
ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

THEORY OF JOURNALISM

УДК 020

СМИ И КУЛЬТУРА: ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

О. Н. САВИНОВА¹⁾

¹⁾Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского,
ул. Гагарина, 23, 603950, г. Нижний Новгород, Россия

Рассматриваются дискуссионные аспекты освещения в медиа вопросов культуры, влияния СМИ на современное социокультурное пространство. Подчеркивается, что в современных условиях трансформации самого общества существенные изменения претерпевают и средства массовой информации. Роль медиа в освещении вопросов культуры носит противоречивый характер: наблюдается снижение качества контента, развиваются процессы аберрации некоторых функций журналистики (культурно-образовательной, информационной), гипертрофирована развлекательная функция. В погоне за прибылью пресса начинает конструировать оторванные от жизни идеалы и ценности. Автор обращает внимание и на такую актуальную проблему, как язык СМИ. В условиях, когда газеты, радио и особенно телевидение практически вытеснили чтение художественной литературы, медиа составляют сегодня основную сферу, в которой живет современный русский язык, и потому проблема языка СМИ имеет для общества глобальное культурное и духовное значение. Подчеркивается необходимость возрастания роли экспертного сообщества, самой медиааудитории в процессе формирования качественного контента, связанного с освещением вопросов культуры. Акцентируется внимание на актуальных проблемах медиаобразования и необходимости сохранения национальных традиций российской журналистики, ее высокого профессионального, интеллектуального и культурного потенциала.

Ключевые слова: культура; медиа; трансформация СМИ; медиаобразование; культурная компетенция журналистов.

Образец цитирования:

Савинова ОН. СМИ и культура: вызовы времени. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика.* 2020;1:4–9.

For citation:

Savinova ON. Media and culture: modern challenges. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics.* 2020;1:4–9. Russian.

Автор:

Ольга Николаевна Савинова – доктор политических наук, профессор; заведующий кафедрой журналистики Института филологии и журналистики.

Author:

Olga N. Savinova, doctor of science (political science), full professor; head of the department of journalism, Institute of Philology and Journalism.
508@bk.ru
<http://orcid.org/0000-0003-1733-2602>

MEDIA AND CULTURE: MODERN CHALLENGES

O. N. SAVINOVA^a

^aLobachevsky State University of Nizhny Novgorod,
23 Gagarina Street, Nizhny Novgorod 603950, Russia

The article discusses the controversial aspects of coverage of cultural issues in the media and the influence of the media on the modern socio-cultural space. The author emphasizes that mass media undergo significant changes in the modern conditions of transformation of the society. Their role in the coverage of cultural issues is contradictory: there is a decrease in the quality of content, the processes of aberration of some functions (cultural, educational, information) are developing; entertainment function is hypertrophied. In pursuit of profit, media begin to construct ideals and values that are far from real life. The author also draws attention to such an urgent problem as the language of the media. In conditions when newspapers, radio and especially television have practically replaced the reading, media became the main sphere where the modern Russian language lives. That's why the problem of the language of the media has global cultural and spiritual significance for society. The author emphasizes the necessity of increasing the role of the expert community as well as the audience itself in the formation of quality content related to the coverage of actual cultural issues. The author also focuses on the issues of media education and necessity to preserve the national traditions of Russian journalism, its high professional, intellectual and cultural potential.

Keywords: culture; media; media transformation; media education; cultural competence of journalists.

Введение

Вопросы участия СМИ в сохранении культурной традиции и ценностных оснований современной российской журналистики, роли и значения последней в культурном процессе, ситуации трансформации современного культурного пространства, развития информационных технологий, конкуренции медиа за свободное время читателей приобретают особенную актуальность для их дальнейшей научной разработки как в рамках теории журналистики, так и в смежных гуманитарных исследованиях. На коммерциализацию СМИ в условиях рынка и кризис духовности в медиaprостранстве обращают внимание исследователи Е. Л. Варганова, Л. Г. Свитич, Б. Я. Мисонжников, на ослабление подотчетности обществу онлайн-медиа указывает

американский ученый Д. Маккуэйл, а Т. И. Фролова – на необходимость сохранения гуманитарной миссии средств массовой информации [1–5].

В данной статье рассматриваются дискуссионные аспекты освещения в медиа вопросов культуры, акцентируется необходимость сохранения культурной традиции, отмечается сложившаяся дихотомия «СМИ и культура» и трансформация современного культурного пространства. Для автора важно не только зафиксировать проблемные вопросы, но и предложить пути корреляции дисфункциональных элементов в современном медийном пространстве, которые помогли бы сделать культурологический контент СМИ соответствующим требованиям времени.

Методология и методика исследования

В статье применяются общенаучные методы анализа и синтеза, логический и исторический методы, а также методы смежных гуманитарных дисциплин, в частности анализ художественного текста. В своей работе мы опирались также на выводы контент-анализа материалов российской федеральной и региональной прессы, освещающих вопросы культуры, проведенного кафедрой журналистики Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского весной

2019 г. в рамках магистерского курса «Типология современных средств массовой информации». При анализе обращалось внимание на типологические характеристики изданий, показатели представленности в них тем культуры (СМИ, стилистика, контекст и языковые особенности медиаматериалов), а также на характеристику общей ситуации относительно присутствия в информационном поле текстов, посвященных названной проблематике.

Результаты исследования и их обсуждение

Понятие «культура» универсально, оно широко употребляется в обыденной жизни, искусстве и философии. Ученые подсчитали, что если в 1990-х гг. существовало более 500 определений культуры, то сейчас их уже около 1000, но практически во всех

дефинициях отмечают три основных значения этого слова:

- возделывание, творчество;
- образование, воспитание, развитие;
- поклонение чему-либо.

Л. Н. Коган, один из ведущих исследователей теории культуры, выделял в ряду функций культуры как общественной системы, осуществляющей передачу социального опыта одного поколения другому, наряду с иными, реализацию коммуникации между людьми по поводу производства и освоения культурных ценностей. Интересно и современно звучит суждение ученого о пяти слоях актуальной культуры:

- общечеловеческие непреходящие ценности;
- национальная классика как часть мировой культуры (она особенно ценится в той национальной среде, где была создана);
- произведения культуры прошлого и современности, поддерживаемые одними культурными направлениями и отвергаемые другими;
- культурный поток – самый широкий, непрерывно меняющийся слой, где могут оказаться произведения, которые со временем станут классикой, но в основном это массовая литература, обреченная на забвение;
- ранее не востребованные ценности, обогнавшие свое время и лишь теперь получившие аудиторию [6; 7].

Мы рассматриваем медиа, с одной стороны, как эффективный транслятор и регулятор культурного влияния. С другой стороны, несмотря на проблемы и противоречия на этапе формирования информационной цивилизации, журналистика сама является достоянием и ценностью общества, о чем, в частности, пишет в своих работах известный российский исследователь С. Г. Корконосенко [8].

Вместе с тем сегодня дихотомия «СМИ и культура» воспринимается явно неоднозначно. Материальные, социальные и духовные перемены в обществе привели к определенным трансформациям и в журналистике. По оценкам некоторых исследователей, журналистика переживает сегодня не просто изменения, а кризис, который выражается в ряде следующих аспектов:

- преобразования на институциональном уровне, когда даже имеющие солидную историю издания перекупаются, сокращаются, меняются их учредители, вследствие чего вымываются основы той информационной политики, которая прежде привлекала аудиторию и была своеобразным брендом издания;
- проигрыш традиционной журналистики альтернативным источникам информации (текстам блогеров, активистов, материалам из социальных сетей);
- снижение качества контента, о чем свидетельствуют передачи даже центральных российских телеканалов («Давай поженимся», «Говорим и показываем», «ДНК» и др.);
- развитие процессов аберрации таких функций журналистики, как культурно-образовательная, информационная, гипертрофированность развлекательной функции.

Нельзя не замечать и того, как изменилась и аудитория СМИ. Сегодня выросло новое поколение потребителей информации, привыкшее к цифре, клиповому мышлению, «информационному фаст-фуду». Исследователи констатируют, что в настоящее время активно востребован так называемый шеринговый контент.

В наступившую эпоху новых информационных технологий литературно-публицистический арсенал оказался за бортом современных изданий, существенным образом изменился и язык СМИ.

В свое время академик Д. С. Лихачев отмечал, что самой большой ценностью народа является язык, на котором он пишет, говорит, думает. Совершенно очевидно, что русский язык – это уникальный культурный, цивилизационный феномен, который объединяет и консолидирует общество. Огромна роль русского языка в межкультурном диалоге. Незабываемы богатые традиции литературных переводов на русский язык текстов, написанных на национальных языках. Издавна в деле единения и взаимообогащения народов России важную роль выполняла классическая русская литература, неотделимая от того «великого и могучего, правдивого и свободного» русского языка, на котором созданы произведения А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н. В. Гоголя, И. С. Тургенева, И. А. Гончарова, Н. А. Некрасова, М. А. Шолохова, С. А. Есенина, В. В. Маяковского, М. А. Булгакова и многих других писателей и поэтов. Сегодня русский язык переживает непростые времена. Во-первых, в условиях глобализации в качестве универсального языка общения в мире уже несколько десятков лет выступает английский: имеются в виду литература, документация, научные форумы, политические и экономические переговоры различных форматов и, конечно, культовое достижение современности – интернет – с его изначально английской лексикой.

В последние годы мы наблюдаем существенные изменения в языке публицистики, так как были сняты запреты на использование стилистически сниженных слов и выражений. В одном из нижегородских региональных изданий появилась публикация со знаковым заголовком: «Я русский бы выучил, только какой?». Сегодня большой редкостью стала грамотная красивая русская речь: в книгоиздании, в кино и на телевидении фиксируется засилье иностранных слов, безграмотные фразы, нецензурная, криминальная и тюремно-уголовная лексика, примитивный молодежно-развлекательный сленг. В этом контексте русская классическая литература без нажима, без ложного пафоса, но очень точно демонстрирует это печальное обстоятельство. Вот простой пример. У Л. Н. Толстого в знаменитом романе «Война и мир» солдаты обращаются друг к другу как *брат*, *батюшка*, *землячки*, *голубчик*, *милая душа*, а офицеры – *друг сердечный*.

Ругательства тоже есть. Вот самые страшные из них: *черти, дьяволы, рожа, бараны*. А теперь представим, что мы переключаем некоторые каналы нашего телевидения. Комментарии, как говорится, излишни.

Эпоху Гутенберга сменила эпоха глобального телевидения, которое в погоне за коммерческой выгодой часто предоставляет информацию, наносящую вред духовному и эстетическому развитию детей и молодежи. Сложилась парадоксальная ситуация: став прибыльной информационно-развлекательной индустрией, телевидение навязывает аудитории чуждые ценности, оторванные от отечественных духовно-нравственных традиций. «Телевидение – это масскульт... Ругать рекламу скучно и неинтересно» [9].

Да, на российском телевидении есть «Культура» – канал для людей, которые ценят искусство, предпочитают передачи о событиях в мире культуры, науки, театральные постановки. Но, по данным открытых источников, среди молодых зрителей «Культуру» смотрит 1,2 % молодежи, а каналы СТС и ТНТ – соответственно 13,6 и 14,5 % молодежи.

Одной из наиболее важных проблем современных СМИ является преобладание критерия рыночной рентабельности над художественно-эстетическими и культурно-просветительскими критериями. Так, доктор филологических наук Т. И. Фролова обращает внимание на лавинообразный рост объема программ, отражающих проблемы частной жизни в самых разнообразных форматах [10]. Рейтинговый успех программы «Пусть говорят», по-видимому, послужил пусковым механизмом к поиску аналогичных подходов как на федеральных каналах, так и на иных многочисленных платформах. В числе основных претензий к ним – своеобразная эстетика, очень точно выраженная в откликах телезрителей: «Это одна из форм вуайеризма – социальной болезни, поразившей наше телевидение», «...грязный базар». Исследователь делает вывод о том, что моральный вред, наносимый обществу подобными программами, пока не стал объектом серьезного анализа, тем не менее данные медиапродукты подвергаются эмоциональной критике некоторой части аудитории. Общественное благо журналистики и коммерческая выгода групповых интересов производителей пребывают в явном противоречии.

Заключение

В качестве дискуссии хотелось бы предложить следующие выводы.

Исследование изменений современного культурного пространства и роли в нем медиа необходимо проводить в более широком контексте трансформации самого общества.

Медийное отображение современной культуры – это, скорее всего, не самостоятельное образо-

На состоявшемся 7 ноября 2018 г. заседании Совета Федерации член Союза писателей и Союза журналистов Ю. М. Поляков остро высказывался о проблеме контента современного телевидения, о превалировании криминальных сериалов и навязчивой рекламе. Телевидение – это бизнес, но «чей именно это бизнес и кто выгодополучатели этого бизнеса? – Явно не зрители...» [11].

На наш взгляд, интересной представляется недавно развернувшаяся дискуссия о коммуникативных стратегиях СМИ в условиях формирования новой информационной среды. Так, исследователь из Челябинска В. В. Антропова подчеркивает такую тенденцию в развитии коммуникативных стратегий современной прессы, как «снижение ее культурного веса и нравственного потенциала, с одной стороны, но вместе с тем, с другой стороны, в современном медиапространстве представлена гуманитарная журналистика, альтернативная журналистской попсе. Эти модели развития обуславливают специфику контента духовности и ментально-культурной идентификации в медиатекстах» [12]. Хочется надеяться, что вторая модель развития будет все же приоритетной.

В последнее время все чаще говорят об открывающихся в условиях цифровой революции новых возможностях интернета. Интересно и то, что с осознанием глобальных технологических новшеств, влияющих на процессы в современной журналистике, экспертное сообщество высказывает сомнение по поводу их исключительно положительного эффекта [13]. Роботизированная журналистика, трансформация журналистского текста в более краткий, сопровождающийся обязательной визуализацией, оснащенный мультимедийными технологиями, – все эти активные процессы актуализировали дискуссию о квалификационных навыках, так необходимых тем, кто работает в современных медиа. К числу приоритетных векторов медиаобразования относится повышение **профессиональной культуры** журналистского сообщества в решении задачи позитивного влияния современных медиа на социокультурное пространство. В этом направлении многое сделано прежде всего преподавателями высшей школы как главной творческой составляющей образовательного процесса.

вание, а цифровой дубликат активного продвижения массовой культуры в общественное сознание.

Экспертное сообщество и сама аудитория СМИ должны стать значимым фактором влияния на формирование контента в информационном пространстве.

Появление принципиально новых типов медиа, обладающих уникальными качествами мультиме-

дийности, неограниченным объемом информации, интерактивностью, беспрецедентной скоростью распространения и доставки информации, обуславливает у части пользователей пресыщенность интернетом и другими информационно-коммуникационными технологиями.

Развитие технологий и новые каналы передачи информации открывают возможность популяризации, например, классической музыкальной культуры в пространстве интернет-журналистики, на веб-сайтах изданий, учреждений культуры, теле- и радиостанций. В поиске новых технологий продвижения классической музыкальной культу-

ры театры активно сотрудничают сегодня с вузами, привлекая к совместным творческим проектам преподавателей и студентов. Так, в качестве примера приведем создание в Нижнем Новгороде ученого совета при Нижегородском театре оперы и балета, в состав которого вошли преподаватели университета, консерватории, журналисты.

При подготовке будущих журналистов на новых платформах медиаобразования важно, чтобы компьютерная грамотность не вытеснила языковую, смысловую, культурную компетенции будущих журналистов.

Библиографические ссылки

1. Вартанова ЕЛ. *Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики*. Москва: МедиаМир; 2013. 278 с.
2. Свитич ЛГ. *Социология журналистики*. Москва: Институт международного права и экономики имени А. С. Грибоедова; 2005. 119 с.
3. Мисонжников БЯ, редактор. *Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (кризис духовности в медиaprостранстве). Материалы научно-практического семинара; 28 сентября 2011 г.; Санкт-Петербург, Россия*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет; 2012. 286 с. Совместное издание с Высшей школой журналистики и массовых коммуникаций.
4. Маккуэйл Д. *Журналистика и общество*. Полевая МЮ, переводчик. Москва: МедиаМир; 2014. 364 с.
5. Фролова ТИ. *Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика. Человек. Общество*. Москва: МедиаМир; 2014. 352 с.
6. Коган ЛН. *Социология культуры*. Екатеринбург: УрГУ; 1992. 120 с.
7. Коган ЛН. *Теория культуры*. Екатеринбург: УрГУ; 1993. 160 с.
8. Корконосенко СГ. *Журналистика – достояние и ценность общества*. В: Савинова ОН, редактор. *СМИ и духовная жизнь общества. Материалы международной научно-практической конференции; 12 марта 2012 г.; Нижний Новгород, Россия*. Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского; 2012. с. 4–16.
9. Засурский ЯН, редактор. *Сто одна теленеделя с Ириной Петровской*. Москва: Гуманитарный центр «Монолит»; 1998. 406 с.
10. Фролова ТИ. *Частная жизнь на телеэкране: троллинг как эстетическая платформа*. В: Васильева ВВ, редактор. *Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 57-го международного форума; 19–20 апреля 2018 г.; Санкт-Петербург, Россия. Том 1*. Санкт-Петербург: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций; 2018. с. 90–91.
11. Поляков ЮМ. *О литературе, русском языке, телевидении, Роспечати, театре, воспитании молодежи [Интернет; процитировано 21 июня 2018 г.]*. Доступно по: <https://aftershock.news/?q=node/700198>.
12. Антропова ВВ. *Коммуникативные стратегии СМИ и тенденции развития российской журналистики в фокусе духовно-ценностного измерения*. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. 2012;23(69):18–26.
13. Соловьев А. *Журналистика на перепутье: автоматизированная, точечная, дающая больше знаний, но меньше понимания*. В: Дасаева ТН, редактор. *Международная журналистика – 2018. Глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. Материалы VII Международной научно-практической конференции; 15 февраля 2018 г.; Минск, Беларусь*. Минск: БГУ; 2018. с. 281–286.

References

1. Vartanova EL. *Postsovetskie transformatsii rossiiskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet transformations of Russian media and journalism]. Moscow: MediaMir; 2013. 278 p. Russian.
2. Svitich LG. *Sotsiologiya zhurnalistiki* [Sociology of journalism]. Moscow: Institute of International Law and Economics named after A. S. Griboedov; 2005. 119 p. Russian.
3. Mysonzhnikov BJa, editor. *Sovremennaya periodicheskaya pechat' v kontekste kommunikativnykh protsessov (krizis dukhovnosti v mediaprostranstve). Materialy nauchno-prakticheskogo seminar; 28 sentyabrya 2011 g.; Sankt-Peterburg, Rossiya* [Modern periodical press in the context of communication processes (crisis of spirituality in the media space). Proceedings of the scientific and practical seminar; 2011 September 28; Saint-Petersburg, Russia]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University; 2012. 286 p. Co-published by the School of Journalism and Mass Communications.
4. McQuail D. *Journalism and society*. London: SAGE Publication Ltd; 2013. 256 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781526435798>.
Russian edition: McQuail D. *Zhurnalistika i obshchestvo*. Polevaya MYu, translator. Moscow: MediaMir; 2014. 364 p.
5. Frolova TI. *Gumanitarnaya povestka rossiiskikh SMI. Zhurnalistika. Chelovek. Obshchestvo* [Humanitarian agenda of the Russian media. Journalism. Human. Society]. Moscow: MediaMir; 2014. 352 p. Russian.
6. Kogan LN. *Sotsiologiya kul'tury* [Sociology of culture]. Yekaterinburg: Ural State University; 1992. 120 p. Russian.
7. Kogan LN. *Teoriya kul'tury* [Theory of culture]. Yekaterinburg: Ural State University; 1993. 160 p. Russian.

8. Korkonosenko SG. [Journalism – asset and value of society]. In: Savinova ON, editor. *SMI i dukhovnaya zhizn' obshchestva. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii; 12 marta 2012 g.; Nizhnii Novgorod, Rossiya* [Mass media and spiritual life of society. Proceedings of the International scientific and practical conference; 2012 March 12; Nizhny Novgorod, Russia]. Nizhny Novgorod: Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; 2012. p. 4–16. Russian.

9. Zasurskii YaN, editor. *Sto odna telenedelya s Irinoi Petrovskoi* [One hundred and one television week with Irina Petrovskaya]. Moscow: Humanitarian Center «Monolith»; 1998. 406 p. Russian.

10. Frolova TI. Privacy on TV: trolling as an aesthetic platform. Vasil'eva VV, editor. In: *Vek informatsii. Media v sovremennom mire. Peterburgskie chteniya. Materialy 57-go mezhdunarodnogo foruma; 19–20 aprelya 2018 g.; Sankt-Peterburg, Rossiya. Tom 1* [Century of information. Media in the modern world. Petersburg readings. Proceedings of the 57th International forum; 2018 April 19–20; Saint Petersburg, Russia. Volume 1]. Saint Petersburg: School of Journalism and Mass Communications; 2018. p. 90–91. Russian.

11. Polyakov YuM. About literature, Russian language, television, Russian press, theater, education of youth [Internet; cited 2018 June 21]. Available from: <https://aftershock.news/?q=node/700198>. Russian.

12. Antropova VV. [Communicative strategies of mass media and tendencies of development of Russian journalism in the focus of spiritual and value dimension]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie*. 2012;23(69):18–26. Russian.

13. Soloviev A. [Journalism at the crossroad: automated, pointed, giving more knowledge but less understanding]. In: Dasaeva TN, editor. *Mezhdunarodnaya zhurnalistika – 2018. Global'nye vyzovy, regional'noe partnerstvo i media. Materialy VII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii; 15 fevralya 2018 g.; Minsk, Belarus'* [International journalism – 2018. Global challenges, regional partnership and media. Proceedings of the 7th International scientific-practical conference; 2018 February 15; Minsk, Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2018. p. 281–286. Russian.

Статья поступила в редколлегию 10.10.2019.
Received by editorial board 10.10.2019.