

Мезенцева Алена Владимировна

**СОЦИАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛИСТА:  
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ**

В статье рассматривается вопрос о средствах реализации социальной позиции современными российскими журналистами. Автор обосновывает положение о том, что современная журналистика становится пространством социального должествования профессионалов. Следовательно, прерогативой журналистского освоения социальных ситуаций становится ценностное ориентирование.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2015/10/22.html](http://www.gramota.net/materials/1/2015/10/22.html)

**Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.**

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2015. № 10 (100). С. 89-91. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2015/10/](http://www.gramota.net/materials/1/2015/10/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

и Зосимы, Федоровский и Луковый, Бармадан и Ладожский наблюдается схожая ситуация. Ассоциации не полностью идентичны, обычно общая – только разнотравно-лишайниковая ассоциация с единичными соснами, но в лесах на каждой паре островов обычно доминирует одинаковая лесная порода. Благодаря большим размерам этих островов и различным экологическим условиям на них, наблюдается большое число видов, поэтому коэффициент сходства – высок. Пары островов Локкисарет 1 и Дубровский, Локкисарет 2 и Дубровский, Перед Федоровским и Низкий, Локкисарет 1 и Низкий схожи тем, что, во-первых, они небольшие по размерам, во-вторых, на них выделяются схожие ассоциации – разнотравно-лишайниковая ассоциация с единичными соснами есть на всех островах, а лесная растительность – либо березово-сосновый разнотравно-лишайниковый лес, либо березняк разнотравно-зеленомошный. Несмотря на то, что ассоциации – различны, основные различия наблюдаются среди доминантов в древесном и кустарниковом ярусах, а травяно-кустарничковые ярусы по своему составу схожи. Видимо, высокий коэффициент в данном случае связан с тем, что большую площадь на островах занимает все-таки разнотравно-лишайниковая ассоциация с единичными соснами.

Наименьшее значение индекса сходства – у пары островов Дубровский 2 и Мельничный (0,2745). Вероятно, это связано с тем, что на острове Мельничном представлено мало видов растений, так как на нем находится колония, а остров Дубровский 2 покрыт березовым разнотравно-зеленомошным лесом.

Таким образом, можно отметить, что наибольшее сходство наблюдается между довольно крупными по площади островами, расположенными вдоль одного и того же берега Валаама. Наименьшее же сходство наблюдается между крупными островами одного берега и малыми островами другого берега.

#### *Список литературы*

1. Гагарин А. П., Маринич М. А., Карпов А. С. Природные условия Валаамского архипелага // Комплексные природо-ведческие исследования на Северо-Западе России: Валаамская и Кургальская экспедиции СПбОЕ. СПб., 1998. С. 9-16.

#### DESCRIPTION OF PLANT COVER OF VALAAM ARCHIPELAGO SMALL ISLANDS

**Laevskaya Elizaveta Mikhaylovna**

*Saint Petersburg State University*

*layika1814@gmail.com*

The article presents the results of processing and analyzing the data of the field researches of the small islands of Valaam Archipelago in the summer period of 2013. The author introduces a classification of the islands according to the nature of their plant cover, enumerates the basic vegetative associations of the small islands, describes their characteristics, species composition and makes a comparison of the islands according to Czekanowski-Sorensen index.

*Key words and phrases:* Valaam Archipelago; small islands; vegetative associations; plant cover; similarity of islands.

УДК 1(070)

**Философские науки**

*В статье рассматривается вопрос о средствах реализации социальной позиции современными российскими журналистами. Автор обосновывает положение о том, что современная журналистика становится пространством социального должностования профессионалов. Следовательно, прерогативой журналистского освоения социальных ситуаций становится ценностное ориентирование.*

*Ключевые слова и фразы:* рациональность; ценностное ориентирование; социальная позиция; социокод; интерпретация; функции.

**Мезенцева Алена Владимировна**

*Алтайский государственный университет, г. Барнаул*

*9132123452@mail.ru*

#### СОЦИАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛИСТА: ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ<sup>©</sup>

Цифровые технологии производства и распространения массовой информации предопределили появление в глобальной коммуникации множества субъектов, включившихся в медиаторчество. Деятельность этих коммуникантов детерминирована желанием заявить о себе в потоке информации и быть замеченными большим кругом лиц. Считающие себя компетентными в какой-либо области (а иногда – почти во всех областях), они присваивают себе право диктовать «повестку дня» публичного взаимодействия, одновременно

отказывая в этом профессиональным журналистам, якобы «заражённым бациллой» прямолинейной пропаганды. Этот новый этап расширения медиасистемы, предсказанный еще Маршалом Маклюэном [6], и создал иллюзию вытеснения профессионалов из сферы публичного коммуницирования. В действительности же в период трансформации социальной системы страны, в период ломки идейных основ жизни журналистская практика в силу объективных обстоятельств оказалась не в новостном, а в проблемном поле освоения реальности и медиапространства.

Современные философы, социологи и психологи приходят к выводу, что одной из существенных причин данной трансформации послужила смена рациональности. Классическая рациональность с ее методами вдумчивого осмысления и представления реальности, соответствия истине и причинно-следственными связями заменена новой, коммуникативной, которая не задает критериев истинности. Коммуникация отныне рассматривается не как средство одностороннего распространения информации, а как способ взаимного достижения консенсуса через диалог. Коммуникативная рациональность, отказавшись от оппозиции «субъект – объект», уравнив их, теперь является «продуктом сознательного выбора коммуникантов» [4, с. 20]. Следовательно, журналисту приходится не столько обращаться к привычному объекту рационального поиска, сколько заботиться или о соперничестве, или о достижении консенсуса, признавать плюрализм рациональностей, возникающих в процессе коммуникации. По мнению отечественного философа В. Н. Поруса, «...коммуникативное пространство и есть та среда, в которой осуществляется “сплав субъективности и объективности”, т.е. непрерывная выработка тех смыслов, вокруг которых (хотя бы на время) объединяются до того разрозненные мнения отдельных участников этого захватывающего процесса» [Там же, с. 20-21].

Смена типа рациональности потребовала от журналистов освоения нового дискурса коммуникативного взаимодействия с разнородной аудиторией. Не опора на «неопровержимый» объективный факт, как диктовал привычный дискурс новостного экстрима, а умение погрузиться в ситуации его нормативно-ценностного осмысления определяет рамки профессионального функционирования современного журналиста. Не информирование и коммуницирование, а ценностное ориентирование становится прерогативой журналистского освоения социальных ситуаций.

Действительно, на взгляд радикальных сторонников журналистской «беспристрастности», такая ориентирующая роль профессионалов трудно отделима от пропаганды (хотя пропагандистская функция в исполнении других коммуникантов не вызывает столь бурного неприятия). Все чаще в адрес журналистики звучат обвинения в ее пропагандистской сущности. Дело в том, что в один ряд с журналистами ставятся разные участники массовых социальных коммуникаций: от пиар-специалистов, копирайтеров, SMM-менеджеров до редакторов корпоративных текстов. При этом теряется гражданская составляющая деятельности – на благо общества. Так, например, в ходе круглого стола, который прошел на базе Международного университета в Москве на тему «Журналистика и пропаганда. Смещение ремесел», отечественные и зарубежные эксперты выразили консолидированное мнение о том, что «...проблема “не в Киселеве, с которым все понятно, а в Габрелянове” – с добротной журналистикой конкурирует не пропаганда, а желтая пресса». Поэтому «следует говорить не о пропаганде и контрпропаганде, а о продвижении тех ценностей, которых придерживаются различные группы» [8]. Разнородная аудитория, объединенная на основе интересов или общности проблем, всегда ожидает социально-маркированную информацию.

Справедливо отмечает В. Д. Мансурова, что «...саморефлексия журналистов, реализованная даже в филигранном исполнении, зачастую оказывается не реферируемой публикой, распределенной в пространстве коммуникативной реальности. Инструментальный характер журналистских картин мира сталкивается с проблемой их конвенциональности с коммуницирующим большинством, которая фокусируется в границах восприятия и понимания предлагаемого дискурса» [2, с. 92-93].

Для журналиста со всей остротой поднимается вопрос о средствах реализации своей социальной позиции. По мнению Г. В. Лазутиной и В. Д. Мансуровой, критерием профессиональности здесь является способность журналиста осуществлять функции ценностного ориентирования в условиях конкуренции дискурсов, мнений и «личностных свобод» [5; 7]. Т. М. Артишевская, не споря с классическими определениями, вводит термин «актуализатор», понимая под ним «поведение, полярное манипулятивным практикам» [1, с. 7]. По ее мнению, «в текстах, где журналист проявляет свою актуализаторскую природу, нет необходимости только фактурного представления. Журналист в этом случае перестает быть просто транслятором, а является выразителем собственного мнения, желаемого в аудитории. Так появляется журналистика мнений, а не фактов» [Там же].

Согласно В. Д. Мансуровой, все чаще журналисты, отказавшись от прямых выводов и категоричных оценок ситуаций, прибегают к «объективной модальности, опираясь на интерпретацию фактов». Однако, «такого рода индивидуальная (приватная) социальность может обнаруживаться в сфере владения и манипуляции культурными феноменами и социальными стереотипами» [7, с. 155]. Борьба с многочисленными производителями медиапродукта переросла в «духовное» самоопределение, высшей формой которого стала верность себе, собственным идеалам в любых обстоятельствах. Истина приобрела индивидуальный, очевидно, субъективный характер, как смысл жизни, который у каждого свой. Рассматривая пространство современной массовой коммуникации как знаковую систему, можно наблюдать, что оно представлено множеством метафор, символов, знаков, находящихся в коммуникативном отношении, но конфликтующих с прежними представлениями о норме, ценности и традиции. Так, на смену рационалистической парадигме раскрытия социальности, по мнению В. Д. Мансуровой, пришло «личностное знание» [7], проявляемое в иррациональных способах познания, наполненного содержанием личного опыта. «“Личностное знание” журналистов при этом не есть конгломерат сведений из различных

сфер жизни. Фоновое, по выражению М. Полани, “неявное знание” – это знание культурных универсалий и социокодов, рационалистических ценностей общества и его сообществ» [2, с. 93].

Освобожденные от принципов идейности и партийности, в XXI веке журналисты привнесли в общественный дискурс новые оценки повседневности. Произошла деформация предметного поля журналистского исследования; приведенные факты в материалах подвергаются гневному остракизму, осмеянию; бескомпромиссность журналистского неприятия негатива уступает так называемой толерантности и лояльности по отношению к фактам и событиям; логически выверенная аргументация, приемы литературно-художественного выражения негативной оценки, присущие русской журналистике, уступают нелегитимным в культурном менталитете формам оценочных суждений. Но, по заключению И. М. Дзялошинского [3, с. 247], позиция журналиста определяется его активностью в системе социальных взаимодействий и проявляется в двух модусах: декларируемом и реальном. На сегодняшнем этапе развития медиаиндустрии реализация реальной позиции журналиста приобретает значение. Она выражается во взаимодействии с теми субъектами медийного пространства, ради которых журналисты осуществляют свою работу, согласовывая её результаты с конкретными социальными запросами.

Среди таких взаимодействий следует выделить создание медийных продуктов, отвечающих информационным запросам той социальной группы, ради которой журналисты работают. Но в условиях конкурентной борьбы за аудиторию журналисты нередко прибегают к практике создания информационного продукта, диссонирующего и с ожиданиями, и с ценностной базой определенной социальной структуры. В этом случае им очень удобно отставать тезис об отсутствии какого-либо социально-значимого долга перед обществом.

Исследования деятельности современных российских журналистов свидетельствуют о том, что большинство из них остаются верными идее социального долженствования, изначально заданной профессией. И реальное взаимодействие с аудиторией основывается на идентичной ценностной базе. Журналист транслирует, осмысляет социально-значимые ценности и предлагает варианты их закрепления или развития в соответствии с переживаемым обществом моментом. При этом проявление социального долженствования выражается в тонком понимании специфики социального настроения определенной структуры общества для того, чтобы способствовать закреплению или изменению во благо консолидации созидательных структур общественного взаимодействия.

Реальная, а не декларируемая позиция выражается журналистами в организации и исполнении социально значимых акций: помощи нуждающимся, сопровождении волонтерских движений, коллективных акций типа марша «Бессмертный полк» и т.п.

Таким образом, социальная позиция современных отечественных журналистов продиктована пониманием своей роли в социальных взаимодействиях в каждой социально-стратифицированной группе потребителей медийной продукции. Современная журналистика становится пространством социального долженствования профессионалов.

#### *Список литературы*

1. **Артишевская Т. М.** Смысловывявляющий текст как инструмент гуманистического мышления журналиста // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 5 (143). С. 5-8.
2. **Век информации. Журналистика XXI века: культура понимания:** материалы семинара Всероссийского форума с международным участием «Дни философии в Петербурге – 2014» / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2015. 269 с.
3. **Дзялошинский И. М.** Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М.: АПК и ППРО, 2012. 442 с.
4. **Коммуникативная рациональность: эпистемологический подход** / отв. ред.: И. Т. Касавин, В. Н. Порус. М.: ИФРАН, 2009. 215 с.
5. **Лазутина Г. В.** Пресса в процессе ценностного ориентирования аудитории: возможности и результаты // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 65-76.
6. **Маклюэн Г. М.** Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. М.: КАНОН-пресс-Ц, 2003. 464 с.
7. **Мансурова В. Д.** «Личностное знание» журналиста в проекции его рациональной субъективности // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2014. № 5 (31). С. 153-161.
8. **Никитинский Л.** Проблема пропаганды – в аудитории [Электронный ресурс] // Новая газета. 2015. 16 февраля. URL: <http://www.novayagazeta.ru/columns/67270.html> (дата обращения: 08.09.2015).

#### **SOCIAL POSITION OF THE CONTEMPORARY RUSSIAN JOURNALIST: DIVERSIFICATION OF PROFESSIONAL FUNCTION**

**Mezentseva Alena Vladimirovna**  
*Altai State University in Barnaul*  
*9132123452@mail.ru*

The article discusses the means of social position implementation by contemporary Russian journalists. The author substantiates the position that modern journalism is becoming space of the social obligation of professionals. Consequently, value orientation becomes a prerogative of the journalistic mastering of social situations.

*Key words and phrases:* rationality; value orientation; social position; social code; interpretation; functions.