

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Абов Е.* О проблеме профессиональных стандартов в российской прессе. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/knigi-i-stati/305-o-probleme-professionalnykh-standartov-v-rossijskoj-pressе> (режим доступа – свободный).
2. *Засурский Я.Н.* Журналист: российско-американские социологические исследования / Я.Н. Засурский, С.Г. Колесник, Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева. Эслан-Москва, 1998.
3. *Свитич Л.Г.* Введение в специальность: Профессия журналист. М., 2011.
4. *Свитич Л.Г.* Профессия – журналист. М., 2003.
5. *Свитич Л.Г., Ширяева А.А., Дзялошинский И.М.* Журналист: социологические и социопсихологические исследования. М., 1994.
6. *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Российский журналист и журналистское образование: социологические исследования. М., 2006.
7. *Пасти С.* Российский журналист в контексте перемен. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.uta.fi/cmt/yhteystiedot/henkilokunta/svetlanapasti/publications/pastinkirja.pdf> (режим доступа – свободный).
8. *Бальзак О.* Монография о парижской прессе/Отрывок из «Естественной истории двуруких общественных») [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://aafokin.narod.ru/Balzak.pdf> (режим доступа – свободный).

## «НОВЫЙ ЖУРНАЛИЗМ» В СИТУАЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАСИСТЕМЫ

**Д.В. Туманов,**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент;

**Л.Г. Егорова,**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент

E-mail: [dvt1964@yandex.ru](mailto:dvt1964@yandex.ru)

**Аннотация:** в статье раскрываются приемы и методы «нового журнализма», ставится проблема их научного осмысления в условиях трансформации информационного поля. Масс-медиа находятся в постоянном взаимодействии с социо-культурными, политическими и экономическими преобразованиями общества, формируя новую информационную среду, преобразующую как сами средства массовой информации, так и общество в целом. Впервые в науке проведена систематизация приемов и методов «нового журнализма» с позиций трансформации аудиторного восприятия, позволяющая модернизировать процессы профессионального обучения студентов.

**Ключевые слова:** новый журнализм, трансформация общества, информационное поле.

**Summary:** the article describes the methods and techniques of «new journalism», raises the problem of their scientific understanding in the transformation of the information field. Media are in constant interaction with the socio-cultural, political and economic transformations of society, forming the new information environment, transforming how the media itself, and society as a whole. For the first time in science systematized techniques and methods of the «new journalism» from the standpoint of classroom transformation of perception, allowing processes to modernize vocational education students.

*Keywords:* new journalism, the transformation of society, the information field.

Когда перемены в обществе достигают «точки невозврата», становясь необратимыми, появляется потребность в научном осмыслении свершившегося, обосновании соответствующей терминологии, наполнении новых форм релевантным содержанием и внедрении теоретически обоснованного в социальную практику. Все это в полной мере относится и к информационному полю. Всяческие перемены в обществе – политические, экономические, технологические, социальные, культурные и т.д., и т.п. – требуют перемен в функционировании массмедийного пространства.

Как справедливо отмечает И.Н. Демина, «с одной стороны, средства массовых коммуникаций являются в определенной мере “зеркалом” социетальной трансформации (обратная связь в системе “средства массовой информации – социум”). С другой стороны, масс-медиа являются “локомотивом” социетальной трансформации в результате прямой связи в системе взаимодействия масс-медиа с социумом» [1, С.160]. Взаимодействуя с изменяющимся миром, журналистика меняется сама и изменяет читательскую аудиторию.

Это особенно ярко видно в функционировании «нового журнализма».

Зародившись на рубеже XIX-XX вв., это направление журналистики кардинально изменило информационное поле планеты, оказав влияние на все страны и континенты. Оно характеризуется подчеркнуто субъективной интерпретацией репортера и часто сопровождается театрализацией вымышленных элементов для подчеркивания личного участия автора в действии. Создание оперативных средств связи привело к тому, что информация в прессу могла бесперебойно поступать с любого континента. Это привело к существенным изменениям в принципах подачи информации: отныне важен был не свершившийся факт, а его постоянная трансформация. Динамика развития события позволяла журналисту сделать серию материалов об одном факте. Следовало лишь расцветить материал, сделать его привлекательным для аудитории.

Тогда и возникают правила Уильяма Рэндольфа Херста, сформулированные с неприкрытым цинизмом.

«Читатель интересуется, прежде всего, событиями, которые содержат элементы его собственной примитивной природы. Таковыми являются:

- 1) самосохранение;
- 2) любовь и размножение;

3) тщеславие.

Материалы, содержащие один этот элемент, хороши. Если они содержат два этих элемента, то они лучше. Но если они содержат все три элемента, то это первоклассный информационный материал.

Элемент самосохранения содержится во всех информациях об убийствах, самоубийствах, несчастных случаях, драках, а также в сообщениях о здравоохранении, о продуктах питания, об алкоголе.

К теме "любовь и размножение" следует отнести описание свадеб, сексуальные скандалы, разводы, любовь втроем, романтические истории об исключительных успехах, достигнутых на почве любви, драмы на почве ревности – короче, все интересное в вопросах пола.

Тщеславие вызывается таинственным во всей этой истории...

Мы отвергаем все сообщения, которые не содержат ни одного из трех названных элементов. Мы пренебрегаем всем, либо совершенно обходим молчанием все, что является только важным, но неинтересным.

Мы признаем тот же принцип при подаче заголовка, а также при выборе телеграфных сообщений и развлекательного материала» [2, С.145].

Но при этом, отметим на полях, в рамках «нового журнализма» возникает и «новая журналистика» – направление, которое стоит на следующих позициях: утверждение светлой, положительной энергии в мире; способствование культурному и духовному развитию человека; развитие у человека самостоятельного взгляда на вещи, самостоятельного мышления; запуск постоянных импульсов к развитию личности и самосовершенствованию. Истоком такого направления стали слова одного из «отцов» «нового журнализма» Джозефа Пулитцера: «Наша страна и пресса возвысятся или падут вместе. Способная, беспристрастная, общественно вдохновленная пресса с отточенным рассудком, который будет знать, что такое правильно, и будет иметь мужество следовать этому, сможет сохранить достоинство общества, без которого народное правительство – это бутафория и посмешище. Циничная, корыстная, демагогическая пресса создаст людей, столь же ограниченных, сколь и она. Сила, которая сформирует будущее страны, будет в руках журналистов грядущих поколений» [3].

С тех пор «новый журнализм» многократно совершенствовал свои приемы и методы. Начало XXI в. в очередной раз заставило пересмотреть принципы подачи информации. Слова Пулитцера сегодня звучат также актуально, как и век назад. В нашем вузе приемы и методы «нового журнализма» изучаются бакалаврами первого курса отделения журналистики в рамках профессионально-творческого практикума.

Основной целью этого курса стало освоение практических навыков привлечения аудитории к журналистскому произведению как информационному продукту. Однако довольно-таки сжатые сроки (под изучение приемов и методов «нового журнализма» учебным планом выделено 18 аудиторных часов) не позволяют ни преподавателю, ни бакалаврам глубоко исследовать историко-теоретическую базу возникновения того или иного способа психологического воздействия на аудиторию масс-медиа.

Задача преподавателя – помочь обучающимся освоить историко-теоретическую канву развития «нового журнализма», предоставив материалы для углубленного самостоятельного исследования предмета практико-ориентированной дисциплины.

Это особенно важно, так как в многочисленных научных изданиях, выходящих на русском языке, существуют разночтения в содержательной наполненности термина «новый журнализм»: в литературоведческих работах чаще всего говорят о нем как о течении в литературе США середины 1960-1970-х гг., декларирующем обновление «социального реализма», а журналистиковедческие труды характеризуют «новый журнализм» и как обогащение документальной основы художественными формами и включением стилей и приемов литературы в журналистские тексты, и как процесс отхода от принципов примитивной «персональной» журналистики в связи с развитием экономики капитализма в 1870-1880-х гг.

Предлагаемая мною авторская концепция устраняет эти разночтения, логически структурируя историко-теоретические процессы становления нового направления в масс-медиа. Теоретическая наполненность дисциплины обобщает приемы и методы «нового журнализма», показывая их тесную взаимосвязь с развитием массовой периодики и использованием наработанной методики привлечения аудитории в новых медиа.

Эрудиция, широта кругозора, умение анализировать и обобщать новую или уже известную информацию играет далеко не последнюю роль при создании произведений этого направления. Поэтому в учебном процессе использована следующая структура.

В материалах лекции по каждой теме занятия сначала дается краткая характеристика исторического периода, затем представляются персоналии и предложенные ими приемы и методы, после этого следуют терминологический глоссарий и практические задания для самостоятельной работы с методическими рекомендациями по их выполнению.

Тезисная система изложения большого объема материала позволяет студентам составить четкое представление о своеобразии изучаемого периода. При этом не всегда полная освещенность ряда сложным тем в учебной и научной литературе требует от преподавателя особого подхода к дисциплине: разбор качества выполнения практических заданий позволит не только глубже усвоить материал, но и обеспечить профессиональный рост обучающегося.

В свою очередь систематическая и добросовестная работа студента в ходе освоения практико-ориентированного курса не только помогает преподавателю вовремя и достаточно объективно оценить его знания при подведении итогов в конце семестра на экзамене или дифференцированном зачете, но и позволяет обучающемуся с меньшими потерями адаптироваться к практической журналистской деятельности в современных средствах массовой информации.

При выполнении практических заданий студентам следует обратить внимание на детали изучаемого приема и максимально близко воспроизвести их в своем материале, помня, что «новый журнализм» – всего лишь форма подачи информации, а содержание материалов подразумевает использование СМИ для

поддержания моральных основ общества и воспитания людей с целью их нравственного и гражданского совершенствования: не случайно же одна из номинаций премии, основанной создателем «нового журнализма» Джозефом Пулитцером», носит название «За служение обществу».

Вспомним, что зарождение «нового журнализма» произошло в Соединенных Штатах Америки в самом конце XIX в. Это был период самого стремительного экономического подъема страны и определения очертаний тех США, какими они вступят в XX в.

Только что закончилась самая кровопролитная в истории США война между Севером и Югом, подписан договор о приобретении у Российской империи Аляски, оба побережья соединила Трансконтинентальная железная дорога, получили широкое распространение механическая косилка, паровой плуг, бессемеровская сталь, подводная лодка, трансокеанские телеграфные кабели, фотография, гальваностегия и гальваностереотипия, паровая буровая установка, швейная машина, электрическая лампочка, телефон, микрофон, спектроскоп, пульмановские вагоны и вагоны с холодильными установками.

В связи с потребностями индустриального производства в США, как, впрочем, и странах Западной Европы, внедрялось обязательное начальное образование, способствовавшее преодолению массовой неграмотности, формированию рабочей силы, приспособленной к условиям труда с использованием машин.

В США хлынула молодежь из Северной и Западной Европы: с Британских островов, из Скандинавии, Германии, Италии, Польши, России, Австро-Венгрии... Возросшая конкуренция на рынке рабочей силы и ужесточение условий труда вызвали массовые волнения, прошла волна забастовок с требованием восьмичасового рабочего дня, появились профсоюзы, объединявшие главным образом квалифицированных рабочих.

К «новому журнализму» капиталистическая пресса США переходила вместе с укрупнением объема и усложнением газетного коммерческого бизнеса, с усложнением содержания газеты и обособлением функции управления внутри административного руководства газетного издания. Внутренние и внешние события в США на рубеже нового столетия и потребовали от прессы выработку новых методов идеологического воздействия на читателей.

В конце XIX в. в американской журналистике ключевые позиции заняли Адольф Окс («The New York Times»), Хорейс Грили («The New York Tribune»), Самюэль Боулс («The Springfield Republican»), Уильям Брайан («The New York Post»), Чарльз Дана («The New York Sun»), Эдвин Годкин («The New York Evening Post»), Генри Уотерсон («The Louisville Courier-Journal»), подготовившие почву для перехода прессы к «новому журнализму». А сама концепция «нового журнализма» связана, прежде всего, с деятельностью Джозефа Пулитцера, Уильяма Херста и Джеймса Беннета-младшего.

Характерным признаком новых методов работы стало изменение фундаментальной функции печатных изданий. Преобладающее место в прессе теперь принадлежало не «viewspaper» (газете взглядов), а «newspaper» (газете новостей). Политика газеты стала находить свое выражение не столько в редакци-

онном мнении, сколько в тенденции и методах отбора и обработки публикуемых фактов.

Американская пресса добивалась повышения своей роли как идеологического оружия, ориентируясь на возрастающий интерес американцев к тому, что происходит в их стране и за ее пределами. Стремясь увеличить свой политический престиж в глазах массового читателя, пресса США опиралась на интересы «простого» человека.

«Новый журнализм» нашел свою формулу успеха, которая «работает» до сих пор: защита интересов читателей плюс сенсационное, легкое содержание плюс эмоциональные иллюстрации плюс значительный объем платной рекламы плюс доступная цена плюс недорогое распространение плюс возможность найти неожиданный подарок.

Перечислим основные приемы «нового журнализма».

1. Тематика неизбежности возмездия, построенная на психологии обвинения других в причинах собственного неблагополучия. Человек с помощью иллюзии справедливого мира помогает себе спрятать свои чувства от себя, преодолеть депрессию страха перед будущим. Социальная журналистика, обращаясь к проблемам социально уязвимых групп, предполагает непосредственное вмешательство в жизнь и обеспечение победы «добра» над «злом». Журналистские расследования, направленные на выявление «зла», как раз и опираются на тематику неизбежности возмездия.

2. Эпатирующее освещение табуированной тематики, эксплуатирующее интерес к интимным сторонам жизни человека, аномальным обстоятельствам, к теме любви и смерти. По теории основателя психоанализа Зигмунда Фрейда, в каждом из нас живут неосознаваемые желания и требования их немедленного удовлетворения. С возрастом мы обретаем способность контролировать свои поступки, отделяя «хорошо» и «плохо», «можно» и «нельзя», «прилично» и «неприлично». Между тем, загнанные в рамки общественной морали подсознательные желания пытаются прорваться в повседневное поведение. Поиск компромисса между «хочу» и «надо» вынуждает человека искать легитимированные пути удовлетворения своих неосознанных желаний. И средства массовой информации помогают ему в этом, позволяя эмоционально «прожить» недоступное ему в реальной жизни.

3. Сенсационность, перенаправляющая внимание читателя от созерцания к сопереживанию. При этом эмоциональное равновесие аудитории нарушается как в сторону позитивных переживаний, так и в сторону негативных. Эмоциональная потребность является базовой человеческой потребностью, такой же важной и нисколько не менее значимой, чем, например, потребность в пище. Причем мы нуждаемся не только в ярких положительных переживаниях, но и в не менее ярких отрицательных, вызывающих у нас страдание. Зная, что нам не поздоровится, мы все же опаздываем к назначенному часу, не выполняем вовремя важных поручений и так далее. Сенсация как необычное происшествие, изменяющее эмоциональную картину мира, позволяет аудитории средств массовой информации утолить свой эмоциональный голод.

4. Героизация событий, создающая иллюзию возможности преодоления будничной повседневности, рождает в воображении читателя идеал такой личности, которая по своему могуществу должна превзойти современного человека. Стремление к достижению идеала – это составляющая вечного стремления человека к достижению счастья. Такие стремления укладываются в схему «мифа о герое», характерного для всех первобытных обществ и древних цивилизаций: каждый из нас может стать «героем», если окажется в соответствующей «героической» ситуации.

5. Тематический эклектизм, предполагающий сочетание в информационной подаче важного и избыточного, серьезного и развлекательного, социально значимого и сенсационного. Публикация развлекательных и банализированных материалов дает возможность читателю расслабиться, отвлечься от личных проблем, в том числе получить удовольствие от понимания, что описанная в материале трагедия произошла не с ним. Мозаичная смесь самых разнообразных тем из различных сфер человеческого существования вызывает у аудитории ощущение, что мир полон противоположных по градусу эмоционального накала событий, а, следовательно – негатив неизбежно уравновешивается позитивом.

6. Тематическая эффектность информации, привлекающая аудиторию не столько тем, *что* сообщается, сколько тем, *как* сообщается. Поиск необычного в обычном превращается в особый вид развлечения для журналиста и читателя. Текст насыщается многими смыслами, побуждая аудиторию превратить процесс чтения в своеобразную игру проникновения в информационные пласты. Читатель следит за динамикой развития сюжета, за всевозможными его поворотами, за языковой игрой (формой реальности, воспринимаемой через призму языка), конструируя вслед за автором произведения эпизод за эпизодом.

7. Приоритет визуального над текстовой составляющей номера, дающий читателю возможность зрительно-образно пережить эмоции. Поскольку восприятие зрительных образов в первую очередь идет на подсознательном уровне, то издания, использующие этот прием, адресуют свой контент к неосознанному инстинктивному влечению человека. Изображение имеет прикладное значение, просто и наглядно представляя информацию и рождая ощущение присутствия на месте события.

Методика создания произведений «нового журнализма» допускает сочетание в тексте сразу нескольких приемов. Автор, руководствуясь поставленной целью, комбинирует их, добиваясь максимальной эффективности и эффектности материала. И здесь многое зависит от цели, которую перед собой ставит журналист: помочь своим читателям в решении их насущнейших социальных и политических проблем или обмануть аудиторию, спрятав истину под обилием избыточных развлекательных сюжетов.

«Новый журнализм» совершенствует свою методику вот уже более века. Меняются политические режимы, перекраивается карта мира, совершенствуются технологии сбора, обработки и распространения информации, но по-прежнему журналист стоит перед выбором: какую позицию по отношению к своей аудитории он должен занять?

И перед теми, кто выходит на кафедру перед студенческой аудиторией, важно ответить на вопрос: чему мы с вами должны и можем научить новые поколения журналистов?

Сегодня этот вопрос с неизбежной остротой встает перед каждым из нас. Трансформация медиасистемы и потребность в массовой трансляции эмоциональных смыслов приводят к трансформации информационного поля и, следовательно, к новому научному осмыслению этих процессов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Демина И.Н.* Трансформация медиасистемы: общие подходы и технологический аспект // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2010. № 2 (70) С. 159-163.
2. *Спиру Б.* Отравители: К истории развития современной буржуазной журналистики. М., 1962. 334 с.
3. Романтичный упрямец Пулитцер // 2005. № 20 (69). Октябрь.

### **НОВЫЕ, НЕТРАДИЦИОННЫЕ, ПОДОЗРИТЕЛЬНЫЕ: К ВОПРОСУ О РОЛИ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ МАССОВЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РЕЛИГИЯХ**

**В.М. Хруль,**

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, доцент

E-mail: amen@mail.ru

**Аннотация:** в условиях малочисленности так называемых нетрадиционных религий (в частности, новых религиозных движений) и затрудненности непосредственных контактов с их последователями СМИ являются основным источником информации об их деятельности. Основываясь на этой посылке, автор с помощью анализа текстов спонтанной сетевой коммуникации доказывает, что негативное отношение к новым религиозным движениям в массовом сознании и высокая степень поддержки возможных репрессивных мер по отношению к ним являются эффектом опосредованной институциональной коммуникации.

*Ключевые слова:* медиатизация религии, массовое сознание, нетрадиционные религии, мифы, стереотипы, тексты спонтанной массовой коммуникации.

**Summary:** institutional mediated communication is the main source of information about so-called “non-traditional” religions in Russia (in particular, the new religious movements). Based on this premise, the author analyses spontaneous Internet communication texts network and proves that negative attitudes towards new religious movements in Russian public opinion are the effects of mainstream media impact.