

РАЗДЕЛ V

ЗАМЕЖНАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА І ЛІТАРАТУРА

Наталія Благовєрная

*Восточноевропейский национальный университет им. Леси Украинки
(г. Луцк, Украина)*

СМИ: ПЕРЕЗАГРУЗКА МАГИСТРАЛЬНОЙ ТРАЕКТОРИИ РАЗВИТИЯ

Вокруг содержательных координат СМИ целенаправленно собираются, а вследствие этого и формируются аудитории. По известной формуле М. Мак-Люэна, коммуникативное средство и является самим сообщением [3]. Поверхностность, свернутость информации, неотображение большого количества фрагментов действительности, снижение умения интерпретировать действительность, выстраивать связи во многом и является миром потребителя как социального индивида. Современные СМИ Украины предпочитают информационную модель формирования общественного сознания. Поэтому категория «информация» все больше вытесняет категорию «знание», как следствие, снижаются возможности повысить социальный интеллект и обеспечить общественную динамику. В противовес происходит активный теоретический поиск и переосмысление концептуальных основ создания и потребления информации, реструктуризации информационных массивов в пределах определенной гуманитарной концепции.

Н. Дэвис констатирует, что ведущие мировые СМИ на практике фактически не способны самостоятельно осмысливать действительность, активно пользуясь технологией «пресс-релизма». Двухнедельный мониторинг происхождения материалов в самых престижных ежедневных газетах Великобритании, проведенный отделом журналистики Кардиффского университета, обнаружил, что 60 % одобренных к печати материалов состояли в основном из скопированного материала информационных агентств и пиар-агентств, 20 % даже содержали дословные элементы. Исследователи обобщили: «Выразительная независимая журналистская деятельность – скорее исключение, чем правило. Мы не говорим о журналистике расследования, а о ежедневных практиках суж-

дений из новостей, проверке фактов, сбалансированности, критическом и тщательном отношении к источникам и т. д., которые теоретически составляют среднестатистическую, ежедневную журналистику» [1, с. 73]. Фактически журналист – пассивный пересказчик, даже интерпретатор, поскольку переработка не предусматривает выверки вероятных махинаций и неточностей, не выявляет потребность критически проанализировать представленную действительность. Н. Дэвис приходит к выводу, что подобное спровоцировано коммерциализацией СМИ, сокращением времени и расходов на подготовку материалов.

Украинские СМИ также не лишены глобальных мировых воздействий. Новостной поток сведен к голой констатации событий, часто избегает анализа значений, существенно минимизирует выбор тем. Л. Швец, суммируя практический опыт, утверждает: «Какие-то темы редактора вообще отказываются брать, указывая, что они будут неинтересны читателям. <...> Окружающее тематическое богатство не привлекательно» [4, с. 47]. Коммерциализация отрасли спровоцировала не только ориентацию на потребительские запросы потенциального читателя / слушателя / зрителя, но и на полное им подчинение. Это и провоцирует тривиальность поднятых тем, смещает угол рассмотрения проблемы.

Сужение информационного пространства до нескольких топ-тем фактически является попыткой цензурировать когнитивные возможности потребителя, ведь СМИ невольно реконструируют действительность, занижают способность к верификации представленной событийности, нивелируя стремление к познанию окружающего мира. СМИ рисуют тот образ мира, объективность которого 1) мотивирована официальной версией «пресс-релизных» первоисточников; 2) продиктована частотностью появления темы в других СМИ. Многие мировые информационные агентства сокращают объемы узкоспециализированной тематики, неудивительно, что определенные суждения остаются неосвоенными, зато другие широко тиражируются. Украинские СМИ не имеют собственных корреспондентов, которые постоянно работали бы в странах мира и поставляли прямую информацию. Л. Ившина, в частности, отмечает: «На телеканалах постоянно используется один источник: о событиях внутри страны все выразительно читают “Интерфакс” на разные лады, о внешних – берут видео одного зарубежного агентства и делают то же самое» [2, с. 46]. Вследствие этого упрощаются формы публичной репрезентации журналистов, нивелируется их социальная ответственность. Редакционная политика СМИ напоминает кривое

зеркало, которое ретранслирует вторичный контент, демонстрирует замкнутость на упрощенной реальности, в целом хронически отделена от создания культурного и интеллектуального пространства. Л. Швец констатирует: «Объяснительное значение бесконечных текстов на одни и те же темы стремится к нулю. <...> Нам важно лишь то, что в узком коридоре, и не интересно, что происходит по сторонам. Мы цензурируем сложность, предпочитая успокаивающую простоту» [4, с. 47]. Инвентаризация тематики сообщений обнаруживает сдвиг в сторону политики, что является попыткой описать реальность «здесь-и-теперь», без стремления выйти на общечеловеческие проблемы. Приоритетные ценности, на которые должно ориентироваться общество, а следовательно, и СМИ, это архетипные ценности, апробированные цивилизационным опытом и интерпретированные на языке современности. К сожалению, тематическое присутствие культуры, науки и образования упрощено и конъюнктурно. Их спорадические появления – не более чем колыбельная риторика. Целостного недеформированного образа украинской науки и культуры, способного представить Украину в оптике аналитического видения, нет. Авторских независимых текстов слишком мало. Ежедневные практики описательных текстов СМИ, не способных проанализировать значение тех или иных событий, мотивировать важность рассмотрения непопулярных тем, закрепляют на уровне ежедневного нерелексивного быта инфантильность и несознательность аудитории. Конфигурация новостных потоков влияет и на способность самих СМИ представлять и анализировать контент, в определенной степени отменяя критический подход к качеству публикаций. Журналистике уже сегодня не хватает соответствующих знаний и критического анализа. Журналистика, которая должна стимулировать развитие общественного мнения, накапливать социальный капитал (т. е. общую осведомленность и мотивацию социальной активности), быть в авангарде общественных процессов, в целом остается основой для консервирования деградированной ценностной и интеллектуальной парадигмы.

Сегодня СМИ должны осознать необходимость развития информационного пространства по новому коммуникативному сценарию, создавая интеллектуальную / культурную среду, стимулируя стремление к познанию. Выстраивая политематический корпус текстов, которые будут сбалансировано популяризировать национальную науку и культуру, поднимая дискуссии, призывая к осмысленному диалогу, журналистика способна провести своеобразную «гигиену мышления» общества, создавая контркультуру видения, хотя преимущественно стоит в

стороне, ведь вторичность самосознания многих журналистов, копируя чужие образцы социального, культурного поведения, не способна формировать стандарты «потребительских» канонов. Именно журналистика, используя цивилизационный опыт, должна создавать предпосылки для адаптации международных наработок к особенностям локальной этнической культуры и сделать это через призму истории, духовности, морали, через актуализацию науки как лаборатории смыслов, используя всеприсутствующие смысловые возможности познания, катализировать эволюцию аудитории от механических потребителей до вдумчивых потребителей. Журналистике следует увидеть возможности для сбалансирования интересов коммерциализации отрасли и повышения интеллектуальных способностей аудитории, и что самое важное – увидеть собственную роль в этом сбалансировании. Подобное неизменно обнаружит и расширит возможности компетентных решений.

Літаратура

1. Дейвіс, Н. Новини пласкої землі / Нік Дейвіс. – Київ: Темпора, 2011. – 548 с.
2. Івшина, Л. Мої університети / Лариса Івшина. – Київ: Бібліотека газети «День», 2006. – 204 с.
3. Мак-Люен, М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / М. Мак-Люен. – 2-е вид., перероб. – Київ: Ніка-Центр, 2008. – 392 с.
4. Як писати про культуру?: збірник есеїв і лекцій / Д. Бад'йор, М. Савка, А. Бондар [та ін.]. – Київ: ВД «АДЕФ – Україна», 2015. – 236 с.

Михаил Вальковский

Белорусский государственный университет

ОПЫТ МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МЕДИА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Система средств массовой информации Республики Беларусь в своих основных чертах формировалась на протяжении достаточно продолжительного времени. В ее генезисе можно выделить три ключевых периода. Во-первых, советский, когда за 70 лет сложились базис, структура, система подготовки кадров. Далее последовал перестроечный этап, во время которого число медиа росло лавинообразно, проявился дефицит кадров для работы в них. И, наконец, постперестроечный, который характеризуют такие тренды, как стабилизация, а затем уменьшение числа традиционных медиа при одновременном бурном развитием новых медиа. Причем в последние два десятилетия изменения происходили столь