цикла оперирует или оперировала масса. Так оно и есть. Но важно отчетливо понимать: происходит это потому, что таково предназначение данной разновидности социальной информации в системе, она *создается для всех* и принципиально может создаваться *всеми*. Общезначимость массовой информации достигается за счет того, что составляющие ее продукты касаются общих интересов, хотя могут отражать их с разных сторон и с разных точек зрения. Общедоступность обеспечивается тем, что эти продукты воплощаются в знаковых системах (языках), известных массам, а распространяются — с помощью принципиально доступных для масс каналов.

Каналы распространения, а точнее говоря, деятельность по распространению информационных продуктов, — предмет особого разговора. Дело в том, что и массовая информация, и вся социальная информация вообще могут реализовать свое предназначение исключительно благодаря этому роду деятельности, получившему в англо-американской традиции имя «media»[1].

Возникнув вместе с первой фразой человека, адресованной соплеменнику, деятельность по распространению социальной информации вкупе с деятельностью по распространению вещественно-энергетических продуктов сделала возможным существование общества как субъекта социальной деятельности, поскольку обеспечила его внутрисистемные связи, выступив в качестве средства коммуникации. Термином **«коммуникация»** в данном случае обо-

[1] От лат. *medium* — посредник.

значается важнейший фактор целостности общества — совокупность процессов взаимодействия производителей и потребителей создаваемой в обществе продукции (как между собой, так и друг с другом). В этих процессах и реализуются внутрисистемные связи общества.

Подчеркнем принципиально важный момент: начальный этап развития социальной деятельности характеризуется тем, что производство и распространение информационных продуктов осуществляются синхронно, а в роли средств производства и средств распространения используются сущностные силы человека. Коммуникации при этом проявляются как **межличностные**: происходит непосредственное взаимодействие человека с человеком. Это звено взаимодействия *сохраняется в обществе на все времена*.

Однако для обеспечения внутрисистемных связей субъекта социальной деятельности такого взаимодействия оказывается недостаточно. Развитие социальной деятельности приводит к разделению деятельности производства и деятельности распространения, к усложнению структуры той и другой, к разделению материального и информационного производства, к дифференциации того и другого на множество видов. Все это с неизбежностью порождает и усложнение процессов взаимодействия. В развитом обществе оно обнаруживает себя уже в виде **системы коммуникаций**. Чем характеризуется эта система?

Во-первых, процессы взаимодействия протекают здесь на двух уровнях — информационном и вещественно-энергетическом, проявляясь как *два типа* коммуникаций. В науке первый тип принято рассматривать как **социальные коммуникации**, а второй — как **производственные**[2]. Специфика социальных и производственных коммуникаций обусловлена разным соотношением в них информационного и вещественно-энергетического начал. В производственных коммуникациях, ориентированных на передачу материальных ценностей, доминирующим началом является вещественно-энергетическое. Социальные коммуникации ориентированы на передачу информационных продуктов, и потому здесь доминирует информационное начало, а вещественно-энергетическое выступает как инфраструктура деятельности производства и распространения.

Во-вторых, процессы взаимодействия начинают различаться *по масштабу*: наряду с межличностными формируются **групповые**

[2] Заметим, что определения «социальные» и «производственные» едва ли можно считать достаточно точными по отношению к реальности: «социальный» — понятие, общепринятый смысл которого настолько широк, что охватывает все явления, относящиеся к жизни общества, в том числе и те, которые можно обозначить понятием «производственные». Однако сложилась достаточно устойчивая языковая традиция указанного словоупотребления, и в нашем случае нет острой необходимости вступать с ней в полемику.

и **массовые** коммуникации. Надо иметь в виду, что это затрагивает оба типа коммуникаций — и социальные, и производственные. Однако в дальнейшем касаться производственных коммуникаций мы не будем, так как предмет нашего непосредственного внимания — массовая информация — связан с коммуникациями социальными. По той же причине в структуре социальных особо значимы для нас коммуникации массовые: в распространении массовой информации они играют решающую роль.

В соответствии с общим определением коммуникаций логично представить массовые коммуникации как совокупность процессов взаимодействия производителей и потребителей информационных продуктов, предназначаемых массам. Можно было бы и просто сказать, что массовые коммуникации есть та часть социальных коммуникаций, через которую происходит распространение массовой информации, однако тут возникает «но». Дело в том, что массовая информация направляется потребителю *не только* через каналы массовой коммуникации. Процесс создания и распространения массовой информации в современном обществе осуществляется на двух уровнях: спонтанно и организованно.

Спонтанный уровень возникает в силу творческой природы человека, опирается на его сущностные силы и его исконную ориентацию на общение. Распространение информационных продуктов в этом случае идет через межличностные коммуникации, обусловливая особую форму бытования массовой информации — *форму непроизвольной активности*. Она характеризуется тем, что непосредственно от создателей тексты массовой информации попадают в каналы межличностного общения и циркулируют по ним, нередко меняя свой изначальный вид (пример — продукты фольклорного творчества, в частности, анекдоты).

Организованный уровень производства и распространения массовой информации заявляет о себе на достаточно высокой стадии развития общества. Этому уровню сопутствует форма бытования массовых информационных продуктов, которая может быть определена как *форма произвольной активности*. Она характеризуется тем, что тексты массовой информации предлагаются членам общества специально созданными для организации профессионального творчества социальными институтами (театр, кинематограф, редакции журналов, газет, телевидения и радиовещания и т.п.), а распространяются — с помощью видов деятельности, способных опосредствовать их контакт с потребителями. В числе этих видов разные варианты *тиражирования* информационных продуктов, разные варианты их *доставки и хранения*. При этом масштаб взаимодействия может меняться: используются коммуникации и массовые, и групповые.

Заметим, что есть и еще одна форма бытования массовой информации, обозначаемая нами как *пассивная:* она выражается в том, что тексты массовой информации «оседают» в информационных кладовых общества (библиотеки, фонотеки, фильмотеки и т.д.) и ждут там, когда будут востребованы. Роль этих «запасников» нельзя недооценивать: история не раз доказывала, что актуализация «старых источников» способна существенным образом поднять качественный уровень массового сознания и помочь разрешению злободневных проблем.

Третья черта, характеризующая систему коммуникаций, состоит в том, что ее развитие одновременно определяют *две тенденции*. С одной стороны, все умножающиеся потребности общества диктуют *дифференциацию* производства информационных продуктов, вызывающую и дифференциацию их распространения (печать, радио и телевидение — следствие такой дифференциации). С другой стороны, в силу общности значительной части технических средств, используемых для производства и распространения массовой информации, возникает тенденция к их *интеграции*. Причем по мере оснащения технической базы новым инструментарием она все усиливается, делая целесообразной концентрацию разных видов информационных продуктов, адресованных массовой аудитории, в одних и тех же каналах.

К середине XX века такая концентрация становится реальностью: формируется социальный институт, который объединяет в себе производство и распространение массовой информации, превращая их в единую индустрию, использующую каналы массовой коммуникации, — как теперь принято говорить, **медиаиндустрию**. В российской языковой традиции за этим социальным институтом закрепляется название **«средства массовой информации»**, а в англо-американской — «**массмедиа**».

Определяющим элементом в системе средств массовой информации до недавнего времени считалась **журналистика** — профессиональная деятельность, без которой существование СМИ было бы практически невозможно. С этого понятия мы и начнем рассмотрение блока терминов, раскрывающих механизмы функционирования средств массовой информации и проблемы, которыми отмечен их сегодняшний день.

Журналистика — журналистский текст — массовые информационные потоки

Исследователи многократно обращали внимание на многозначность понятия «журналистика» [Прохоров, 2009]. Но в ряду этих значений редко упоминается то из них, которое нам представляется

основным, исходным: *журналистика есть творческая деятельность, создающая особый тип текста массовой информации — журналистское произведение*. Все прочие значения производны, они действительно употребляются в профессиональном и обыденном общении, но употребляются потому, что иначе трудно передать всю многогранность этого феномена общественной жизни. А он не тождественен никакому другому. Журналистика не сводится к организации коммуникаций в обществе, хотя и выполняет в его представлении коммуникативные функции. Она не сводится к литературному творчеству, хотя литературная работа и составляет ее существенный компонент. Она не есть синоним публицистики, хотя журналист и может выступить в качестве публициста, обнародовав свое аргументированное мнение по тому или иному поводу. Но принципиально у нее — особое назначение и особый продукт.

Рождение журналистики связано с потребностью человечества повысить надежность своей ориентации в реальном мире, поскольку есть целый ряд обстоятельств, образующих помехи для этого жизненно важного процесса. Серьезно мешает уверенной ориентации такое качество действительности, как ее *изменчивость*, из-за которой реальность постоянно обретает новые черты и ускользает от человека в своей определенности. Другое препятствие — *разбросанность планетарного бытия*. Из-за нее человек при всем желании не может непосредственно видеть мир в тех границах и тех проявлениях, которые требуются для целостного представления об ареале обитания человечества и особенностях организации его жизни. Необходимость нейтрализовать эти помехи и вызвала к жизни журналистику как продуктивную деятельность. В поисках надежных средств ориентации человечество 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, адекватно фиксируя его изменения.

Сущность этого типа текста — а он вошел в культуру под именем «**журналистский текст**» — в том, что он несет в себе оперативное знание о действительности, предназначенное для повышения надежности социальной ориентации и, следовательно, для укрепления устойчивости общества. Именно этим свойством объясняется *семантическое своеобразие* журналистского текста: он всегда «привязан» к реальным жизненным ситуациям, отбираются для обнародования те из них, которые наиболее значимы для общества, поскольку обращены к его острым проблемам. В этой функциональной предназначенности проявляется его *прагматическое своеобразие*. Этим же обстоятельством задаются особенности его

синтактики — специфика структуры и организации материала. Из этого же исходят все требования к нему, предписывающие журналисту «гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности»[3].

Ко времени превращения журналистики в *профессиональную* деятельность, т.е. когда происходит ее институализация, она, реагируя на новые информационные потребности общества, обнаруживает отчетливую тенденцию к расширению первоначальных функций. Исторически первый *интегрированный канал* доставки массовой информации[4] — печатная газета — вполне убедительно свидетельствует об этом, позволяя нам проследить, как в информационном пространстве общества постепенно происходят перемены, существенно влияющие на состояние общественной жизни:

- журналистский текст обретает способность сообщать по оперативному запросу общества не только об очевидных изменениях действительности, но и о неочевидных (назревающие проблемы);
- в поле зрения журналистов попадают все новые сферы действительности, все новые ее объекты, в том числе человек как субъект деятельности, субъект отношений;
- завоевывают все большую популярность новые каналы распространения массовых информационных продуктов: радио, кино, телевидение;
- рядом с журналистскими материалами на страницах газет, в передачах радио и телевидения появляются разновидности текстов массовой информации, создаваемые другими видами деятельности: сообщения властных структур, выступления общественных деятелей, литературные и музыкальные произведения, сводки погоды, рекламные объявления...

Разнообразные информационные потребности общества начинают удовлетворяться *комплексно*. Сосредотачивая в своих редакционных службах произведения, создаваемые разными видами производства массовой информации (разными видами творческой деятельности), журналистика выступает и как «цех сборки», превращающий это разнообразие в периодически обновляющийся интегральный продукт — **массовые информационные потоки**. Направляемые по открытым, принципиально доступным для всех,

---

[3] Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы. М., 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gdf.ru/books/books/liberty/content.shtml. Подробнее о специфике журналистского текста см. [Лазутина, 2011, с. 57—116].

[4] О предформах журналистских материалов, объективировавшихся рукописно и распространявшихся через непосредственное или опосредствованное общение, речь в данном случае не идет: они за границами *ставшей* профессиональной деятельности журналиста.

технически опосредованным и по-особому структурированным каналам в рассредоточенную массовую аудиторию, в содержательном плане они представляют собой *развивающуюся, движущуюся информационную картину современности как части мирового процесса во всех его составляющих.* Эта картина формируется в основном за счет текстов современных, институционально созданных, однако по мере необходимости включает в себя и тексты из «запасников» массовой информации, и тексты, родившиеся спонтанно. Уже поэтому она не может претендовать на абсолютную адекватность действительности, всегда в той или иной степени мифологична. Зато ее отличает динамичность, многомерность, а главное — актуальность. Фактически *массовые информационные потоки есть не что иное, как способ актуального существования массовой информации*, каково бы ни было ее происхождение, к какому бы слою она ни относилась, каким бы видом творчества ни была произведена.

Эта актуальная информационная картина мира опосредствует воспроизведение массового сознания в новых поколениях общества, помогает самоопределению общественного мнения и создает общественное настроение, во многом предопределяющее поведение членов общества и социальных институтов. Тем самым она оказывается необходимым звеном в контуре регулирования общества как субъекта социальной деятельности. Вместе с тем она опосредствует и отношения власти и масс, выстраивает своего рода мост между ними, с помощью которого они получают возможность прямой и обратной связи, т.е. включается в контур регулирования внутренней среды общества.

Все это означает, что вольно или невольно *журналистика становится организатором сотрудничества разных общественных сил*, направленного на создание актуальной массовой информации, необходимой для устойчивого функционирования механизмов социальной деятельности и общества как кибернетических систем. В обязанности журналистов помимо авторского творчества, связанного с созданием журналистских текстов, образующих «стремнину» массовых информационных потоков, входит широкий круг других забот. Структура профессиональной деятельности журналиста существенно усложняется за счет включения в нее процедур, ориентированных на подготовку и выпуск массовых информационных потоков. Усложняется и организация деятельности. Наступает момент, когда ее совокупный субъект начинает испытывать потребность в развернутой инфраструктуре, которая могла бы обслуживать процесс объединения производства и распространения массовой информации. Одновременно появляется и потребность в развернутой системе управления. Происходит то, о чем уже шла речь: формируется новый социальный институт — средства массо-

вой информации. На базе журналистики как творческой деятельности, главное назначение которой — производство особого типа текстов массовой информации, создается мощная индустрия по производству и распространению массовых информационных потоков, состоящая из конкурирующих между собой медиасистем.

Технологическая революция конца XX — начала XXI века повлекла за собой новый виток трансформации медийного пространства. Решающим фактором ее явилось возникновение компьютерной связи, создавшей принципиально новые возможности опосредствованного межличностного, группового и массового взаимодействия. Родившийся на этой основе Интернет настолько сблизил между собой разные формы бытования массовой информации, настолько сократил время между моментами производства и моментами потребления информационных продуктов, что, по существу, человечество оказалось в едином информационном поле, доступном для освоения любому пользователю в любой момент и в любом качестве. Беда только в том, что пользователями являются не все: возникает информационное неравенство — социальная проблема, осознаваемая сегодня обществом как одна из первоочередных.

Для журналистики революционные технологические изменения тоже обернулись не только благом. Во-первых, развитие медиаиндустрии стало быстро отодвигать журналистский корпус от роли организатора духовного сотрудничества разных общественных сил, передавая обязанности по формированию массовых информационных потоков специальным структурам медиаменеджмента. Во-вторых, возникло обстоятельство, вообще поставившее под вопрос целесообразность существования журналистики как деятельности профессиональной. Свободный доступ в информационное пространство для любого пользователя Интернета вкупе с активизацией гражданских отношений в обществе и широким распространением мобильной техники вызвал *невиданный всплеск спонтанного производства* массовой информации. Устойчивым качеством аудитории стала интерактивность. При этом очень скоро блоги, комментарии, личные сайты пользователей Интернета обнаружили по отношению к СМИ свойства конкурентной среды. Даже в презентациях этой продукции акцентируется ее альтернативный характер: «свободная журналистика», «гражданская журналистика», «журналистика участия», «общественная журналистика». Привычной для нашего современника становится рубрика «Мобильный репортер», представляющая аудиовизуальные сообщения новостей от лиц, не имеющих отношения к информационным службам.

Так выживет или нет в такой ситуации журналистика как профессиональная деятельность? Есть основания полагать, что да.

Спонтанно созданные тексты, как всякий любительский продукт, уязвимы в главном: они не могут гарантировать стабильного уровня качества, а следовательно, и стабильной надежности информации. Профессиональный же журналистский текст всегда ориентирован на гарантию таковой. Конечно, это не означает, что в профессиональной журналистике не бывает «сбоев». Случаются и даже чаще, чем хотелось бы. Но суть в том, что за годы жизни профессии сложились такие алгоритмы и такие методы деятельности, такая регулятивная система, при которых «проколы» должны и могут быть сведены к минимуму. Условие только одно: надо знать эти алгоритмы и методы. Надо владеть **способом профессиональной деятельности журналиста**. Этот термин объединяет все те особенности деятельности, благодаря которым и получается текст, несущий в себе оперативное знание, отвечающее требованиям достаточной степени надежности. Представляя собой своеобразную копилку позитивного опыта профессии**,** способ деятельности вполне отвечает на вопрос, какими компетенциями должен обладать журналист.

Способ профессиональной деятельности журналиста

В структуре массовых информационных потоков журналистский текст занимает особое место. Он несет в себе сведения о том, как движется жизнь. Заключая в себе разные варианты оперативного знания о событиях, о проблемах, о людях и отношениях между ними, о новых артефактах и новых идеях, он всегда представляет собой *результат предпринятого автором специального освоения действительности* «*здесь и сейчас*». И это превращает его в своеобразный «знак эпохи» — метку времени, к которому относится массовый информационный поток. Подготовка такого материала оказывается делом специфическим. Чем же определяются в данном случае особенности процесса и инструментария авторской работы? Из чего конкретно складывается способ профессиональной деятельности журналиста?

Первая его составляющаяся — последовательность задач, определяющих движение творческого процесса. Задавшись целью подготовить *именно журналистский* текст, человек должен решить два блока задач. Один связан с освоением действительности и разворачивается в *осознанную, целенаправленную* познавательную деятельность. Она образует начальную стадию творческого акта, в ходе которой, оперативно выполняя соответствующие технологические операции (зачастую построенные на общении), журналист выявляет факты, характеризующие изучаемую им ситуацию, и постигает их суть. Это оперативное журналистское освоение действительности в одной из трех форм: ознакомление, исследование или рас-

следование [Лазутина, 2011, с. 136—140]. Однако итог его в виде концепции изученной ситуации в любом случае должен отвечать определенным критериям надежности.

Другой блок задач связан с переработкой полученной концепции в *замысел конкретного материала и воплощением этого замысла в продукт* — иначе говоря, подчинен необходимости предъявления информации аудитории. В разных средствах массовой информации эта стадия творческого процесса протекает с отличиями (хотя всегда в жестких временных рамках), но в итоге приводит к появлению журналистского материала для газеты, интернет-издания, телевидения или радио. Ориентация сегодняшних средств массовой информации на конвергентность ставит журналистов перед необходимостью уметь воплощать один и тот же контент в разных знаковых системах, чтобы объективировать его с помощью разных медийных платформ. Однако обязательными задачами во всех этих случаях остаются *адекватное отображение реалий*, о которых идет речь, и *аргументированная, логически грамотная интерпретация* происходящего.

Естественно, что решение такого большого числа задач, причем различных по содержанию, может быть достигнуто лишь при использовании соответствующего набора методов. Это вторая составляющая способа профессиональной деятельности.

Состав методов определяется характером задач, структурой творческого акта, особенностями источников информации, законами познания и восприятия информации. Поэтому их довольно много. Сообразно стадиям творческого акта они образуют две развернутые группы: *методы познавательной деятельности* и *методы предъявления информации*. Первая группа включает в себя методы получения сведений и методы постижения сути. Вторая объединяет методы предъявления фактов и методы предъявления материала культуры. Каждый из методов представляет собой *совокупность научно обоснованных действий, направленных на решение определенной задачи*, и это отличает их от аналогичных действий в обыденной жизни. Важно иметь в виду, что есть некоторые различия и в характере действий, используемых для решения той или иной задачи на стадии предъявления информации при подготовке материалов разных медийных платформ. (Скажем, воспроизводя обстановку события в печатном тексте, журналист будет применять *описание*, а в телевизионном сюжете прибегнет к *показу*, позволяющему достичь той же цели.)

Стремясь повысить качество информации — и той, которая «добывается» как исходный материал, и той, которую предстоит передать аудитории, — журналист руководствуется *принципом дополнительности*, обязывающим его *комбинировать* методы.

Необходим современным журналистам при создании собственных произведений и богатый «*парк*» *техники, которой они должны свободно владеть.* Это третья составляющая способа профессиональной деятельности. Речь в данном случае о технических средствах, выступающих не просто как фактор, благоприятствующий течению деятельности (в подобной роли, например, используется автомобиль). Нет, здесь имеется в виду та техника и те технологии, которые непосредственно участвуют в творческом процессе и обойтись без которых работник СМИ сегодня просто не может. Количество такого инструментария постоянно увеличивается, а роль его возрастает. Цифровая техника, мультимедийные технологии, мобильная телефония качественно меняют информационные процессы, стимулируя переход профессионального сообщества журналистов на новый уровень технологического мышления и технической грамотности.

Но как бы ни была совершенна техника, как бы ни разрабатывались технологии творческого процесса, они образуют только *возможность* создать качественный материал, способный выполнить свое предназначение. Будет или не будет реализована такая возможность, зависит от того, *каким образом* журналист использует технологию и технику, т.е. от его личностных проявлений в процессе работы. Поэтому как обязательный компонент в способ журналистского творчества в качестве четвертой его составляющей входят и профессионально-нравственные ориентиры, призванные соответствующим образом направлять поведение журналиста в неизбежных для него ситуациях морального выбора.

Эти ориентиры действуют — должны действовать! — и в индивидуальных ситуациях творчества, и в коллективных творческих процессах, направленных на создание массовых информационных потоков. Журналист и сегодня участвует в нем не только как автор. Он включен в процесс медиапроизводства на всех его стадиях и способен сделать многое для повышения качества не только собственных произведений, но и продукции медиаиндустрии в целом, если чувствует себя профессионалом, постигшим секреты своего дела. Так что ведущее место журналистики в системе средств массовой информации сохраняется, хотя и несколько меняется ее роль.

Список литературы

Клаус Г. Кибернетика и общество. М., 1967.

Лазутина Г.В. Журналистика и качество массовых информационных потоков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2004. № 1. С. 33—45.

Лазутина Г.В. Особенности профессиональной деятельности журналиста с позиции системного подхода к ее изучению // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 5. С. 80—93.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект-Пресс, 2010.

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект-Пресс, 2011.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2009.

Поступила в редакцию
12.09.2011