

# ИДЕЙНО-НРАВСТВЕННАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ЖУРНАЛИСТСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ О КУЛЬТУРЕ

*М. Л. Лебедева*

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

Идейно-нравственная проблематика в качестве типа проблематики, реализуемой в журналистском произведении, обусловливается концепцией личности автора, его мировоззрением и системой ценностей, позицией издания в социокультурном пространстве, целью журналистского высказывания. Спектр идейно-нравственных проблем, раскрываемых в журналистских произведениях о культуре, обусловливается не только особенностями отражаемого культурного прецедента, события, процесса, но и авторским отношением к предмету изображения в его взаимосвязи с актуальным общественно значимым противоречием.

**Ключевые слова:** идейно-нравственная проблематика; журналистское произведение; культура; медиатекст; аудитория.

# ІДЭЙНА-МАРАЛЬНАЯ ПРАБЛЕМАТЫКА ЖУРНАЛІСЦКАГА ТВОРА ПРА КУЛЬТУРУ

*М. Л. Лебедзева*

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,  
lebedeml@bsu.by*

Ідэйна-маральная праблематыка ў якасці тыпу праблематыкі, якая рэалізуецца ў журналісцкім творы, абумоўліваецца канцэпцыяй асобы аўтара, яго светапоглядам і сістэмай каштоўнасцяў, пазіцыяй выдання ў сацыякультурнай прасторы, мэтай журналісцкага выказвання. Спектр ідэйна-маральных праблем, якія раскрываюцца ў журналісцкіх творах аб культуры, абумоўліваецца не толькі асаблівасцямі адлюстраванага культурнага прэцэдэнта, падзеі, працэсу, але і аўтарскім стаўленнем да прадмета выявы ў яго ўзаемазвязі з актуальнай грамадска значнай супярэчнасцю.

**Ключавыя словы:** ідэйна-маральная праблематыка; журналісцкі твор; культура; медыятэкст; аўдыторыя.

Идейно-нравственная проблематика – совокупность характеристик индивидуально-авторского мироощущения, модель освоения автором и подачи им конкретной темы, заданной в журналистском произведении. Журналист вступает с аудиторией в диалог, в котором на всех уровнях организации медиатекста как целого имманентно аргументирует авторскую позицию и концепцию. В журналистском произведении показан тот спектр идей и ценностей, который призван воздействовать на мировоззрение аудитории. В свою очередь, аудитория может принимать вектор идейно-нравственной проблематики журналистского произведения и оценивать ее в том же ключе, что и автор, либо вступать в дискуссию с идеями, высказанными в публикациях СМИ. Дискуссионный характер медиавысказывания как тренд особенно характерен для виртуального пространства коммуникации, социальных сетей, новых медиа в целом.

Субъективный взгляд на ту или иную идейно-нравственную проблему может быть различным и предполагает интерпретацию, с учетом того что «в гуманитарном знании интерпретация понимается как истолкование текстов, смыслополагающая и смылосчитывающая операция» [1, с. 305]. Журналистское произведение, посвященное различным аспектам и явлениям культуры в ее исторических формах или современных моделях, можно интерпретировать по-разному с учетом когнитивного, интеллектуального, бытового, частного опыта воспринимающего, а также особенностей типа СМИ, из которых аудитория получает информацию. Так, «дисплейный текст» читается иначе, нежели текст на бумаге, а лаконичные медиатексты в современной ситуации фрагментированной рецепции воспринимаются легче, чем любого рода «лонгриды».

Рецепция порождает появление «смысловых оттенков» заложенной в публикации авторской идеи, нравственной проблемы, которые отвечают субъективному восприятию мира читателем, зрителем, слушателем, интернет-пользователем. Интерпретация строится в том числе и на субъективных ощущениях, обрабатываемых сознанием реципиента и переносимых на информацию, которая может быть выведена из воспринятого и осмысленного (переосмысленного) медиатекста.

Идейно-нравственная проблематика журналистского произведения находится в очевидной зависимости от замысла последнего, и «если фундаментом журналистского материала является замысел, то основа для его создания – заявка – есть несущая конструкция (скелет). Именно на ее основе разрабатывается цель, концепция и поэтапный план реализации медиапродукта» [2, с. 10]. Аудитория медиа, воспринимающая

ценности автора журналистского произведения, может разделять мнение автора и позицию издания, а может формировать полемичное, противоположное авторскому мнению, и на эту реакцию во многом влияет и заявка, и замысел, и цель журналистского высказывания.

Отражение проблем культурного спектра предполагает знание журналистом и понимание им контекста, связанного с возникновением культурного феномена, художественного явления, а изображаемое противоречие может раскрываться как через индивидуальный опыт, так и посредством выхода на социально значимое обобщение. Журналистское произведение, освещающее культурные процессы, дает аудитории конкретную информацию и аналитику и одновременно предполагает более общий идейно-нравственный вывод. Последний может иметь отношение не только к культурному прецеденту, событию, но и в целом к актуальному социальному противоречию. На раскрытие идейно-нравственного содержания журналистского произведения оказывает влияние также система авторских оценок (по Э. Фромму, «система ориентаций и поклонения»), поскольку создаваемый журналистом образ (в том числе и «образ мира») включает в себя отношение автора к предмету изображения, анализа, постижения.

Идейно-нравственная проблематика публикаций о культуре связана и с позиционируемыми в журналистском произведении видами искусства и культурными феноменами, и с характерными особенностями художественной культуры и ее восприятием современной аудиторией, и с разновидностями продуктов массовой культуры, которые широко представлены в новых медиа. Выбор стратегий репрезентации идеи и нравственной проблематики журналистского произведения обусловлен целью и задачами автора, позицией издания в социокультурном пространстве, типом средства массовой информации.

### Библиографические ссылки

1. Микешина Л. А. Философия познания. Полемические главы. М.: Прогресс-Традиция, 2002. 624 с.
2. Волокитин Д. Ю. Замысел журналистского произведения: медиа, медиапотенциал, информационный повод, формулирование // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Том 2 (68). № 4. 2016 г. С. 3–11.