

вяршыўшы вывучэнне дысцыпліны «Аксіялогія і дэанталогія журналістыкі», усведамлялі сацыяльную значнасць будучай прафесіі, высокую маральна-этычную матывацыю прафесійнай дзейнасці, недапушчальнасць распаўсюджвання інфармацыі, якая разбурае нормы грамадскай маралі, неабходнасць выкарыстання карэктных прыёмаў і метадык збору, апрацоўкі і творчай інтэрпрэтацыі інфармацыі, імкнуліся да пастаяннага ўдасканалення навыкаў аксіялагічнай журналістыкі, стымулявання рэфлексіўнай ацэнкі прыярытэтаў творчай дзейнасці.

Не выклікае сумнення, што ў працэсе адлюстравання і творчай інтэрпрэтацыі сацыяльнай рэчаіснасці важную ролю адыгрываюць каштоўнасныя ўстаноўкі журналіста, якія істотна ўплываюць на пастаноўку мэтай прафесійнай дзейнасці, на характар і формы яе ажыццяўлення. Прафесійны статус журналіста прадугледжвае пастаяннае вырашэнне антыномій асобнага маральнага выбару, скіраванага на асэнсаванне сацыяльнай адказнасці.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Падаляк Т. У.* Аксіялогія сучаснай беларускай журналістыкі. Мінск : Беларус. дзярж. ун-т, 2016. 263 с.
2. *Нигматуллина К. Р.* Аксиология в журналистике : пересекающиеся измерения // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Сер. 9. 2008. Вып. 1. С. 140–146.
3. *Абишева В. Т.* Деонтология журналистики: к истории вопроса // Вестн. Карагандин. гос. ун-та. Сер. Филология. 2011. № 3 (63). С. 99–104.

ЖУРНАЛИСТИКА И СИСТЕМА СМИ. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ

А. В. Потребин

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
potrebin@bsu.by*

Рассматривается понимание журналистики как вида (видов) деятельности, системы СМИ, социального института. Обращается внимание на институциональную основу журналистики, значимость журналистики и института СМИ (прессы) для осуществления социального контроля и информационной деятельности, обеспечивающей устойчивость социальных отношений. Высказано предположение о возможности снятия противоре-

чия между общественным служением журналистики и коммерческими целями медиаиндустрии.

Ключевые слова: журналистика; пресса; система СМИ; общественный институт; деятельность; социальный контроль.

JOURNALISM AND MEDIA SYSTEM. INSTITUTIONAL FRAMEWORK

A. V. Potrebin

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: A. V. Potrebin (potrebin@yandex.ru)

The article discusses the understanding of journalism as a type (types) of activity, media system, and social institution. The article draws attention to the institutional framework for journalism, the importance of journalism and the institute of mass media (press) for the implementation of social control and information activities that ensure the stability of social relations. The article suggests that it is possible to remove the contradiction between the public service of journalism and the commercial goals of the media industry.

Key words: journalism; press; media system; public institution; activity; social control.

Журналистика и в русскоязычной, и в западной, европейской и американской, традициях всегда понималась как информационная деятельность, имеющая социальное значение, при том что она могла приносить коммерческую выгоду либо быть некоммерческой, имея целью как реализацию той или иной информационной политики, так и формирование общественного мнения в ходе общественного служения. Однако со второй половины XX века в соответствии с теорией социальных систем Т. Парсонса журналистика все чаще определялась как социальный институт. Разделяла такой подход и советская теория журналистики.

Социальные институты – устойчивые формы социальной практики, которые возникают и поддерживаются с помощью социальных норм и посредством которых организуется общественная жизнь, обеспечивается устойчивость социальных отношений. В определенной степени это сочетается с подходом Д. Норта, который указывал на значение инсти-

тутов общества, формальных и неформальных, для формирования его ценностей и регуляции экономической деятельности и поведения: «институты – это правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми» [1, с. 73].

Известный советский и российский теоретик журналистики Е. П. Прохоров рассматривал журналистику одновременно как систему средств массовой информации и массово-информационную деятельность [2, с. 8], выделяя при этом целый ряд ее проявлений: особый социальный институт; система видов деятельности; совокупность профессий; система произведений; комплекс каналов передачи массовой информации [3, с. 12].

Становление медиаиндустрии и развитие медиабизнеса, создание фирм массмедиа, коммерциализация и оптимизация редакционной деятельности в условиях цифровой трансформации, а затем и конвергенции привели к пониманию журналистики также и как производственной деятельности: «журналистика – это общественная и производственная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации». К этому С. Г. Корконосенко добавляет еще три значения: система предприятий и средств сбора и доставки информации; продукция журналистской деятельности – произведения журналистики; отрасль научного знания [4, с. 3]. На наш взгляд, более обоснованным все же выглядит понимание журналистики как деятельности и как системы (социального института).

Д. МакКуэйл рассматривает журналистику как «особый род занятий с разнообразными специфическими целями и задачами деятельности, выполняемыми в рамках института прессы в соответствии с определенными этическими и политическими правилами» [5, с. 113]. Он обращает внимание на то, что журналистика не сводится к какой-либо одной деятельности, но «имеет отношение к результатам деятельности профессионалов, занятых сбором, анализом и публикацией новостей», то есть «сообщений, основанных на фактах, а также объяснений текущих или недавних событий, представляющих интерес для определенной аудитории, которая обычно характеризуется своим географическим положением» [5, с. 10].

МакКуэйл дает, по его мнению, более точное и «современное» определение журналистики: «журналистика есть создание и публикация сообщений о современных событиях, лицах или обстоятельствах

общественной значимости или интереса, основанных на информации, полученной из надежных источников» [5, с. 27].

Таким образом, журналистика им трактуется как деятельность, которая формирует прессу в широком понимании этого слова – институт общества. Пресса тут не сводится к совокупности печатных изданий, а отождествляется со СМИ в целом. Любой институт представляет собой комплекс деятельностей и практик, которые формально или неформально регулируются одними и теми же целями и принятыми нормами поведения. Это понимание коррелирует с позицией И. М. Дзялошинского, который рассматривает средства массовой информации как один из институтов, включенных в систему массовой коммуникации и «обеспечивающих ее функционирование и развитие». Журналистика при этом рассматривается как один из видов деятельности, обеспечивающих функционирование СМИ [6].

Впрочем, МакКуэйл именуется журналистику не только деятельностью, но и видом литературы и общественным институтом. Такая многозначность термина представляется обоснованной, и то или иное значение выходит на первый план в зависимости от контекста и от масштаба рассмотрения.

Как и многие исследователи и на Западе, и в странах бывшего СССР, он отмечает противоположность, противопоставление взглядов на прессу как «институт, призванный в первую очередь служить общественному интересу и как ветвь коммерции, даже индустрии развлечений» [5, с. 25]. Но насколько обоснована такая противоположность? Ведь консолидация массовой аудитории вокруг обсуждения общественно значимых тем также способна принести коммерческий успех. Примеров тому довольно много, особенно в онлайн-СМИ, в новых медиа и в блогосфере.

В свою очередь Е. Л. Варганова связывает сущность СМИ как социально-политического института с различными национальными и политическими контекстами: они рассматриваются «либо как институт демократии, способствующий свободному избирательному процессу, либо как институт формирования общественного мнения, либо как эффективный инструмент манипулирования им, либо как институт сохранения и развития национальной идентичности». При том что это всегда еще и институт культуры, способствующий развитию образования и искусства, сохранению языка [7, с. 31].

Власть СМИ проявляется не через принуждение, а «через влияние и убеждение» [5, с. 33]. И этот социальный институт весьма неформален и фрагментирован. При этом у него есть очень устойчивые институцио-

нальные основы, которые МакКуэйл определяет как «потенциальные средства социального контроля» [5, с. 30]. В качестве факторов саморегулирования общественной сферы и подотчетности иных социальных институтов проявляют себя и деятельность журналистов, и работа совокупности организаций, вовлеченных в производство новостей, и сам комплекс, механизм публикации и распространения информации и идей в обществе. По нашему мнению, нарушение действия этих факторов, пренебрежение социальным контролем способны вызвать нарастание хаоса и энтропии, радикализацию конфликтов в социальной системе, снижение уровня культуры общественных и экономических отношений.

Библиографические ссылки

1. *Норт Д.* Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 69–91.
2. *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. М. : РИП-холдинг, 2001. 308 с.
3. *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. М. : РИП-холдинг, 2009. 351 с.
4. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики: учеб. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Аспект Пресс, 2009. 318 с.
5. *МакКуэйл Д.* Журналистика и общество: учебник для журналистов / пер. с англ. М. : Медиамир, Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2013. 368 с.
6. *Дзялошинский И. М.* СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия // Медиаскоп. 2008. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/223> (дата обращения: 28.08.2020).
7. *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики [Серия: Академические монографии]. 2-е изд., испр. М. : Медиамир, 2014. 280 с.

ПРОИЗВОДСТВО СМИ И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В НОВОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КИТАЯ

Сунь Сяохань

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
993469795@qq.com*

Рассматривается специфика развития китайской медиаиндустрии в контексте углубления экономических преобразований и цифровой транс-