

грамма представляет собой классический тележурнал, состоящий из четырех основных блоков: гости студии; сюжеты (рубрики); подводки ведущих; рекламные блоки.

Поэтому, на наш взгляд, понятие «удачная / неудачная модель» утреннего вещания на белорусском телевидении понятие субъективное, а не объективное. И есть смысл расширить теоретические исследования программ утреннего формата, что поможет выстроить новую модель с учетом вызовов времени в условиях взаимодействия мировых моделей утреннего вещания.

*Библиографические ссылки*

1. Электронный научный журнал «Медиаскоп» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/2352>. – Дата доступа : 05.09.2018.

**Ольга Савинова**

*Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского  
(г. Нижний Новгород, Россия)*

## **ПРЕССА И ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА**

Исследователи теории и практики журналистики отмечают, что, став самостоятельной производственной прибыльной отраслью, СМИ активно конкурируют за свободное время людей наряду с другими досуговыми учреждениями культуры, и эффекты массмедиа в этой конкуренции более заметны. Очевидно, что цифровая революция закрепит эти эффекты. Вместе с тем роль современных российских СМИ в формировании и сохранении нравственного и культурного кода представляется явно неоднозначной [2; 3]. В самом деле, на сегодня день сложилась парадоксальная ситуация: в государстве, имеющем богатейшие традиции и культуру, ежедневно предоставляется информация, наносящая вред духовному здоровью россиян, и, в первую очередь, детей и молодежи. Утрачивается просветительская, воспитывающая, объединяющая роль СМИ, подменяются извечные нравственные ценности – участливость, совестливость, уважение к старшему поколению.

Вместе с тем история отечественной журналистики свидетельствует о ее огромном духовно-нравственном потенциале: достаточно вспомнить публицистику Анатолия Аграновского, Василия Пескова, Татьяны Тэсс, Чингиза Айтматова. Отечественная публицистика всегда отличалась яркостью, многообразием, гражданственностью. Однако сегодня

литературно-публицистический арсенал оказался за бортом современных изданий. Являясь социальным институтом общества, переживающего на современном этапе своего развития период трансформации, журналистика не только фиксирует эти процессы, но и сама переживает определенные изменения [1]. Трансформация затронула всю медиасистему, ее типологические характеристики, функции и т. д.

Одна из ключевых функций прессы – информационная – в современных условиях превращения информации в товар явно испытывает процесс аберрации. В самом деле, внимание читателей, зрителей и слушателей фокусируется на информации о скандалах и чрезвычайных происшествиях, криминальных историях, жизни «звезд», различного рода загадочных явлениях, курьезах и под. Как-то незаметно быстро в прессе произошла подмена главных персонажей: «героев труда» сменили «герои потребления» и антисоциальные персонажи; негативная информация во много раз превышает информацию о позитивных процессах. В погоне за прибылью пресса начинает конструировать оторванные от жизни идеалы и ценности.

Процесс трансформации затронул и такую основополагающую функцию журналистики, как культурно-образовательная. Это связано с тем, что одной из наиболее важных проблем современного духовного производства в СМИ является верховенство критерия все той же рыночной рентабельности над художественно-эстетическими и культурно-просветительскими критериями.

И еще одна актуальная проблема, которая перешагнула рамки филологии и приобретает в последние годы масштабы общественного звучания, – это язык современных СМИ. В условиях, когда газеты, радио и особенно телевидение практически вытеснили собственно чтение художественной литературы, пресса составляет сегодня основную сферу, в которой «живет» современный русский язык, и потому проблема языка СМИ представляет для нашего общества глобальную культурную и духовную значимость. За последние годы существенным образом изменился язык политики и публицистики. Новая лексика бурным потоком хлынула на страницы газет, в теле- и радиоэфир. Относиться к этому можно по-разному. С одной стороны, СМИ сегодня обсуждают проблемы, которые ранее не были предметом общественного диалога. С другой стороны, в СМИ пришли новые люди, которые по-новому ставят проблемы, по-новому их решают, по-новому устанавливают планку нормативности, литературности. Где найти разумный баланс между

необходимым и допустимым? Особенно сейчас, когда произошло снятие запретов на использование стилистически сниженных, эстетически безобразных слов и выражений. Насыщение речи вулгаризмами превратилось в признак доверительного общения, языковая раскованность приблизилась к языковой распушенности. Филологическая общественность призывает к тому, чтобы русская речь в СМИ приближалась к образцовой, обращает внимание на лексику, фразеологию, произношение, ударение, интонацию и т. д. Но дело в том, что речь идет не только об ошибках произношения, а о чем-то еще более важном – СМИ внедряют в массовое сознание новые социальные стандарты, зачастую сомнительного характера.

На наш взгляд, процесс трансформации журналистики отражает глубинные противоречия в развитии современной медиасистемы: с одной стороны, пресса за счет рекламы становится мощным источником прибыли, с другой стороны, в системе массовой информации есть «внерыночные» секторы – пресса для детей, молодежи, издания, пропагандирующие традиции, культуру, семейные ценности. Очевидно, что необходимо сохранить издания, которые бы отражали всю гамму духовных и нравственных потребностей человека.

Актуальная социально-значимая тематика, хороший литературный язык, доверительная форма общения, обращение к духовным, нравственным и культурным ценностям в региональной и федеральной прессе несомненно будут способствовать не только формированию положительного имиджа самих изданий, но и консолидации общества. Процесс изменения информационного поля проходит трудно, медленно, и здесь на самом деле очень важна позиция самого цехового журналистского сообщества, сохраняющего и развивающего лучшие традиции отечественной журналистики.

#### *Библиографические ссылки*

1. Вартанова, Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики : монография / Е. Л. Вартанова. – 2-е изд., испр. – М. : МедиаМир, 2014. – 280 с.
2. Кризис духовности в медиaprостранстве / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб. : С-Петерб. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2012. – 286 с.
3. Фролова, Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество : монография / Т. И. Фролова. – М. : МедиаМир, 2014. – 352 с.